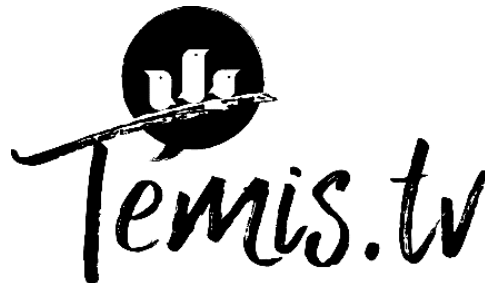


L'avenir des médias en région

Mémoire présenté à la
Commission de la culture et de l'éducation

dans le cadre du mandat d'initiative sur l'avenir des médias d'information

Document préparé par



La Télévision communautaire du Témiscamingue

**3, rue principale sud
Notre-Dame-du-Nord (Qc) J0Z 3B0
Téléphone : 819 723-2814
Courriel : info@temis.tv**

Rédigé par Chloé Beaulé-Poitras, directrice

À propos de l'organisme

La Télévision communautaire du Témiscamingue (TV Témis) est née il y a 22 ans de la volonté des citoyens de se doter d'un média d'information local, soucieux des réalités qui touchent directement la population. **TV Témis** a pour mission de mettre en valeur toutes les sphères sociales du Témiscamingue et contribue ainsi au rayonnement de la région. En tant que seule station de télévision locale, son travail assure la transmission d'une actualité de proximité, un élément essentiel dans la dynamique d'un territoire. Par ses actions, **TV Témis** contribue à dynamiser le milieu, à développer un sentiment d'appartenance fort, une solidarité et une fierté témiscamienne.

Depuis maintenant 5 ans, une nouvelle équipe de gestion est en place assurant ainsi la relève de l'organisme. Cette nouvelle équipe, ayant tout aussi à cœur la promotion de la région et de ses enjeux, est déterminée à produire du contenu de qualité qui brise le mythe de télévision pauvre, encore parfois accolé aux télévisions communautaires.

Par ailleurs, j'aimerais soulever le fait que bien d'autres médias à travers le Québec sont ou seront à la recherche de relève et qu'un accompagnement ou de l'aide en ce sens va devenir nécessaire pour inciter des jeunes ou moins jeunes à se dévouer pour leur région, en s'appropriant cette belle mission qu'est de capter et retransmettre le pouls d'un territoire. On parle souvent d'incitatif pour la relève agricole, pour la relève entrepreneuriale, mais une relève médiatique aussi devrait faire partie de l'équation.

Dans le cadre du mandat d'initiative sur l'avenir des médias d'information, dont est chargé la Commission de la culture et de l'éducation, notre organisme croit qu'il est important de mettre en lumière les réalités de milieu témiscamien en matière d'information, de la perspective d'une télévision communautaire et comme média d'information local.

Présence régionale et valorisation du rôle local de l'information

La réalité particulière du Témiscamingue

Le territoire témiscamien a la chance d'être bien desservi en matière d'information locale de qualité, avec 3 médias indépendants ayant à cœur l'information de proximité : la station de radio **CKVM**, le journal **Le Reflet** et **TV Témis**. À cela s'ajoute la présence de deux journalistes attitrées sur le territoire, l'une pour **Radio-Canada Abitibi-Témiscamingue** et l'autre pour le journal **L'Éclat** (anciennement **La Frontière**). Ainsi, les Témiscamiens(nes) bénéficient de plusieurs sources d'information en matière d'informations locales. Mais cette chance demeure précaire parce que tenu à bout de bras.

Ce portrait est bien particulier puisque la plupart des régions ailleurs au Québec ont perdu leurs antennes régionales en matière d'information, tant au niveau de la radio, de la presse écrite que de la télévision, en terme de couverture nationale.

Par ailleurs, même si le territoire bénéficie d'une telle couverture de façon locale, il faut tout de même souligner qu'il est rare que le Témiscamingue soit mis de l'avant sur le plan national, ce qui a pour effet d'en faire une région encore méconnue. À ce sujet, je porte votre attention sur le **Rapport Payette** :

« Le rapport de Mme Payette souligne que les disparités sont très grandes entre les régions en matière d'accès à une information locale et régionale diversifiée. On note également que la «montréalisation» de l'information accentue le clivage entre les régions éloignées et les grands centres. Très souvent, on ne traite des régions dans les médias nationaux qu'à l'occasion de faits divers spectaculaires ou de fermetures d'usines.»

source- Pour une information au service de l'intérêt public, orientations du Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, 2011

Force est de constater que 8 ans plus tard, c'est toujours le même constat face au manque de couverture nationale des régions, sauf en cas de tragédie.

À ce sujet, puisqu'il existe une télévision communautaire dans la plupart des régions du Québec, peut-être qu'un temps d'antenne sur le réseau public provincial pourrait être alloué à des émissions communautaires dignes de l'intérêt national ou inter-régional. Une autre option serait qu'un canal spécifique au contenu régional de tous les coins du Québec soit diffusé nationalement, permettant une meilleure connexion et un sentiment d'appartenance plus fort à travers tout le Québec. Le contenu pourrait être sélectionné selon la qualité et ceci stimulerait la créativité et encouragerait les TCA à se dépasser dans leurs productions, tout en contribuant au rayonnement de l'actualité régionale à travers tout le Québec. Il me semble que ça pourrait être l'amorce d'une solution pour mettre de l'avant la valorisation du rôle local de l'information, et ce à même des moyens déjà existants.

J'aimerais également ajouter que j'ai pris connaissance de la demande déposée par le député de Rimouski et porte-parole du Parti Québécois en matière de développement régional et de ruralité, **M. Harold LeBel**, qui demande à la **Commission de la culture et de l'éducation** que les auditions concernant l'avenir des médias d'information régionaux se tiennent dans les régions. Je tiens à souligner que j'appuie cette demande qui démontrerait justement que la démarche se soucie réellement des réalités régionales et s'y intéresse au-delà des écrits.*

**Mise à jour : Suite aux audiences du 11 octobre 2019 à Rouyn-Noranda, je tiens à remercier la commission d'avoir répondu favorablement à cette demande.*

Financement aux entreprises et organismes dans l'atteinte de l'équité fiscale

Les télévisions communautaires contrairement à la presse écrite et aux radios commerciales, ne peuvent compter sur la publicité commerciale pour assurer sa viabilité. Les Télévision communautaires autonomes (**TCA**) comptent donc sur les revenus de publicités gouvernementales, qui malheureusement montrent une baisse, au profit des investissements du gouvernement sur le web. Malgré que la plupart des télévisions communautaires aient des sites web pour accueillir de telles pubs, cette avenue est encore très peu utilisée par les instances gouvernementales.

Depuis quelques années, la **Fédération des Télévisions communautaires autonomes (FédéTCA)** fait des pressions auprès du gouvernement pour que chaque ministère respecte le décret demandant que 4% des placements publicitaires soient fait dans les médias communautaires. On constate que la plupart des ministères n'ont jamais atteint cet objectif de 4 %. Il serait donc intéressant que le soutien gouvernemental commence d'abord par l'application systématique de ce décret par chaque ministère, ce qui apporterait un revenu garanti aux médias communautaires.

Je profite aussi de cette tribune pour mettre en lumière les réalités des autres médias de la région, puisqu'ils sont davantage touchés par les bouleversements actuels et ainsi leur pérennité est menacée. Il serait déplorable de les voir disparaître tout comme c'est le cas ailleurs dans la province.

Permettez-moi de faire une parenthèse sur la réalité avec laquelle doit conjuguer notre journal local. **Le Reflet Témiscamien inc**, un journal hebdomadaire gratuit, a mis sur le marché son premier numéro en 1991. Étant le seul média écrit d'information au Témiscamingue, le journal **Le Reflet** ne fait pas dans le sensationnalisme. Il respecte sa population et lui offre un contenu varié et pertinent. Depuis plus de quinze ans, le journal dessert deux provinces, le Québec et l'Ontario.

Dans un domaine comme celui des médias où les joueurs nationaux occupent une place prépondérante, il n'est pas facile d'augmenter les revenus publicitaires, seuls et uniques revenus du journal. Depuis plusieurs années, les journaux au Québec sont confrontés à l'arrivée massive des géants du Web qui ont amassé une partie importante des revenus publicitaires nationaux. Bien entendu, **Le Reflet** n'a pas été épargné, et pour cette entreprise, c'est devenu un combat de tous les jours de réussir à maintenir le journal à flot. Contrairement à la pensée populaire, les gens ne vont pas chercher toutes leurs informations sur les réseaux sociaux. La place du **Reflet** demeure importante pour la communauté.

Par ailleurs, une pigiste pour la section Ontario dans le journal **Le Reflet** pour les Franco-Ontariens de Temiskaming Shores, tenait à nous partager ses propres constats. Selon Dominique Roy, pigiste pour le journal **Le Reflet** et enseignante à l'école Sainte-Marie de New Liskeard, « Ils [les francos-ontariens] sont des lecteurs assidus et ils viennent même me relancer jusqu'à l'école pour me parler de sujets qu'il faut absolument aborder dans le journal » Pour eux, **Le Reflet**, **CKVM** et **TV Témis** sont des tribunes d'une grande importance, et nous jugions important de souligner cette réalité puisqu'il est particulier que des médias d'une province, desservent une communauté de l'autre côté de la frontière.

Sachant l'importance du médium dans la région, est-ce que des journaux tels que le journal **Le Reflet**, au cœur d'une population comme le Témiscamingue, ne devraient pas bénéficier d'une reconnaissance ou d'un statut particulier, afin d'accéder à un soutien complémentaire du gouvernement ? Il faut définitivement réfléchir à une façon de préserver les médias indépendants et fragiles qui gardent actuellement le phare des régions, ou encore mettre en place des actions qui favoriseraient l'émergence de médias dans les régions qui les ont vus disparaître.

La situation est assez semblable du côté de la station de radio **CKVM**, telle que vous pourrez en prendre connaissance dans le mémoire déposé par son directeur **M. Louis Kirouac**

Viabilité des modèles d'affaires à l'ère du numérique

Il faut d'abord préciser que le fonctionnement des **TCA** est basé sur un modèle d'affaires bien différent des médias traditionnels. Alors que ces derniers comptent presque exclusivement sur les revenus publicitaires, la plupart des **TCA** bénéficient d'une aide au fonctionnement du **Ministère de la culture (MCCQ)**, un atout qui leur permet d'assurer un fonctionnement minimal de l'organisme. Par ailleurs, plusieurs **TCA** ont aussi la chance d'avoir une licence pour la diffusion d'un bingo sur leurs ondes, ce qui représente une source de revenus considérables. Aussi, les télévisions qui ont l'équipement et le personnel pour le faire, peuvent se doter d'un service de création de vidéos corporatives, ce qui, avec la montée en popularité de la diffusion vidéo sur les réseaux sociaux, est un créneau d'affaires en forte croissance.

Toutefois, cette diversité de revenu vient avec son lot de gestion et ce ne sont pas toutes les télévisions qui ont l'expertise et surtout suffisamment d'employés pour soutenir ces modes de financement.

D'abord, pour avoir droit à la subvention du **MCCQ** il faut respecter certains critères dont la production minimale de **quatre heures de contenu original par semaine**. Nous croyons que cette exigence fait en sorte que d'exiger ce volume de production nuit à la qualité des émissions produites et contribue à alimenter l'image de télévision pauvre qui est accolée aux télévisions communautaires. En effet, produire quatre heures de contenu dans un contexte d'une petite équipe comme la plupart des télévisions communautaires, oblige à penser et réaliser des émissions nécessitant le moins de montage et d'artifices possibles, puisque le montage est une tâche qui peut monopoliser une semaine entière pour une heure de contenu. Et tout ça, pour avoir une aide d'un peu plus de 30 000 \$ par année, ce qui ne couvre pas le salaire d'un seul employé. En production télé conventionnelle, pour produire une émission d'une heure avec un bon montage, des belles images et un bon dynamisme, il faut mettre de 20 à 40 heures de montage seulement, sans compter la coordination et le tournage. Donc vous comprendrez que multiplié par quatre, on a besoin de plus de 2 personnes à temps plein uniquement pour le montage, et donc que la subvention exige plus de temps que l'argent qu'elle fournit. Alors pour remplir cette exigence, les télé-communautaires s'organise pour créer du long contenu, des longues entrevues sans montage, des captations stagnantes de spectacles et de conférences, bref on étire la sauce et du même coup, on élimine le dynamisme, le mordant et aussi l'intérêt du spectateur.

Par ailleurs, j'aimerais souligner la réflexion soulevée par Mme la Députée de Taschereau, Catherine Dorion, lors des audiences du 27 août 2019 qui suggérait que plutôt de demander indirectement de l'argent par la publicité, de demander un meilleur investissement directement au fonctionnement. Je dois dire que ce serait effectivement plus concret comme aide. Il faut dire que parmi toutes nos sources de revenus (télé-bingo, vidéos corporatives, levée de fonds annuelle, etc), tous ces moyens nécessitent du temps, et donc le temps consacré au financement est du temps en moins consacré à notre mission première qui est de capter et diffuser du contenu local.

D'autant plus qu'avec la montée de la consommation vidéo sur le web, les vidéos se doivent d'être attrayantes et dynamiques pour capter l'attention des internautes. D'un côté, on demande aux télévisions de s'adapter à l'ère du numérique, mais de l'autre on leur demande encore de produire de longs contenus qui ne reflètent plus la réalité médiatique d'aujourd'hui, et le tout dans le but de maintenir une subvention qui couvre à peine le salaire d'un seul employé. À ceci s'ajoute l'exigence de produire une heure d'information locale par semaine, et encore là, bien que les sujets d'actualités sont innombrables à chaque semaine, remplir une case horaire d'une heure, si on veut que le tout soit dynamique, nécessiterait une semaine complète de production. Nous suggérons de réduire cette exigence à trente minutes de qualité par semaine plutôt qu'une heure moins dynamique et qui s'exporte moins bien sur les réseaux sociaux.

Plusieurs **TCA** se sont adaptées à l'ère numérique en publiant des émissions et des reportages en ligne et sur les réseaux sociaux, et chacune a constaté que ce virage apporte une série de tâches supplémentaire. Il faut exporter les reportages à la pièce, dans un format numérique qui diffère de ceux présenté à l'antenne, il faut dynamiser le montage si on veut capter l'attention en plus du temps pour programmer les publications. Dans ce contexte, il va de soi qu'il faut revoir les exigences de financement des **TCA** pour l'adapter aux réalités numériques.

Aussi, pourquoi ne pas instaurer un système d'appel de projets en création télé et numérique, destinées aux télévisions communautaires, afin d'encourager les initiatives. Ainsi, les télévisions

qui désirent consacrer plus de temps et d'argent pour produire du contenu de meilleure qualité auraient la chance de voir ces initiatives supportées.

Par ailleurs, le fait que les **TCA** dépendent du réseau câblé pour la diffusion et même pour certaines télés pour le financement, alors que cette industrie est en déclin, nécessite de réétudier le modèle de diffusion actuel afin de retrouver le public maintenant débranché du câble. Pour se faire, il est de plus en plus discuté parmi les membres de notre Fédération et même avec les autres médias communautaires, de mettre sur pied une plateforme web pour mettre en valeur et assurer une meilleure diffusion et reconnaissance du contenu local et régional, un peu comme le **TOU.TV** des médias communautaires.

Rappelons que cette idée de plateforme ou d'une mise en commun de l'information locale des régions du Québec avant été suggérée par Madame **Dominique Payette** lors de la publication de son rapport, et qu'il avait été confié à **Télé-Québec** d'analyser la viabilité de ce projet. De cette consultation est née **La Fabrique Culturelle**, qui bien qu'elle mette en valeur la culture et les arts de partout au Québec, demeure un produit créé par **Télé-Québec** avec ses propres réalisateurs et non par les médias locaux qui sont directement dans le milieu et qui remplissent déjà se rôle de valoriser le milieu local. Par ailleurs, ce n'est pas seulement l'art et la culture qui devraient être mis sous les projecteurs, mais tous les enjeux, préoccupations et réalités socio-économique des régions.

Aussi, présentement la participation financière des câblodistributeurs est volontaire et donc optionnelle et le montant est fixé selon leur bon vouloir. Il serait donc primordial de revoir la norme à ce sujet et les obliger à transmettre une redevance au **TCA**, sachant que l'accès à l'information locale est l'une des raisons qui incitent la population à s'abonner au câble. Aussi, certains câblodistributeurs ont maintenant un nouveau revenu assuré par leur réseau internet, puisque les gens se désabonnent du câble mais augmentent leur consommation sur internet. Cependant, puisque ce ne sont pas des revenus provenant du câble, les **TCA** n'ont pas accès aux redevances issues du web, alors qu'elles contribuent elles aussi à dynamiser internet.

En terminant, j'espère que ces quelques réflexions vous auront éclairées sur les réalités que nous vivons et pourront amener des pistes de solutions viables et durables. L'information locale, sa qualité, sa pérennité et son indépendance sont des enjeux qui ont des impacts sur plusieurs sphères sociales.

-fin-