



**Présentation du mémoire de l'Association des
journalistes indépendants du Québec (AJIQ)
dans le cadre de la Commission sur l'avenir des
médias**

Mai 2019

Table des matières

| | |
|--|---|
| Préambule | 2 |
| • Qui est l'AJIQ | |
| • Qu'est-ce que le journalisme indépendant? | |
| Introduction | 2 |
| Présence régionale et valorisation de l'information..... | 3 |
| Viabilité des modèles d'affaires à l'ère numérique..... | 4 |
| Financement et indépendance des médias..... | 4 |
| Recommandations..... | 6 |
| Conclusion..... | 8 |

Préambule

L'Association des journalistes indépendants du Québec (AJIQ) a été fondée en 1988 pour défendre l'indépendance des journalistes face aux pressions économiques et politiques qui s'exercent sur le métier. L'AJIQ participe, par ses actions et son discours public, au renouvellement des perspectives sur le journalisme indépendant et à l'évolution des pratiques journalistiques contemporaines.

L'AJIQ reconnaît comme un journaliste indépendant celui ou celle qui exerce régulièrement, au Québec ou ailleurs, une fonction de journaliste pour le compte d'entreprises de presse ou d'entreprises assimilables, et ce, sans lien d'emploi permanent avec lesdites entreprises.

La plupart des médias communautaires ou étudiants fonctionnent par exemple sur la base de l'implication de journalistes bénévoles qui jouissent d'une grande indépendance éditoriale.

Ce sont aussi des journalistes indépendants qui remplissent les pages de la plupart des magazines québécois, comme *L'actualité*, *Québec Science* ou *Les Affaires*. Sauf quelques rares exceptions, les magazines québécois sont en effet écrits principalement par des pigistes. Les quotidiens et hebdomadaires (imprimés ou en ligne) ainsi que les chaînes de radio ou de télévision (généralistes ou spécialisées) ont également largement recours à des collaborateurs pigistes ou contractuels, notamment comme recherchistes, comme vidéojournalistes ou comme journalistes multiplateformes.

Qu'ils produisent du journalisme d'information, du journalisme d'opinion ou du journalisme engagé, les journalistes indépendants sont des artisans de l'information qui cultivent une certaine liberté d'action et de pensée et qui offrent au public des contenus originaux de grande qualité. Leur travail contribue à mettre en lumière la diversité des voix, des sources et des perspectives; à expérimenter avec différents supports, formats et genres journalistiques; ainsi qu'à développer de nouveaux modèles de revenus et de propriété. Les journalistes indépendants sont ainsi à l'avant-plan de la recherche de solutions à la crise des médias, mais ils sont également les premiers à en faire les frais.

Introduction

L'AJIQ est heureuse de participer à la présente consultation publique menée par le gouvernement du Québec dans le cadre de la commission sur l'avenir des médias. Nous avons jugé bon de nous inscrire dans la démarche de rédaction d'un mémoire et de sa présentation qui sera faite ultérieurement, car nous souhaitons que la voix et la réalité des journalistes pigistes soient réellement entendues.

Nous pensons que dans le cadre de la présente commission, le gouvernement du Québec doit réfléchir aux médias, et à l'information. Une information de qualité, diversifiée, qui se doit d'être considérée comme un bien public culturel à protéger et à développer. Une information qui rend la société plus ouverte, plus riche en connaissances, en curiosité, aux enjeux de société, aux différents choix qui s'offrent à elle. Bref, l'information et les artisans qui la produisent doivent avoir leur place au sein de la commission à venir.

Présence régionale et valorisation de l'information

Si les journalistes indépendants vivent des difficultés liées à la précarité et aux contrats inéquitables dans les grands centres, la situation est pire en région. Pourtant les journalistes indépendants des régions représentent une force pour nos médias concentrés à Montréal. Sur place, ils permettent d'avoir accès rapidement à une information de qualité grâce à des contacts déjà établis dans le milieu. Et bien sûr, sans avoir à payer pour le déplacement. En soutenant davantage les journalistes indépendants en région ainsi que les médias qui les publient, et en mettant en valeur leur travail, c'est tout l'univers médiatique québécois qui en bénéficie, alors que les grands quotidiens parlent maintenant très peu de ce qui se passe en région.

Les médias en région sont bien mal en point, comme en témoigne le récent essai « Extinction de voix : plaidoyer pour la sauvegarde de l'information régionale » (Somme Toute, 2018) de la journaliste Marie-Ève Martel. Il est primordial de les considérer dans tout programme d'aide aux médias. Ils sont une richesse importante pour l'information au Québec et doivent être préservés et aidés au même titre que tous les médias.

Viabilité des modèles d'affaires à l'ère numérique

S'il faut aujourd'hui envisager l'idée d'un financement public des médias, c'est que le modèle traditionnel de la presse est dépassé. Avec l'effondrement des recettes publicitaires, l'influence des annonceurs sur les salles de rédaction s'accroît également, comme en témoigne la multiplication des contenus commandités. L'accaparement d'une portion grandissante de l'assiette publicitaire restante par les géants du Web ne fait qu'accentuer la dépendance des entreprises de presse privées envers ces nouvelles formes insidieuses de publicité. Les syndicats de journalistes ont beau lutter contre ces dérives, ils ne peuvent contrer la spirale (à laquelle les sociétés d'État n'échappent pas) dans laquelle la baisse des revenus mène à des vagues de compressions consécutives et à la dégradation constante des conditions de

travail des journalistes. Petit à petit, les balises déontologiques fléchissent et la qualité de l'information diminue, minant à la fois la crédibilité des médias traditionnels et la confiance du public envers les journalistes qui y travaillent.

Financement public et indépendance journalistique

C'est dans ce contexte de crise qu'il faut envisager l'idée d'un soutien public à l'information. Les différents paliers de gouvernement soutiennent d'ailleurs déjà divers secteurs de l'industrie des médias et des communications par des mesures directes ou indirectes : crédits d'impôt pour la production télévisuelle et cinématographique ; soutien à l'édition des périodiques ; financement des médias communautaires ; publicité gouvernementale dans les médias, etc. En place depuis des décennies, ces mesures n'ont donné lieu à aucune ingérence politique des gouvernements dans le contenu éditorial.

Ceci devrait atténuer la crainte légitime selon laquelle un financement public des médias serait assorti d'un pouvoir d'ingérence de l'État sur le journalisme. L'influence grandissante qu'exercent les intérêts privés des propriétaires de médias et des annonceurs sur le travail des journalistes semble être une menace bien plus immédiate et réelle à l'indépendance de la presse qu'une hypothétique influence gouvernementale.

Dans une société libérale, l'investissement de fonds publics en soutien à l'entreprise privée est du reste une pratique courante qui n'a jamais remis en cause l'autonomie des entreprises.

S'inspirer des entreprises culturelles

Néanmoins, afin de limiter toute possibilité d'ingérence politique dans la répartition d'éventuels fonds publics destinés au soutien à l'information, on pourrait s'inspirer des mécanismes déjà en place dans le secteur culturel, où les enveloppes sont gérées par des instances indépendantes, comme le Fonds des médias du Canada ou les différents Conseils des arts.

On pourrait également mettre en place des programmes de financement calqués sur ceux destinés au secteur culturel : un soutien au fonctionnement ou au projet pour les organismes à but non lucratif ; des crédits d'impôts, prêts et garanties pour les entreprises à but lucratif ; un soutien direct aux journalistes par le biais de bourses de recherche, de formation, de création ou de production, etc. En plus de permettre aux médias traditionnels de traverser la crise actuelle, un tel financement permettrait également de favoriser l'émergence de nouveaux médias qui explorent des modèles économiques, techniques et

éditoriaux offrant de nouvelles voies au journalisme indépendant de qualité.

Pour financer de tels investissements, il faudra notamment exiger un effort fiscal des multinationales du Web comme Google et Facebook, mais aussi des conglomérats auxquels sont intégrées la plupart des entreprises de presse privées et qui refusent d'investir ne serait-ce qu'une part de leurs bénéfices dans le secteur à faible rendement qu'est l'information. Parce que s'il s'avère de moins en moins rentable aux yeux du marché, le journalisme n'en demeure pas moins une nécessité démocratique.

Les nouveaux modèles

Si les médias émergents peuvent se compter sur les doigts d'une main au Québec — notamment les « pure player » comme on les appelle en Europe (c'est-à-dire uniquement sur le web), mais également les magazines — il en existe plusieurs centaines en France. Tellement que, depuis quelques années, un syndicat de la presse indépendante existe, le Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne, le Spiil. On retrouve même des incubateurs, des espaces de coworking et des accélérateurs de projets médiatiques, qui ont tous pour but d'aider de nouveaux médias à prendre leur envol et à les accompagner dans un modèle d'affaires et éditorial à long terme. L'épine des médias numériques, comme les traditionnels, c'est le financement. Trouver le modèle d'affaires qui permettra aux artisans de l'information de vivre et survivre reste un immense défi. Les publicitaires délaissent le papier, mais ne rapportent pas de revenus suffisants sur la toile. La population, habituée à la gratuité, résiste à payer pour s'informer. Les subventions institutionnelles se font rares, diminuent, et vont souvent aux grands joueurs. Pourtant, des modèles comme *Mediapart* réussissent à ne vivre que de leurs abonnés (grâce à un marché plus peuplé qu'ailleurs, fait important à noter pour la possible exportation d'un tel modèle dans un marché comme celui du Québec, par exemple). D'autres projets comptent aujourd'hui sur le financement populaire. Plusieurs, ici, ont eu recours à des campagnes de sociofinancement, comme *Ricochet*, *Caribou*, et d'autres y ont fait appel en temps de difficultés financières, comme *Nouveau Projet* et *Le Devoir* et Pamplemousse. Et dans ce dernier cas, la campagne de financement publique n'a malheureusement pas suffi à assurer la survie du média.

Préserver l'indépendance des médias

À l'abri de la concurrence, de la dépendance publicitaire et du contrôle d'une poignée d'actionnaires qui dictent la ligne éditoriale et l'orientation de contenus, les médias indépendants peuvent se permettre du recul, du temps, la vérification des faits, et des angles inédits.

Travailler ensemble

Pendant longtemps, la Fédération professionnelle des journalistes présidée par Bryan Myles a refusé d'envisager une aide de l'État aux médias. Ayant récemment complètement changé de position la FPJQ siègera au comité d'établir les critères pour l'aide fédérale annoncée à l'automne 2018. Le Devoir, maintenant dirigé par M. Myles, aimerait maintenant bénéficier de toute aide gouvernementale. Le média indépendant centenaire et ses alliés de la Coalition pour la pérennité de la presse d'information au Québec ont récemment fait des sorties afin de revendiquer une aide publique pour les médias. *Ricochet* et quelques autres médias, dont l'*Agence Science-Presse* et *Le Journal des voisins*, ont tenté de joindre leurs voix à cette coalition — sans succès à la suite d'une approche auprès de M. Myles.

Voilà qui est bien dommage, alors que nous aurions tout à gagner à nous allier. Il est essentiel de s'unir, alors que nous vivons tous les mêmes enjeux de financement.

Nous ne sommes plus à l'ère de la compétition. Chacun a sa place dans la sphère médiatique québécoise. Si nous considérons les médias comme un outil démocratique permettant une meilleure compréhension de nos sociétés, une pluralité des voix et des points de vue doit être encouragée, entre nous, en s'alliant plutôt qu'en se faisant concurrence, et par l'État, par une aide financière publique.

Quant aux craintes d'ingérence de ce dernier dans le contenu produit, le modèle de Radio-Canada, une société d'État faut-il le rappeler, permet de constater qu'un financement public n'empêche en rien une couverture journalistique et critique en bonne et due forme du gouvernement et des autres sociétés d'État.

Dans l'éventualité où une aide publique serait accordée, celle-ci pourrait également être gérée par nos entités professionnelles, soit la FPJQ, l'AJIQ et le Conseil de presse. En France, une enveloppe budgétaire dédiée aux médias est assurée, peu importe le parti au pouvoir. D'autres initiatives collectives existent, comme le site Web français jaimelinfo.fr, qui réunit plus d'une centaine de médias que le public peut financer à la carte. Même chose aux États-Unis, avec la très récente apparition de Civil.co, une plateforme qui héberge des rédactions de partout dans le monde financé par le public via une cryptomonnaie interne, permettant la décentralisation complète de la plateforme.

Nos recommandations

Les conditions socioéconomiques des journalistes indépendants s'apparentent à celles de nombreux artistes et sont caractérisées par la précarité d'emploi, le faible niveau de rémunération et l'absence de protection sociale. Une statistique résume assez bien la situation : dans les 30 dernières années, les

revenus moyens des journalistes pigistes ont diminué d'un peu plus de 30 %. Cette stagnation des revenus s'explique essentiellement par l'absence d'indexation des tarifs payés aux journalistes indépendants.

Cette tendance à la précarisation des journalistes est très bien documentée et des études montrent que la dégradation des conditions de travail des journalistes va de pair avec la baisse de la qualité de l'information.

Dès 2003, le rapport Bernier sur les *besoins de protection sociale des personnes en situation de travail non traditionnel* recommandait de mettre en place un régime-cadre de représentation collective pour les travailleurs autonomes, et citait spécifiquement le cas des journalistes indépendants. En 2010, le rapport du Groupe de travail sur l'information au Québec proposait quant à lui de s'inspirer de la *Loi sur le statut de l'artiste* afin de mettre en place un régime de négociation collective pour les journalistes pigistes qui permettrait de fixer des conditions minimales de travail et d'établir les clauses d'un contrat type.

Le niveau de concentration de la propriété dans le secteur des médias d'information au Canada est l'un des plus élevés au monde. Depuis l'adoption de la politique culturelle de 1992, on a assisté à un mouvement de concentration et de convergence sans précédent si bien que le marché québécois est aujourd'hui contrôlé par des oligopoles tant dans les secteurs de la presse écrite (quotidiens, hebdomadaires, magazines) que des médias audiovisuels (radio, télé).

En 2013, une étude du Conseil de presse du Québec soulignait d'ailleurs que la convergence d'intérêts commerciaux, publicitaires et corporatifs au sein des grands groupes de presse menace l'indépendance journalistique.

En l'absence d'un cadre de négociation collective, cette situation désavantage nettement les journalistes indépendants qui n'ont pratiquement aucun pouvoir de négociation individuelle face aux grands groupes de presse qui en profitent pour maintenir leurs tarifs au minimum et pour imposer les contrats abusifs. Pour rééquilibrer la situation, une intervention publique concertée des différents paliers de gouvernement visant à assurer une régulation adéquate du secteur des médias et des télécommunications est urgente et nécessaire.

Nous proposons donc de mettre en place des programmes de financements calqués sur ceux destinés au secteur culturel :

- **Un soutien au fonctionnement ou à projet pour les organismes à but non lucratif;**
- **Des crédits d'impôts, prêts et garanties pour les entreprises à but lucratif;**
- **Un soutien direct aux journalistes indépendants par le biais de bourses de recherche, de formation, de création ou de production;**
- **Reconnaître les journalistes indépendants comme des travailleurs culturels ayant droit à la négociation collective au même titre que les artistes;**
- **Considérer les médias d'information comme des organisations culturelles qui peuvent et doivent être admissibles à un soutien public, similaire à celui offert aux industries culturelles et aux organismes artistiques.**

En plus d'aider les médias traditionnels à traverser la crise actuelle, un tel financement permettrait également de favoriser l'émergence de nouveaux médias qui explorent des modèles économiques, techniques et éditoriaux offrant de nouvelles voies au journalisme indépendant de qualité. Il ne suffit pas de sauver les médias existants, il faut aussi soutenir l'innovation et la relève en journalisme.

Conclusion

La presse vit une crise. On en parle abondamment depuis maintenant quelques années. Mais, une fois ce constat établi, qu'en est-il de son avenir? Au lieu de toujours parler de coupures, de la disparition du format papier, de la mort de certaines initiatives médiatiques, ne pourrait-on plutôt évoquer des solutions, des idées, réelles et concrètes, et arrêter de se cantonner dans le virage numérique, opéré depuis déjà longtemps par plusieurs, pour justifier l'immobilisme de nos médias? Car des solutions, il y en a, et elles passent notamment par l'indépendance des médias et par le fait de rétablir le lien de confiance entre les citoyens et la presse. Si les médias ont longtemps été considérés comme chiens de garde de la démocratie, leur système économique, les rapprochements politiques à des fins mercantiles et l'opinion des chroniqueurs qui supplantent les faits ont sérieusement étiolé la crédibilité des nouvelles.

Avec raison. Il est vrai que les temps sont durs pour les médias : compressions, disparition accélérée de la presse régionale, liens entre politiques et médias, changement de modèle d'affaires incertain, baisse d'inscriptions dans les programmes universitaires de journalisme; il est facile de dresser un sombre portrait de la presse. Il faut dire que personne n'a la formule magique du futur modèle d'affaires. Bien sûr, les médias se passeraient de publicités, ou de financement institutionnel, qui tentent souvent d'influencer le contenu. C'est pourquoi il est important de repenser les modèles d'affaires des médias.

Les plus optimistes diront que c'est justement en temps de crise que des solutions créatives émergent, que l'innovation et le renouvellement des méthodes, à la fois du métier et du modèle, se produisent.

Il est nécessaire que l'information se maintienne, se dépasse, et participe à la transformation de la société, peu importe les crises et les changements que le milieu subit. La survie des médias reste un combat de tous les instants, mais pas impossible à gagner. C'est le médium qui change, et non les façons de faire. Il est important de rappeler aux gens que le journalisme est un métier, qui s'apprend, qui s'exerce, et surtout, qui se paye.

Une aide étatique, du financement populaire, des aides publiques; les médias n'ont, aujourd'hui, par le choix de diversifier leurs sources de revenus. Ils peuvent également travailler ensemble, en s'alliant pour produire du contenu pertinent. On l'a vu avec les Panama et les Paradise Papers; s'unir pour dénoncer la corruption mondiale est une bonne chose. Il est certain que l'indépendance des médias reste un enjeu crucial pour que ces derniers demeurent crédibles, gagnent la confiance publique et surtout, puissent continuer d'agir comme chiens de garde de la démocratie.