

MÉMOIRE SUR L'AVENIR DES MÉDIAS D'INFORMATION

**Présenté à la Commission de la culture et de l'éducation
de l'Assemblée nationale du Québec**

Par le magazine *Continuité*

Le 30 septembre 2019

Le magazine *Continuité*

Continuité est le seul magazine québécois à se consacrer entièrement au patrimoine (et le seul à le faire en français au Canada). Il joue donc un rôle essentiel dans le domaine.

Conçu pour le grand public, *Continuité* couvre toutes les disciplines liées au patrimoine (architecture, histoire, archéologie, ethnologie, archivistique, muséologie, urbanisme, géographie, etc.), et ce, à la grandeur de la province. Il aborde des questions d'actualité, explore l'héritage culturel des Québécois et présente des projets inspirants. Ce faisant, il propose à ses lecteurs une information de qualité, tout en offrant aux chercheurs et aux praticiens du milieu patrimonial une tribune de choix pour diffuser leurs connaissances et leurs initiatives.

Depuis trois ans, le magazine consacre davantage de ses pages à des textes journalistiques. Cela lui permet de traiter des enjeux de l'heure en patrimoine et de multiplier les points de vue sur les différents thèmes abordés. Il peut par ailleurs se pencher sur des sujets encore peu étudiés par les spécialistes, lancer des débats, faire avancer des dossiers.

De plus, une version numérique du magazine existe depuis plusieurs années. Elle est offerte par abonnement et à l'unité aux institutions et aux individus; elle est aussi disponible pour le prêt en bibliothèque. *Continuité* offre également quelques articles gratuitement sur le Web et rayonne dans les médias sociaux (Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter).

Fondé en 1982 par le Conseil des monuments et sites du Québec (devenu Action patrimoine en 2011), *Continuité* est publié par les Éditions Continuité depuis 1985. Il s'agit d'un organisme de bienfaisance, dont la mission est soutenue par le Conseil des arts et des lettres du Québec, la Ville de Québec, le gouvernement du Canada, la Fondation québécoise du patrimoine, Action patrimoine ainsi que les fidèles annonceurs et lecteurs du magazine.

Une situation difficile

Malgré les différents appuis dont *Continuité* bénéficie, le magazine n'échappe pas aux difficultés que connaissent actuellement les médias écrits traditionnels.

Pour arriver à poursuivre ses activités, les Éditions Continuité se sont restructurées et ont réduit leurs dépenses, alors qu'elles opéraient déjà avec un budget restreint. L'équipe permanente est désormais composée de deux employés à temps partiel : la rédactrice en chef (28 heures/semaine) et le représentant aux ventes (21 heures/semaine). De plus, entre 2014 et 2019, l'organisme a réduit ses dépenses de 10 %.

Au cours de cette période, les revenus de l'organisme ont pour leur part diminué de 16 %. Les revenus de ventes de magazines en format papier ont connu une baisse de 29 %, tandis que celle des revenus publicitaires a été de 21 %. Quant aux revenus de ventes de magazines en format numérique, elles sont demeurées à peu près stables (- 1 %), ce qui fait qu'elles n'ont pas réussi à compenser les pertes encourues par la baisse des ventes de magazines en format papier. De même, quoique les subventions au fonctionnement reçues par l'organisme aient connu une hausse de 20 % entre 2014 et 2019, cette dernière ne suffit pas à combler le manque à gagner entraîné par la baisse des revenus de ventes de magazines et de publicité.

L'organisme arrive à survivre grâce à des projets ponctuels, comme la réimpression ou la réédition d'ouvrages de sa collection *Les grands hôtels du Canada*. En 2019, il a aussi organisé un voyage-bénéfice pour financer ses activités.

Des pistes de solution

Au cours des dernières années, le magazine *Continuité* a perdu des annonceurs importants au profit des géants du Web (GAFA). Auparavant, certains ministères et institutions publiques soutenaient sa mission. Aujourd'hui, il est pratiquement impossible de les convaincre de le faire. Il est donc urgent que le gouvernement sensibilise ces organismes à l'importance d'acheter de la publicité dans les journaux et les magazines produits au Québec, mais aussi qu'il prévoie une enveloppe budgétaire en conséquence. Ce faisant, il faudrait que cette mesure inclue également les petites organisations, qui jouent un rôle essentiel à la préservation de la diversité des sources d'information de qualité. Dans un même ordre d'idées, le gouvernement pourrait également encourager l'ensemble des organismes qu'il subventionne à soutenir les médias locaux, en leur accordant des points supplémentaires dans l'évaluation de leur performance lorsqu'ils le font.

Depuis plusieurs années, les abonnements à *Continuité* s'effritent. Une autre façon de soutenir les médias écrits traditionnels serait d'inciter les bibliothèques et d'autres organismes publics à s'abonner aux publications québécoises, en leur allouant des fonds à cet effet. Il s'agirait de viser, non seulement les grands médias, mais également les revues culturelles à plus petit tirage produisant un contenu spécialisé qui ne se retrouve nulle part ailleurs. Un incitatif à l'abonnement pour les organismes subventionnés par l'État serait également bienvenu.

L'autre idée qui nous semble porteuse est celle de taxer les GAFA afin de redistribuer aux médias écrits traditionnels québécois une partie des revenus que ces géants du Web récoltent grâce au contenu des publications locales. Mais là encore, il faudrait qu'une part de ces revenus aille aux petites publications.

Les grands médias ne sont pas les seuls à produire une information de qualité et à être touchés par les changements provoqués par l'avènement du numérique. Bien que ce soit à une tout autre échelle, les revues spécialisées comme *Continuité* doivent surmonter les mêmes obstacles. Elles arrivent à faire des miracles avec peu de ressources. Mais il y a des limites. Une aide supplémentaire, même modeste, ferait une grande différence pour ces publications. Rappelons qu'elles aussi permettent à tout un chacun de mieux jouer son rôle de citoyen. D'où la nécessité d'assurer leur survie.