

CCE – 073M
C.P. – Avenir
des médias
d'information

CONSULTATIONS PARTICULIÈRES
AVENIR DES MÉDIAS D'INFORMATION

11 OCTOBRE
2019

RADIO MATAGAMI



PRÉSENTATION

Radio Matagami, exploite une licence de radio communautaire et opère sous le nom de CHEF 99,9 fm. En ondes depuis 2000, il y aura bientôt 20 ans que nous contribuons au maintien de la vitalité démocratique de Matagami, mais aussi de partout en Jamésie en produisant de l'information sur toutes les communautés de notre région. Station de micro marché, avec à son poste 2 employés, c'est avec fierté que nous déployons tous les efforts nécessaires pour parvenir à produire 5 jours semaine, un bulletin d'informations locales et régionales de 5 minutes.

24 heures par jour, 7 jours par semaine, CHEF 99 vibre au rythme de notre communauté. Ancrée dans le milieu, supportée par ses membres, notre radio est portée par sa mission d'informer la population sur les dossiers qui la concerne.

L'avenir des médias nous interpelle au plus haut point. C'est pourquoi nous saisissons l'opportunité de vous exprimer notre point de vue sur le rôle primordial que nous jouons. C'est avec conviction que nous croyons que notre vision peut contribuer à l'identification de solutions simples et efficaces susceptibles, de faire une différence.

Bien que le gouvernement du Québec ait fait l'annonce d'un programme d'aide pour les médias écrits le 2 octobre dernier, il faut comprendre que les

mesures annoncées sont un premier pas, mais que le problème fondamental des médias d'information n'est réglé d'aucune façon. Nous poursuivons nos représentations afin que le message de tous les médias, écrits, parlés, papiers, écrans, traditionnels, électroniques, et évidemment radiophoniques soit entendu.



L'avenir des médias nous interpelle au plus haut point. C'est pourquoi nous saisissons l'opportunité de vous exprimer notre point de vue sur le rôle primordial que nous jouons.

La radio communautaire; un média non épargné

La crise actuelle que vivent les médias ne touche pas seulement la presse écrite. La réalité est présente pour tous les producteurs d'information, dont Radio Matagami.

Il faut réaliser que les médias locaux sont tenus à bout de bras par une poignée de personne, spécialement dans les marchés régionaux et encore plus spécifiquement dans les micro marchés comme dans lequel nous évoluons. Pour illustrer notre propos et vous faire réaliser à quel point nos marges de manœuvre sont limitées, voire inexistantes, nous avons en moyenne depuis les quinze dernières années un surplus annuel d'opérations moyen de 812 \$. Au cours des 5 dernières années, nous avons connu des pertes importantes de plusieurs dizaines de milliers de dollars. Nous sommes depuis cinq ans en plan de redressement, ce qui nous permet de garder la tête hors de l'eau. Le principal ingrédient de ce plan est le support de la communauté de Matagami. Il est temps que le gouvernement et les intervenants régionaux mettent la roue à l'épaule. Malgré tout, nous maintenons notre production d'information de proximité, poursuivant fièrement notre mission.

Habitué depuis longtemps à faire beaucoup avec peu, nous sommes dans un sens victimes de notre performance. C'est un média essoufflé qui réclame de l'aide additionnelle.

Certes la disparition des quotidiens du Groupe Capital Média serait pour plusieurs «catastrophique», mais il ne faut pas perdre de vue qu'il y a

encore une énorme différence entre la disparition d'une quantité importante d'information et la disparition de toute l'information. Pour une communauté nordique comme Matagami, voir s'éteindre son seul média d'informations locales et régionales signifierait une baisse de 100 % de l'information locale, une disparition.

Dans un contexte généralisé de compressions budgétaires, les médias se concentrent de plus en plus uniquement vers les grands centres. La disparition des médias régionaux, au Nord-du-Québec, en Abitibi-Témiscamingue, en Gaspésie, sur la Côte-Nord créerait des déserts d'information. Les médias communautaires tels que Radio Matagami demeurent orientés vers les citoyens, vers les communautés qu'ils desservent et sont les seuls dans la plupart de ces marchés. Les préoccupations et l'aide du gouvernement ne doivent pas se concentrer que sur la presse écrite. Il faut préserver l'information et les radios communautaires font aussi de l'information.

Selon la Fondation de l'alphabétisation, 19 % des Québécois sont analphabètes et 34,3 % éprouvent de grandes difficultés de lecture. Il ne s'agit pas de fiction, ce sont des chiffres réels. Si l'on veut rejoindre l'ensemble de la population, il faut leur donner accès à l'information. Quand plus de 50 % de la population québécoise n'est pas en mesure de lire le journal, il faut supporter d'autres plateformes.

Valeur et coût de l'information

L'information d'intérêt public coûte cher à développer et ne rapporte pas directement. Les médias produisant cette information servent souvent à alimenter les gros joueurs issus des nouvelles technologies qui eux récoltent les profits. On a beau parler de valeur sociale, reste que l'information a aussi une grande valeur économique, mais force est de constater que ce n'est pas toujours le producteur du contenu qui en profite.

Les distributeurs de contenu, comme les multiples plateformes électroniques et les médias sociaux s'accaparent l'essentiel de la valeur marchande des auditoires et des revenus de publicité. Le grand paradoxe de cette histoire est que les médias dits traditionnels sont ceux qui alimentent en bonne partie les médias sociaux, ces derniers ne produisant pratiquement aucun contenu, mais monnayant les auditoires à grands frais. La valeur des auditoires est donc transférée des producteurs aux distributeurs.

La population n'a pas cessé de s'informer, elle s'informe simplement autrement. Ce sont les habitudes de consommation des contenus qui ont changées. À Matagami, c'est plus de 50 % de son budget annuel que CHEF 99 investi à la production d'information de proximité. Dans l'ensemble des radios communautaires du Québec, ce chiffre varie entre 25 et 40%. La tentation de réduire nos investissements peut être forte dans le contexte actuel de précarité financière, mais nous résistons. Réduire nos budgets d'information serait réduire d'autant notre pertinence, ce serait renier notre mission et notre mandat.

Il ne faut pas perdre de vue que produire l'information aujourd'hui coûte toujours de plus en plus cher. Les médias locaux ne sont plus des journaux, des radios ou des télévisions, ils sont maintenant des producteurs de contenus. C'est pourquoi nous devons maintenir des sites internet, alimenter les plateformes numériques, produire de l'oral, du texte, des photos, de la vidéo. Faire la transition au numérique, c'est beaucoup plus que changer un ordinateur ou une console de diffusion, cela implique un nouveau modèle d'affaires qui coûte de plus en plus cher alors que les revenus disparaissent à vitesse grand V.



Recrutement et rétention de la main-d'œuvre

Partout au Québec on parle de rareté de la main-d'œuvre et étonnement, malgré le fait que plusieurs médias ont largement diminué leurs effectifs en abolissant des emplois au cours des dernières années, le recrutement demeure un défi de taille pour les stations comme celle de Matagami.

La réalité est que les conditions salariales que nous pouvons offrir rendent difficile le recrutement et la rétention du personnel. Si la Fédération professionnelle des Journalistes du Québec (FPJQ) estime que le salaire moyen d'un journaliste se situe autour de 85 000 \$, il en est autrement pour les stations membres de l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec qui affichent plutôt une moyenne de 45 000 \$. Pour convaincre un candidat de quitter les grands centres pour s'établir en région, il faut lui offrir un salaire comparable à ce qu'il pourrait décrocher ailleurs, du moins s'en approcher.



PISTES DE SOLUTION

1 – Remettre le Programme d'Aide aux Médias Communautaires (PAMEC) en mode triennal au lieu de demandes annuelles.

Le PAMEC est essentiel pour des stations comme CHEF 99. Celui-ci représente 45 % de notre budget annuel. Le programme est administré sur une base annuelle. Ce mode place l'organisation en situation de précarité. Il est difficile de planifier nos opérations quand on ne sait pas quel montant nous sera accordé d'année en année. De plus, au moment d'écrire ses lignes (septembre 2019) Radio Matagami n'a pas encore reçu la confirmation du montant annuel qui lui sera accordé pour l'année en cours. L'adoption des budgets devient donc approximative. Un processus de demande triennale viendrait stabiliser les opérations de l'organisation. Aussi, il ne faut pas oublier que les équipes de travail sont minuscules. À Matagami, on peut parler d'équipe parce qu'elle compte 2 personnes, mais ailleurs en régions périphériques certaines stations ne comptent qu'un seul employé. Quand la charge de travail est portée à bouts de bras par une ou deux ressources, il nous faciliterait grandement la tâche d'avoir à compléter le processus une fois aux trois ans.

2 – Rattraper les retards du PAMEC stable depuis plus de 10 ans et l'indexer annuellement.

La subvention de fonctionnement reçue par Radio Matagami au cours des dernières années n'a jamais connu d'augmentation significative. Le Programme d'aide est gelé depuis 10 ans à 60 000 \$. Une simple indexation à l'Indice des prix à la consommation ferait en sorte que l'aide serait actuellement à environ 70 000 \$ si on utilise un scénario à 1,5 % par année.

Pour illustrer l'impact de ce gèle, même si les salaires offerts par Radio Matagami ont été gelés à l'inflation, la masse salariale a augmentée de 7% en dix ans, ce qui signifie que chaque année, l'aide relative diminue. Sur la même période, nous avons dû réduire notre budget annuel d'opération de 15%, sans réduire nos budgets de production d'information.

Pour les médias tels que Radio Matagami où leur journaliste représente le seul journaliste de la communauté, cette aide pourrait être bonifiée. On suggère d'établir le montant d'aide du PAMEC à au moins le salaire médian d'un journaliste au Québec, ce qui correspond à environ 78 000.00 \$ par année selon les Indicateurs du marché du travail produits par Emploi-Québec. Ce montant couvrirait le salaire, les avantages, les équipements, les déplacements, les ressources et les recherches.

3 – Garantir la présence d'au moins un journaliste dans chacune des radios communautaires.

L'Association des radiodiffuseurs Communautaires du Québec (ARCQ) propose au Gouvernement de garantir la présence d'un journaliste dans chacune des radios communautaires du Québec. Radio Matagami vient appuyer cette proposition. Selon nous, celle-ci représente une solution peu coûteuse, concrète et réaliste. La création d'un programme pour l'embauche de journalistes assurerait une couverture minimale à l'échelle des régions et investir dans le milieu communautaire protège l'indépendance de l'information. Éloignée de tout intérêt privé, la mission même de la radiophonie communautaire garantit un service local aux communautés desservies.

Nous sommes d'avis que la seule façon de se distinguer dans le contexte numérique actuel est de produire un contenu original et de qualité. Et pour ce faire, nous avons besoin de ressources, autant humaines que financières. L'ARCQ estime qu'un investissement additionnel de 45 000,00 \$ par station membre (34) est nécessaire. Ces sommes pourraient provenir d'une taxe aux intermédiaires (GAFA) qui monnayent le contenu d'autrui.

4 – Effectuer plus de placement publicitaire dans les médias locaux et communautaires.

En 1995, une mesure avait été mise en place afin d'inciter les ministères et organismes gouvernementaux à investir un minimum de 4 % de leur budget publicitaire en médias communautaires. On parle ici d'une mesure incitative et non d'une directive ou d'une Loi. En plus de n'avoir jamais été mis à jour en près de 25 ans, cet objectif n'a jamais été atteint. Nous sommes d'avis que cette mesure doit devenir une Loi et que ce pourcentage doit être mis à jour en fonction des réalités d'aujourd'hui. Une mesure qui ne coûte rien, qui fait simplement répartir différemment les sommes disponibles et qui serait profitable à l'ensemble des médias communautaires.

À l'image de la Loi sur le développement durable, où chaque Ministère ou société d'état ou organismes mandataires doit considérer cet élément dans chacun de ses projets, on demande à ce que des investissements publicitaires dans les médias locaux et communautaires soient rendus obligatoires.

De plus, nous croyons que les budgets publicitaires devraient être comptabilisés par région et non sur l'ensemble du Québec. En dépit de fluctuations importantes en matière de publicité gouvernementale, les montants investis dans plusieurs marchés sont demeurés très linéaires.

Dans un même ordre d'idée, le Gouvernement devrait s'engager à investir un minimum de 50 % de ses dépenses totales en publicité et communication auprès des médias producteurs de contenus, tous médiums confondus.

5 – Rendre déductibles d'impôts les contributions philanthropiques aux organismes de presse.

Le gouvernement du Québec devrait accorder un crédit d'impôt à nos différents donateurs. Cette mesure faciliterait nos activités de sollicitation et apporterait une valeur ajoutée aux contributions. Afin d'accroître le nombre de donateurs, une mesure fiscale pourrait être introduite à l'intention de ceux qui au moyen de dons soutiennent les organismes de presse, comme les radios communautaires.

Des efforts importants sont consacrés pour assurer la pérennité de Radio Matagami au cours des prochaines années. Sans le support du milieu, nous ne pourrions peut-être pas maintenir une couverture journalistique quotidienne. Malgré une situation qui demeure délicate, nous sommes confiants face à l'avenir.



50 %

part du budget alloué à l'information locale

15 %

niveau de réduction des dépenses annuelles

6 %

diminution annuelle moyenne des ventes

CONCLUSION

L'accès à l'information est une responsabilité collective et l'information de proximité provient des médias locaux, dont font partie les radios communautaires, qui comme les autres médias, ont elles aussi d'importants défis à relever. La radiophonie communautaire fait partie de la solution d'ensemble à établir pour le maintien de l'information sur l'ensemble du territoire québécois.

Des stations comme CHEF 99 font une différence dans leur milieu. Outil de développement et d'information, celle-ci est essentielle à la vie démocratique en offrant un accès à l'information. Garantir la présence d'un poste de journaliste dans chacune des radios communautaires avec les ressources nécessaires est une mesure qui assurerait une information de qualité partout au Québec.

Comme tous les contribuables sont en droit d'être informés, les auditeurs des radios communautaires ne font pas exception. Le placement publicitaire gouvernemental dans les médias communautaires représente selon nous, une solution simple et efficace.

Nous recommandons des mesures concrètes pour soutenir l'information locale et régionale, pour reconnaître politiquement l'importance des radios communautaires. Dans ce monde en constante évolution, nous ne pourrions freiner la nouvelle concurrence qui fragilise nos services d'informations. Par

contre, nous pouvons ensemble, solidifier un modèle d'affaires différent, orienté vers une mission sociale et non des intérêts pécuniers. Celui-ci représente une réelle solution à la convergence et à la concentration.





Radio Matagami
110, boulevard Matagami
Matagami (Québec)
Tel: 819 739-9990
www.chef99.ca