

CCE – 065M
C.P. – Avenir
des médias
d'information

AVENIR DES MÉDIAS D'INFORMATION

COMMISSION CULTURE ET ÉDUCATION

PRÉSENTÉ PAR CIEU-FM // SEPTEMBRE 2019



Mise en contexte

Diffusion communautaire Baie-des-Chaleurs inc., CIEU-FM, est une entreprise de communication indépendante, à but non lucratif et à propriété collective, créée et soutenue par les gens des MRC Avignon et de Bonaventure. Lors d'un forum régional à la fin des années 70, il fut convenu que la Baie-des-Chaleurs bénéficiait d'une faible couverture médiatique. Il a été suggéré que si sa population, principalement les jeunes, était mieux informée de ce qui se passe dans son milieu, elle développerait un sentiment d'appartenance fort et elle choisirait de demeurer dans la région ou de revenir après ses études. C'est ainsi que le projet de mettre en place une radio communautaire dans le sud de la Gaspésie est né. Depuis sa mise en ondes en octobre 1983, CIEU-FM a pour mission d'informer, de divertir et de servir les quelque 34 000 habitants de la Baie-des-Chaleurs.

CIEU-FM, ce sont douze employés à temps plein et trois à temps partiel. La programmation est enrichie par la participation d'une vingtaine de bénévoles. CIEU-FM est dirigé par un conseil d'administration bénévole composé de sept membres de son territoire élus démocratiquement à son assemblée générale annuelle. Étant un organisme à but non lucratif, l'objectif de la radio n'est pas de dégager des profits pour les actionnaires, mais plutôt de générer des surplus à réinvestir dans sa mission, dont l'information. Notre radio compte 300 membres individuels et 100 membres organismes.

CIEU-FM est membre de l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec. Et elle partage avec les 33 autres radios communautaires membres de l'association l'importance d'offrir à nos milieux une information locale et hyperlocale de qualité.

L'information : une importance capitale pour notre radio

Dès sa première mise en ondes en octobre 1983, CIEU-FM s'est donné un point d'honneur d'être le reflet de ce qui se passe dans son milieu, notamment par un service d'information crédible, efficace et libre. En région, il peut être tentant de céder aux pressions de clients commerciaux qui veulent contrôler les nouvelles qui seront diffusées. À CIEU-FM, il est impératif que notre service des nouvelles soit indépendant et que le département des ventes n'exerce aucune influence sur les choix éditoriaux. Il en va de la confiance que portent nos auditeurs à notre service d'information, même si cela peut se traduire par des pertes de revenus à court terme.

Au fil des ans, le nombre de ressources affectées à l'information a augmenté à CIEU-FM. Commencant avec un journaliste à temps plein, un poste à temps partiel a été ajouté

par la suite. Aujourd'hui, la radio affecte 36 % de son budget de programmation à l'information et elle compte deux journalistes à temps plein et un pigiste. Les besoins en ressources humaines sont toutefois beaucoup plus grands en raison des distances importantes à couvrir et de la transformation du métier de journaliste avec l'arrivée des plateformes numériques.

Chaque jour avec ses ressources, CIEU-FM produit neuf bulletins d'information pour une moyenne de 30 nouvelles et reportages diffusés chaque semaine. C'est donc la recherche, les entrevues, l'écriture des nouvelles et des reportages, la livraison des bulletins, la diffusion des nouvelles sur notre site Internet et l'animation des médias sociaux qui sont accomplies miraculeusement avec seulement deux personnes. À cela s'ajoutent les émissions spéciales réalisées pendant la période des Fêtes pour dresser le bilan de l'année ainsi que les débats et les soirées des élections en période électorale.

La radio : un média d'information de proximité

La radio, par son instantanéité, sa flexibilité et sa portabilité, est un média de prédilection pour faire de l'information. Rapidement, par la radio, la population peut être informée, où elle se trouve, d'une nouvelle économique majeure, d'une catastrophe naturelle à venir ou d'une information de sécurité publique importante. Soyons clairs, les radios communautaires, dont CIEU-FM, font de l'information de proximité au quotidien.

Il y a longtemps que les médias nationaux ne s'intéressent plus à l'actualité régionale sauf en cas de faits divers. Si les gens de la Baie-des-Chaleurs veulent savoir ce qui se passe dans leur milieu, ils n'ont d'autre choix que de se tourner vers les médias locaux. Et nous n'avons pas besoin de préciser que les Facebook, Twitter et autres médias sociaux n'informent pas les gens, ils ne servent qu'à relayer les nouvelles produites par nos journalistes.

La Baie-des-Chaleurs est desservie par neuf médias locaux ou régionaux. Puisque plusieurs d'entre eux couvrent un très grand territoire, ils ne peuvent se consacrer à l'information de proximité, comme nous le faisons à CIEU-FM. Nos journalistes ont l'habitude d'être seuls à couvrir une assemblée de conseil municipal et sortir une nouvelle qui sera reprise par la suite par les autres médias. Pour nous, il s'agit d'une priorité de se déplacer sur le territoire afin de « vivre » l'événement que nous couvrons. Une histoire n'est pas rapportée de la même façon par un journaliste qui a pu prendre le pouls de l'assistance d'une assemblée publique comparativement à un journaliste qui résume la soirée après avoir discuté avec une ou deux personnes présentes à l'événement. Se déplacer sur le territoire a un coût que nous avons choisi d'assumer

afin de nous assurer de réaliser pleinement notre mission et d'offrir à nos auditeurs une information de qualité.

La radio par sa flexibilité et sa rapidité à informer joue un rôle prépondérant lors de catastrophes naturelles ou de tempêtes hivernales. Même si les organisations régionales et municipales utilisent Internet et les réseaux sociaux pour informer la population, notre radio demeure le média privilégié pour savoir si les cours sont suspendus dans les écoles ou si la route 132 est fermée. Les matins de tempête, l'écoute à partir de notre site Internet est quatre fois plus importante qu'à l'habitude.

Si l'information de proximité est essentielle pour CIEU-FM et pour les autres radios communautaires, c'est que nous sommes issues du milieu et que nous nous devons de remplir la mission pour laquelle nous avons été créées.

Les nombreux défis de l'information locale et régionale à la radio

Faire de l'information est l'essence même de notre radio et des radios communautaires. L'information nous permet de garder un contact avec notre population. Toutefois, faire de l'information régionale, locale et hyperlocale comporte plusieurs défis.

D'abord, si les radios peuvent faire de l'information c'est avant tout en raison de leurs ressources humaines. Toutefois, leur recrutement et leur rétention sont de plus en plus difficiles. Si CIEU-FM peut compter sur une équipe permanente stable, il a fallu plusieurs années pour pourvoir le poste de pigiste dans le secteur ouest de notre territoire alors que celui pour le secteur est est toujours vacant.

Un autre défi de l'information régionale est le territoire à couvrir. CIEU-FM dessert un territoire de 7 881 km² où l'on retrouve 24 municipalités. Quand un média fait le choix comme nous de se déplacer, cette décision engendre des coûts importants pour une station. Les horaires des journalistes doivent aussi être adaptés afin d'assurer un équilibre entre la couverture sur le terrain, et le travail à la station pour livrer le bulletin d'information. De plus, lorsque nous sommes moins présents dans le milieu, il est plus difficile d'être au fait des enjeux qui retiennent l'attention de la population. N'ayant pas les moyens financiers actuellement d'agrandir notre équipe de journalistes afin d'assurer une présence plus assidue partout sur le terrain, nous avons choisi d'embaucher des pigistes issus des extrémités de notre territoire pour rapporter les histoires qui s'y déroulent.

Non seulement le territoire à couvrir nécessiterait l'ajout de ressources, mais toute la transformation de la profession de journaliste dictée par le numérique le réclamerait également. Il y a encore quelques années, le journaliste radio faisait la recherche pour

sa nouvelle, réalisait une ou des entrevues, écrivait sa nouvelle, préparait ses clips sonores et livrait le bulletin d'information. À tout cela s'ajoutent aujourd'hui la prise de photos ou la recherche de photographies pour illustrer sa nouvelle, quand ce n'est pas le tournage d'une vidéo, la mise en ligne sur le site Internet de sa nouvelle et le partage de cette même nouvelle sur les réseaux sociaux. Dans une radio comme la nôtre, le journaliste doit aussi suivre sa publication sur les médias sociaux afin de répondre aux questions ou modérer les commentaires. La tâche d'un journaliste a considérablement augmenté en raison du numérique et celle d'un journaliste radio l'est encore plus, car il ne doit plus juste penser à l'audio, mais aussi à l'image. En plus de l'impact sur les ressources humaines, le virage numérique, bien que nécessaire, a aussi un coût pour la création et la mise à jour d'un site Internet et d'une application mobile ainsi que pour l'achat des équipements nécessaires à produire le matériel destiné au numérique. Même si nous sommes un média traditionnel qui tire plutôt bien son épingle du jeu, n'ayant pas vu notre nombre d'auditeurs diminuer de façon draconienne dans les dernières années, nous n'avons pas le choix d'assurer une présence sur le numérique et de rester ouverts aux nouvelles possibilités pouvant s'offrir à nous.

La publicité : notre principale source de financement

CIEU-FM est une radio qui s'autofinance à 96 %. La publicité correspond à 90 % de nos revenus annuels. Les trois quarts de nos ventes publicitaires se font dans nos commerces locaux. Sans ces revenus, nous ne pourrions à peine assumer les coûts de base d'exploitation d'une radio restant peu de revenus pour l'information et la programmation. Nous croyons que c'est notre ancrage dans notre milieu ainsi que notre couverture des événements et des nouvelles qui s'y passent qui attirent les auditeurs chez nous et par le fait même nos clients commerciaux. Notre territoire ayant toutefois ses limites tout comme l'enveloppe budgétaire de nos clients, il est utopique de croire que nous pourrions financer avec les revenus publicitaires locaux un service de l'information à la hauteur de nos attentes et des obligations liées au numérique. Il ne faut pas oublier que nos clients dans notre région vivent de grandes pressions de la vente en ligne et font face à une concurrence féroce et inéquitable, tout comme nous avec les GAFAs. Ces entreprises réduisent, en raison d'une diminution de revenus, leurs investissements publicitaires quand ce n'est pas qu'elles cessent tout simplement leurs activités. En raison de cette fragilité du marché publicitaire, nous avons connu l'an dernier un déficit de 60 000 \$ comparativement à un surplus de 15 000 \$ l'année précédente.

Malgré tous les bouleversements du monde médiatique des dernières années, la radio ne s'éteindra pas de sitôt. Sa portée dans la population est toujours importante. Nous devons toutefois continuer à nous ajuster aux changements afin de répondre aux besoins d'être informé de notre population.

Recommandations et conclusion

Afin de permettre à CIEU-FM et aux autres radios communautaires de la province de poursuivre leur mission d'information, nous demandons au gouvernement du Québec de reconnaître le rôle essentiel que jouent les radios communautaires dans le droit du public à l'information.

Nous souhaitons aussi que le gouvernement du Québec soutienne le financement de journalistes dans toutes les radios communautaires afin d'assurer un minimum de couverture médiatique de proximité partout en province.

Finalement, nous espérons que le gouvernement revoie ses investissements publicitaires afin de ne plus se concentrer sur les grands réseaux radiophoniques qui se retrouvent uniquement dans les principales villes du Québec laissant pour compte toute la population des régions qui n'ont pas accès aux messages d'intérêt public de la part de leur gouvernement. Les radios communautaires deviennent une courroie de transmission incontournable dans ce contexte.

En conclusion, la radiophonie communautaire est une histoire de cœur et de passion. Les salaires offerts dans le milieu sont considérablement moins élevés que dans les grands médias privés même si le travail est autant, sinon plus exigeant en région et demande une polyvalence exceptionnelle. Nos équipes font de l'information pour l'impact majeur qu'elles ont dans leur milieu et pour assurer à la population d'avoir accès à tous les renseignements nécessaires pour exercer pleinement leur rôle de citoyen.

Merci de votre attention !