

Pour une information locale de qualité

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

par TopoLocal

le 9 mai 2019

Présentation de l'auteur

Ce mémoire est déposé par TopoLocal, un média numérique local qui diffuse des nouvelles sur internet depuis cinq ans dans la grande région de Saint-Jérôme.

TopoLocal appartient majoritairement à Charles Michaud et Louis-Xavier Michaud. Ils sont, respectivement, père et fils.

Charles Michaud a été photographe, journaliste, éditeur et cadre supérieur dans la presse imprimée régionale toute sa vie. Au moment de son départ à la retraite à la fin de 2012, il était, depuis six ans, vice-président du secteur des journaux régionaux de Québecor.

Il a notamment siégé au conseil d'administration d'Hebdos Québec, dont il a été président durant deux années, ainsi qu'au Conseil de presse du Québec.

Louis-Xavier Michaud a été journaliste et a agi comme directeur de l'information pour plusieurs journaux régionaux. De 2009 à 2014, il a pris en charge le virage numérique des journaux régionaux de Québecor, supervisant la formation des journalistes multimédia ainsi que le lancement de nombreuses publications.

Il a quitté Québecor à la fin de ce que plusieurs ont nommé « la guerre des hebdomadaires » alors que cette entreprise débutait la cession de tous ses journaux régionaux à TC Média.

En 2014, ils fondent ensemble TopoLocal, un média numérique résolument local, indépendant. La politique d'information de TopoLocal place le lecteur au-dessus de toute autre considération.

TopoLocal s'adapte à toutes les plateformes: internet, applications, courriel, texto... TopoLocal combine des textes, des vidéos, des photos et des enregistrements audio pour traiter chaque information de façon optimale.

Notre position en quatre idées

- Le modèle d'affaires des journaux est brisé. Pourtant, ils sont au coeur de la conversation publique dans plusieurs communautés au Québec.
- Cette conversation doit être basée sur des faits et reposer sur une éthique journalistique professionnelle. C'est vital au fonctionnement de la démocratie.
- Une presse libre et indépendante est indispensable à notre vie collective, autant sur le plan national que dans les petites communautés.
- Nous affirmons que l'avenir des médias d'information sera numérique et désirons rappeler qu'il n'y aura pas de journalisme sans journalistes.

Des journaux sans journalisme

Les journaux régionaux, quand il en reste, consacrent presque tout leur argent à l'achat de papier, d'essence, d'encre et à payer de la main-d'oeuvre qui imprime, distribue, gère, facture et vend de la publicité.

Une longue analyse n'est pas nécessaire. Il suffit de feuilleter n'importe quel journal régional pour mesurer la place accordée à l'information: l'emploi le moins bien représenté dans un journal est celui de journaliste.

Ce n'est pas étonnant que cette industrie soit en crise. Sa mission fondamentale est devenue une arrière-pensée. C'est la distribution du contenant, plutôt que le contenu, qui est devenu le commerce et le modèle d'affaires de ces entreprises.

Les journaux n'ont pas parlé de crise quand ils réduisaient les effectifs de rédaction et l'espace consacré aux nouvelles. Ils ont invoqué une crise quand est survenue la migration de leurs clients publicitaires vers des solutions numériques.

Ce mouvement vers d'autres supports existe depuis plusieurs années et on ne pourra visiblement pas compter sur cette industrie pour trouver des solutions novatrices pour améliorer l'information accessible à l'âge du numérique.

C'est l'écrit, et non l'imprimé, qui est indispensable

La presse écrite est indispensable. Dans un monde en déficit d'attention, la rédaction et la lecture imposent une organisation des idées et leur expression cohérente. Rédiger un texte exige de la rigueur et de la précision. Mettre les événements en contexte exige une analyse. La lecture d'un texte s'accompagne inévitablement d'une réflexion.

Hélas, imprimer des nouvelles sur du papier et distribuer des exemplaires sur le territoire est un moyen dépassé. C'est lent, c'est polluant, ça pose des limites d'espace, ça handicape la qualité des illustrations et, dans le monde d'aujourd'hui, c'est souvent désuet avant d'avoir été distribué.

Le marché a changé

Le modèle d'affaires des journaux à distribution gratuite, basé uniquement sur la publicité, est désuet.

Le marché de la publicité rapetisse parce que les grands annonceurs de ce monde rejoignent leurs clients directement. Sans intermédiaire. Pour faire un peu d'étymologie, sans médias.

Les clients publicitaires des journaux, grands comme petits, se sont tournés vers des multinationales. Ces géants ont offert des moyens publicitaires innovateurs.

Embourbés dans leurs solutions marketing locales du siècle dernier, les journaux ont tenté sans trop de succès d'imiter Google et Facebook, ou encore se sont mis à revendre directement ces mêmes produits.

Un média numérique à échelle humaine

Avec TopoLocal, nous avons créé des solutions publicitaires numériques à échelle humaine qui permettent à nos clients de comprendre ce qu'ils achètent tout en investissant dans le journalisme de proximité.

Nous avons aussi demandé à nos lecteurs de contribuer à notre pérennité financière en devenant des abonnés payants.

Le fondement est simple et traduit la véritable mission d'un média d'information: nous préférons devoir la vérité à nos lecteurs plutôt que de devoir notre existence à des annonceurs.

Remettre le journalisme au centre d'un journal

TopoLocal a créé un média qui consacre tous ses revenus à produire de l'information pour le bénéfice de la collectivité, en pleine transparence quant à la popularité de nos publications. Puisque les revenus des médias rapetissent, il faut s'assurer que chaque dollar soit consacré à la couverture de nouvelles.

Il serait ridicule de faire moins de journalisme pour faire plus de papier.

Au risque de sombrer dans la formule, nous dirions que les petites nouvelles locales sont peut-être quelque chose comme des grandes nouvelles. Un journaliste local écrit pour des lecteurs qui connaissent les personnes dans l'actualité, et qui, pour la plupart, ont été des témoins voire des acteurs des événements. Cela leur impose un niveau de justesse et de rigueur exceptionnel.

Ce qu'il faut sauver de la presse régionale, ce n'est surtout pas le papier. C'est une proximité qui fait l'équilibre de la complicité et de la rigueur. C'est le journalisme et sa « poursuite sans relâche de la vérité ».

C'est ce à quoi nous nous consacrons au quotidien avec TopoLocal, qui vise à faire circuler librement les idées de tous, qu'elles plaisent ou non aux pouvoirs publics ou privés en place. Tout cela sans gaspiller la moindre feuille de papier.

Une aide ciblée vers l'information

Le jour où les gouvernements décideront de sauver l'information, ils doivent s'assurer que l'argent du public soit dépensé en journalisme et non pour réduire les coûts d'une industrie qui perpétue le gaspillage.

Pour ne pas que l'argent du public serve à payer de l'essence et du papier, et à éponger d'autres pertes, il sera nécessaire que les programmes aident directement l'embauche de nouveaux journalistes, nettement au-delà d'un plancher existant avant la création du programme.

Le programme actuel d'aide aux médias empêche les propriétaires de médias locaux quasi-artisanaux de recevoir de l'aide quand ils écrivent dans leur média. Cela fait en sorte que beaucoup de petits médias n'y ont pas accès, dans des marchés où ils sont parfois seuls. Ce programme doit être repensé.

L'aide à la distribution de papier, si ce moyen survit, doit se limiter aux citoyens qui en feront expressément la demande, certainement pas à la distribution massive. Parce qu'on est en 2019!

Ce qu'il faut éviter à tout prix c'est une intervention rétrograde, qui ne fera que repousser le problème. Car sauver la presse imprimée ne sauvera ni l'information locale ni la presse écrite.

L'excellent rapport qualité/prix de l'information locale

Simplifions le calcul et projetons-le sur une seule municipalité régionale de comté(MRC).

Avec une aide ponctuelle de 12 millions de dollars pour l'ensemble du Québec, à peine 70 sous par Québécois, on pourrait distribuer environ 200 000\$ par année pour les 125 000 résidents de la MRC Rivière-du-Nord. C'est bien peu d'argent pour assurer à la collectivité une information de qualité.

Avec la structure actuelle d'un média comme TopoLocal, tous les frais seraient couverts et on pourrait employer trois journalistes qui n'auraient d'autre mission que d'informer chacun environ 40 000 personnes toute l'année.

Est-ce qu'une année suffirait pour convaincre 4000 personnes de contribuer à hauteur de 60\$ par année pour garder un média de qualité en vie? C'est un défi qu'il nous semble possible de relever!

Et même si on y mettait deux ou trois années, le programme aboutirait à une industrie en santé, écoresponsable, et affranchie de toute aide publique.