L'avenir des médias d'information

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

Document préparé par :

Fédération des
télévisions communautaires
autonomes du Québec

227, rue Notre-Dame Est
Victoriaville (QC) G6P 4A2
Téléphone : 819.604.7900
Courriel : fedetvc@fedetvc.qc.ca

Table des matières

Introduction 3
Présentation du secteur et des enjeux récents 4
Historique 4
La nouvelle réglementation du CRTC et ses impacts négatifs 5
Le financement des TCA et des nouvelles locales 6
Le rôle du câblodistributeur 6
Un effort d'auto-financement soutenu 6
Placement publicitaire gouvernemental 7
La participation financière des nouveaux joueurs 7
L'importance de l'information locale et le rôle des TCA 8
Constat sur l'information locale et régionale dans les TCA 8
Mesure d'impact : l'importance des TCA et des nouvelles locales chez les auditeurs 10
État de l'information dans les TCA du Québec 11
L'impact de l'écoute en ligne 12
La viabilité des modèles d'affaires à l'ère du numérique; 13

Introduction

1. Fondée en novembre 1998, la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec (la Fédération) regroupe actuellement 41 corporations sans but lucratif de télévisions communautaires autonomes (communément appelées « TCA »), sur la cinquantaine répertoriée sur le territoire québécois. Les membres de la Fédération sont répartis dans 14 des 17 régions administratives du Québec.

2. La Fédération est un organisme sans but lucratif (OSBL) dont les objectifs sont de défendre et promouvoir les intérêts de ses membres; promouvoir le développement de la télévision communautaire au Québec; favoriser la concertation entre les membres de l'association ainsi qu'avec les différents partenaires du milieu. Enfin, la Fédération tente de consolider et développer le financement de la télévision communautaire autonome (TCA). Ses membres sont animés par des valeurs de démocratie, d'identité collective, de solidarité, d'engagement, d'équité, de respect de la dignité humaine. Elles affichent une indépendance par rapport aux voix officielles.

3. Établies depuis maintenant près de 50 ans, les TCA du Québec sont des pionnières d'un modèle viable de communication citoyenne et d'accès à l'espace public. Ce modèle est d'ailleurs cité en exemple de par le monde comme étant une référence à suivre en matière de prise en charge citoyenne de l'information et des moyens de communication.

4. Les TCA produisent et diffusent en moyenne six heures de programmation originale par semaine, sur une période d'activité en ondes moyenne de 39 semaines. Au Québec, ce sont donc près de 236 heures originales de télévision communautaire autonome qui sont diffusées chaque année. La moitié des TCA diffusent plus de 6.5 heures de programmation originale par semaine et la moitié produisent sur plus de 36 semaines par année.

5. Sur ces six heures originales, en moyenne près du tiers (1.8 heure) sont consacrées à l'information locale. L'information tient donc une place importante dans le paysage télévisuel des TCA. Le reste de la programmation couvre des sujets tout aussi variés que la culture, le sport, la musique et les talents locaux et évidemment la vie politique locale. En tout, ce sont plus de 20 thématiques différentes qui sont abordées dans les émissions des TCA du Québec[1].

[1] Pour plus d'information sur la situation des TCA membres de la Fédération, veuillez consulter le « Rapport de la tournée 2015 » sur notre site Internet https://fedetvc.qc.ca/documentation/etudes-memoires-et-documents-de-references

Présentation du secteur et des enjeux récents

Historique

6. Les télévisions communautaires autonomes ont vu le jour il y a un peu plus de 40 ans. Dans les années 70, des groupes de citoyens au Québec se sont formés afin d'implanter une télévision communautaire autonome pour que la population puisse exercer sa liberté d'expression. Elles le font en informant la population et en favorisant la prise de parole citoyenne. En effet, en donnant la possibilité aux individus et aux groupes qui n'étaient pas présents dans les médias nationaux de se faire voir et écouter à la télévision locale, les TCA leur permettent de participer (et participent elles-mêmes) aux changements sociaux. Les militants qui s'y sont impliqués y ont trouvé, certes, un amplificateur de leurs revendications, mais aussi un levier leur permettant de mettre en œuvre des principes d'éducation populaire. Les élus locaux y ont vu une tribune, les organismes, les groupes populaires y ont découvert une façon de faire connaître les services qu'ils pouvaient rendre et d'exprimer leur vision des changements sociaux et leur approche des actions à poser pour y arriver. Les télévisions communautaires autonomes étaient considérées comme étant des lieux de création, de débats et d'expression publique et locale. Aujourd'hui encore elles accomplissent le même rôle aux yeux de la communauté. Elles ont préconisé depuis leur tout début un accès libre et accru à la sphère publique.

7. La télévision communautaire autonome est le seul espace où les citoyennes et les citoyens peuvent s'exprimer librement parmi les centaines de chaînes télévisuelles offertes. Elle mérite plus que jamais sa place dans l'espace public puisque l'information est de plus en plus centralisée vers les grands centres urbains que sont Montréal et Québec.

8. Les télévisions communautaires autonomes sont des entités à part entière qui répondent aux besoins de leurs communautés en assurant de l'information de proximité, elles se décrivent elles-mêmes comme étant des outils d'information, d'animation socio-économique et de conscientisation de la population desservie. Elles sont toujours aussi présentes et d'actualité notamment en raison de leur capacité d'adaptation et de leur capacité à être le reflet de ceux qui les écoutent.

9. Les télévisions communautaires autonomes sont des **alternatives aux médias traditionnels** puisque les gens qui s'y engagent s'organisent autour du média pour servir l'intérêt collectif plutôt que pour des intérêts pécuniaires.

10. La télévision communautaire autonome est un joueur médiatique à part entière, qui offre, à sa façon et à la mesure de ses moyens, de l'information locale et régionale qui, sans elle, serait laissée pour compte par les grands conglomérats médiatiques. C'est pourquoi le financement de l'accès est à ce point important, car il permet non seulement de conserver ce type de média, mais aussi de permettre à des citoyens d'y avoir accès sans qu'interviennent des modalités issues de la concurrence qui oppose des entreprises ou encore des impératifs d'affaires qui sont le lot quotidien des entreprises de distribution de radiodiffusion.

La nouvelle réglementation du CRTC et ses impacts négatifs

11. Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes a procédé à la révision du cadre réglementaire de la programmation locale et communautaire. La décision rendue CRTC 2016-224 semble vouloir **marginaliser le secteur communautaire** au sein de la Loi sur la radiodiffusion en appauvrissant le financement dédié au canal communautaire et par le fait même les télévisions communautaires autonomes situées au Canada.

12. Au Québec, ces nouvelles mesures **mettent en péril l'avenir** de 7 télévisions communautaires autonomes situées dans la licence de Vidéotron Montréal et Terrebonne. Elle ébranle les acquis déjà faibles des TCA dont la plupart ont déjà de la difficulté à remplir leur mandat, faute de financement adéquat.

13. Dans sa nouvelle réglementation, le CRTC permet aux entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) de cesser le financement de leur canal communautaire pour réaffecter les sommes vers de plus petits marchés ou vers les stations de nouvelles locales. En aucun temps le Conseil n'a pris en considération l'importance que jouent les télévisions communautaires autonomes du Québec, qui assurent une présence médiatique locale.

14. S'il y a perte du financement, ces télévisions communautaires autonomes perdront entre 30% et 50% de leur budget annuel de fonctionnement. Or ce budget est essentiellement destiné à assurer une programmation locale et d'accès de qualité pour leur communauté.

15. La réglementation de 2010 reconnaissait l'apport des télévisions communautaires autonomes dans le système de radiodiffusion, mais ne lui apportait rien pour sa survie. La nouvelle réglementation, de 2016, reconnaît toujours leur statut, mais sans plus. Le Conseil va même jusqu'à affirmer que les câblodistributeurs sont les meilleurs pour assumer le rôle du canal communautaire, fermant ainsi l'accès à la licence pour des organisations à but non lucratif comme les TCA.

Le financement des TCA et des nouvelles locales

16. L'état des finances des TCA ne permet pas de répondre aux différents besoins d'une télévision communautaire autonome. Nombreux sont les enjeux qui réclament un **financement récurrent et structurant**, à savoir la rétention et la rétribution de personnel qualifié pour encadrer les bénévoles; le développement technologique, le développement de projets avec la communauté; la formation continue pour les employés et bénévoles. Ce ne sont là que quelques exemples d'éléments qui contribuent à faire en sorte que la programmation locale et d'accès produite par les TCA devrait être davantage financée pour refléter au mieux la réalité de leurs communautés et faire écho plus clairement aux aspirations de ces dernières.

Le rôle du câblodistributeur

17. Pour assurer la pérennité des télévisions communautaires autonomes, elles doivent pouvoir compter sur l'apport financier du ministère de la Culture et des Communications qui alloue un certain montant pour l'aide au fonctionnement. Si certains câblodistributeurs allouent un montant à 33 télévisions communautaires autonomes pour leur programmation, 7 d'entre elles doivent trouver d'autres moyens d'autofinancement. Il faut aussi comprendre que **ce financement du câblodistributeur n'est pas récurrent et non indexé, et peut être appelé à être modifi**é **ou tout simplement éliminé**. De plus, le financement provenant des câblodistributeurs est mal réparti et parfois précaire, parce que laissé à la discrétion des seuls câblodistributeurs. Avec de plus en plus de zones de dessertes pouvant être exemptées, la précarité de ce financement s'accentue.

Un effort d'auto-financement soutenu

18. Les TCA font leur part pour tenter de joindre les deux bouts. En plus de la vente de cartes de membres, les TCA organisent des activités de financement tels les télédons, les galas d'amateurs et divers concours. Elles s'autofinancent aussi par la vente de commandites, des productions corporatives, des événements de télébingo et bien d'autres initiatives. Une grande majorité d'entre elles bénéficie du programme de soutien à la mission globale des médias communautaires du Ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCCQ). La plupart des TCA ont aussi droit à de la publicité d'intérêt public du gouvernement du Québec grâce au décret gouvernemental du 4 % des dépenses en publicité réservées pour les médias communautaires (voir paragraphe 20). Il est donc difficile de demander aux communautés et au gouvernement du Québec de faire davantage pour l'instant.

19. Les membres de la Fédération revendiquent depuis plus de dix ans le droit de vendre et de diffuser de la publicité commerciale locale sur le canal communautaire

afin de permettre à bon nombre de TCA de se munir d'un levier supplémentaire de financement contribuant ainsi à consolider leur mission de service public et assurer un peu plus leur survie, à l'instar des journaux et radios communautaires. Dans un contexte de fragilisation et de raréfaction des sources de financement, nous croyons que cette revendication est nécessaire, voire essentielle pour favoriser le développement et la consolidation des TCA qui évoluent dans un petit marché ou en région éloignée. Cette demande a malheureusement toujours été refusée par le CRTC.

Placement publicitaire gouvernemental

20. Le gouvernement provincial québécois fait du placement publicitaire dans les télévisions communautaires autonomes. En 1995, le gouvernement a établi un décret pour que 4% des placements publicitaires soient fait dans les médias communautaires. Bien que ce pourcentage ne soit jamais atteint, la mesure en soi représente une source de financement potentiel intéressante pour les TCA. Nous sommes d'avis que pour encourager la production de nouvelles locales et la mission des TCA, **le gouvernement devrait faire de ce décret une loi, et même augmenter le pourcentage octroyé** considérant les baisses d'investissements publicitaires du gouvernement depuis les dernières années.

La participation financière des nouveaux joueurs

21. Avec l'avènement d'Internet et le changement dans les habitudes de consommation des téléspectateurs, la Fédération croit qu'il serait approprié d'y ajouter dans les revenus bruts pour les TCA, les revenus découlant du service d'Internet également, puisque ce médium devient un concurrent de la télévision traditionnelle. Il nous semble évident que les **nouveaux « diffuseurs » qui jouissent du contenu produit** par nos membres (et par les autres producteurs de contenu informationnel) **devraient contribuer financièrement à cette production**.

22. Nos plus récentes réflexions nous ont amenés à proposer au CRTC et à Patrimoine Canadien la **création d'un fonds dédié aux producteurs indépendants sans but lucratif** de programmation d'accès communautaire au Canada : le FAPA. Ce fonds pourrait avoir la même forme que celui qui existe déjà pour la radio communautaire au pays, soir le Fonds Canadien de la Radio Communautaire. Bien que cette initiative en soit une fédérale, nous croyons qu'un appui du gouvernement provincial en ce sens pourrait faire une différence.

L'importance de l'information locale et le rôle des TCA

Constat sur l'information locale et régionale dans les TCA

23. L'information locale et régionale a plus que jamais sa place au sein de la programmation télévisuelle. Bien que ce secteur soit fragmenté avec l'arrivée des nouvelles technologies, il n'en demeure pas moins que les citoyens sont à la recherche de contenu local auquel ils peuvent s'identifier et s'y reconnaître. Il a été démontré lors du processus de *Parlons télé*, mis en place par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes que **81% de la population canadienne trouve que l'information locale est pertinente et importante**[2].

24. Il a été clairement démontré au cours de la révision du cadre réglementaire de la **programmation télévisuelle locale et communautaire que les revenus publicitaires sont à la baisse pour l'ensemble des stations de télévisions locales**. Cette baisse de revenu considérable appauvrit l'offre d'information locale et régionale. Prenons l'exemple de Radio-Canada qui a dû baisser le temps d'antenne pour les stations de télévision locales de 1 heure à ½ heure, privant ainsi l'auditoire d'une source d'information locale. Cette programmation à la cote, mais n'a plus les moyens de ses ambitions.

25. Les télévisions communautaires autonomes représentent un moyen alternatif de s'informer sur ce qui se passe dans sa communauté. En plus d'être actives dans leur milieu, elles favorisent la participation citoyenne dans l'élaboration de leur programmation et offrent des émissions faites **par** et **pour** les gens de la communauté desservie par celles-ci.

26. Les télévisions communautaires autonomes permettent à différents groupes comme les élus, les acteurs économiques, sociaux et communautaires ainsi que les institutions publiques, de venir s'exprimer ou informer les gens par ce moyen local. Elles permettent de montrer les diverses facettes d'une réalité, de donner la parole à celles et ceux qui autrement ne l'auraient pas, de répondre à des lacunes en matière d'information locale ou encore de permettre l'expression de talents émergents, tant sportifs que culturels.

27. En donnant la parole aux élus, les **télévisions communautaires autonomes favorisent la démocratie au sein même de leur collectivité**, soit par la transmission via le canal linéaire ou encore via leurs sites internet qui permettent d'atteindre un plus grand nombre d'individus au sein la population locale et régionale.

[2] https://crtc.gc.ca/fra/parlonstele-talktv.htm

28. La Fédération a procédé à une tournée de ses membres au printemps 2015 et a amassé des données plus qu'intéressantes :

- Les télévisions communautaires autonomes offrent en moyenne **1.8 heure d'information locale par semaine**;
- Elles offrent à un potentiel de **1,3 millions d'abonnés** de l'information de proximité;
- Les TCA ont toutes le désir d'être utiles socialement et de participer au **développement économique, culturel et social** de leur milieu;
- Elles offrent aussi une moyenne de 6 heures de programmation originale par semaine qui permet aux communautés desservies par une TCA d'approfondir plusieurs sujets d'actualité avec divers intervenants importants pour le milieu;
- Chez un peu plus de 50% de nos membres, c'est plus de 50 entreprises et organismes qui obtiennent une couverture médiatique tout au long d'une année.

29. En 2008, le Conseil de presse a créé un précédent au Québec en consultant directement les citoyens des régions sur l'épineuse question de la situation de l'information locale et régionale. Les réponses ont été très claires, voici ce que les gens ont dit :

> *« Dans certaines régions, pour accéder à des nouvelles locales de qualité, les médias communautaires jouent un rôle prépondérant, puisqu'ils rapportent des nouvelles qui ne seraient pas accessibles autrement. Les citoyens des villes dont les assemblées des conseils municipaux sont télédiffusées, par exemple, apprécient beaucoup cette initiative et croient qu'elle devrait être uniformisée à l'ensemble du Québec. On note que les médias communautaires ont une organisation accessible et simple, de même qu'une certaine indépendance par rapport aux intérêts économiques. Lors des situations de crise, les médias locaux et communautaires jouent un rôle crucial, puisqu'ils peuvent rejoindre directement et rapidement les citoyens. »*[3]

30. Ces commentaires sont toujours d'actualité puisque 62% des membres diffusent en direct le conseil municipal de leur communauté et 80% présentent un bulletin de nouvelles, soit de façon quotidienne, hebdomadaire ou bihebdomadaire[4].

[3] Conseil de presse 2008, *L'état de la situation médiatique au Québec : L'avis du public*, page 5. http://conseildepresse.qc.ca/wp-content/uploads/2013/01/2008-11-10_etat-situation-mediatique_avis-du-public.pdf

[4] Portrait de l'état de l'information dans les télévisions communautaires autonomes, mise à jour 2016, étude réalisée par la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec, p. 8 et 18

31. Les TCA se sont adaptées aux divers changements technologiques des dernières années. 37 télévisions communautaires possèdent un site internet et 94% d'entre elles sont diffusées sur une plateforme web, comme YouTube, Viméo ou un lecteur propre à elles. Afin de faire la promotion de leur organisation et de leur programmation, elles sont aussi présentes sur les réseaux sociaux. Elles ont également numérisé une partie de leurs archives.

32. Bien que l'accès à internet donne un complément d'information intéressant et non négligeable, il n'en demeure pas moins que les nouvelles télévisées sur le canal communautaire linéaire assurent de l'information de proximité abordée sous des angles variés, étant donné qu'elles ne subissent pas de contraintes éditoriales. Les télévisions communautaires autonomes respectent les règles de déontologie du journalisme tout comme les journalistes des grands réseaux.

Mesure d'impact : l'importance des TCA et des nouvelles locales chez les auditeurs

33. La Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec a réalisé une mise à jour de l'étude *Mesure d'impact social et profil d'auditoire des télévisions communautaires autonomes, édition 2015*[5] qui démontre que les TCA ont toujours leur place dans l'univers télévisuel québécois.

34. Près de la moitié des répondants (44%) ont affirmé que la télévision communautaire est un incitatif à rester abonné au câble, car la programmation offerte n'est pas disponible via les satellites et chez certains câblodistributeurs.[6]

35. Une des raisons qui incitent les gens d'une communauté à regarder la télévision communautaire est **pour être informée de ce qui se passe dans leur localité ou leur région** (48%). Les é**missions culturelles et artistiques (49%) obtiennent également de bons résultats** pour l'auditoire sondé.

36. Quels que soient le ou les types d'émissions regardées, les téléspectateurs et téléspectatrices les suivent principalement parce qu'elles concernent la localité ou la région, parce que les émissions sont instructives, tout en étant « proches des gens ». Elles tiennent le téléspectateur informé à tous les niveaux (pas

---

https://fedetvc.qc.ca/documents/medias/etudes-memoire-documents/3.3-Resultat-Portrait-de-linformation-dans-les-TCA-au-Quebec.pdf

[5] https://fedetvc.qc.ca/documents/medias/etudes-memoire-documents/Mesure-dimpact-social-et-profil-dauditoire-2016.pdf

[6] Mesure d'impact social et profil d'auditoires des télévisions communautaires autonomes, Édition 2015, p. 8 https://fedetvc.qc.ca/documents/medias/etudes-memoire-documents/Mesure-dimpact-social-et-profil-dauditoire-2016.pdf

exclusivement par le biais des bulletins d'informations) et « elles parlent de la vie de tous les jours[7] ».

37. Du point de vue de 63% des téléspectateurs et des téléspectatrices de télévision communautaire, **celle-ci est un des moyens privilégiés pour se tenir informés de ce qui se passe dans sa propre localité ou région**. Elle est incontournable en ce qui concerne la prise d'informations, sur la localité ou la région. Elle l'est aussi pour la rapidité de traitement et pour la qualité de l'information diffusée. « C'est notre moyen de communication. Ça se passe chez nous. [8] » 57% des répondants considèrent les télévisions communautaires comme une alternative aux autres médias.[9]

38. 64% des téléspectateurs et des téléspectatrices estiment que la télévision communautaire répond à un besoin. Elle leur semble nécessaire autant pour le niveau informationnel, pour le maillage/réseautage que pour la contribution à une visibilité et pour la solidification de l'identité locale ou régionale.

État de l'information dans les TCA du Québec

39. Les télévisions communautaires autonomes sont partie prenante des questionnements concernant l'information locale dans un contexte de multiplication des plateformes numériques. Si la multiplication des plateformes permet d'avoir accès à un grand nombre d'informations, celles-ci ne sont pas nécessairement de qualité. Les télévisions communautaires autonomes, quant à elles, ont su s'adapter à l'avènement d'internet en étant présentes sur ces plateformes. Mais leur présence sur le canal linéaire reste primordiale afin d'offrir un rendez-vous aux téléspectateurs et un reflet de leur communauté[10].

40. En bref :

- 66% des membres de la Fédération ont un journaliste au sein de leur équipe;
- 24% d'entre eux ont une formation universitaire et 40% ont une formation collégiale;
- 80% des télévisions communautaires autonomes diffusent un bulletin de nouvelles.[11];
- 62% des TCA diffusent les séances du conseil de ville de leur communauté et 33% d'entre elles l'offrent en simultané sur leur site internet[12].

[7] Idem, page 13
[8] Idem, page 15
[9] Idem, page 17
[10] Portrait de l'état de l'information dans les télévisions communautaires autonomes du Québec, *op.cit.*, p. 6
[11] Idem, p. 7 et 8
[12] Idem, p. 13

41. C’est pourquoi la Fédération croit que les télévisions communautaires autonomes représentent un moyen alternatif de s’informer et qu’elles sont des lieux qui favorisent la démocratie au sein d’une communauté.

L’impact de l’écoute en ligne

42. Le virage numérique bouleverse le modèle traditionnel de télédiffusion et il est primordial de s’adapter. Les télévisions communautaires autonomes du Québec détiennent, pour 94% d’entre elles, un site internet fonctionnel, où la programmation est bonifiée.

43. 40% des membres de la Fédération affirment que l’accès à leur programmation en ligne permet de rejoindre un plus grand auditoire, tant sur leur territoire de couverture médiatique pour les gens qui n’ont pas accès au canal communautaire de la TCA ou encore pour rejoindre les gens de leur communauté maintenant établis à l’extérieur.

44. Chez 20 % des membres, le site internet permet l’écoute en ligne à tout moment aux téléspectateurs, et ce, peu importe où ils se trouvent. Les membres ont également fait mention que le site internet leur permet d’avoir une plus grande visibilité tant dans leur communauté qu’à l’extérieur que celle-ci, notamment par des « partages » qui sont faits via les réseaux sociaux[13].

45. Les télévisions communautaires autonomes ont réussi, au cours des 40 dernières années, à s’ajuster et à se moderniser afin de conserver leur place au sein du système de radiodiffusion canadien. L’avènement d’internet, du web, et des médias sociaux leur a permis de rejoindre plus de gens comme nous l’avons démontré précédemment, mais il y a une chose que nous devons garder en tête : les milieux éloignés n’ont pas accès à une connexion des plus efficaces. La diffusion sur le canal linéaire est donc primordiale.

46. Le gouvernement du Québec a lancé en 2013 et poursuit actuellement une grande campagne visant à faire rayonner la culture québécoise. Grâce au Plan culturel numérique du Québec (PCNQ)[14], les TCA ont pu numériser une partie considérable de leurs archives et en ont rendu une partie disponible par le biais de leurs sites web. Elles produisent directement en numérique leur nouveau contenu et permettent une diffusion de l’essentiel de leur programmation sur différentes plateformes afin de rendre plus accessibles la culture et l’information.

47. En 2019, un ADN (Agent de développement culturel numérique) a été embauché afin de faciliter l’appropriation de la culture numérique par les TCA, en concertation avec l’ensemble des autres domaines d’activité artistique et culturelle au Québec (en relation avec la mesure 120 du PCNQ qui visait à former un réseau d’agents favorisant l’émulation

[13] L’impact de l’écoute en ligne, p. 4

[14] Les TCA ont bénéficié d’un montant de 750 000$ l’an dernier afin de mettre à jour leur site web, archiver et diffuser en ligne leur contenu ou élaborer une application mobile. Étant donné la très grande demande et les fonds limités, tous les projets soumis par les membres n’ont pu être acceptés. Bilan des réalisations : https://fedetvc.qc.ca/documentation/projets-speciaux

entre les secteurs d'activité culturelle et au sein de ceux-ci). Des chantiers sont en train de se mettre en place pour assurer le partage des bonnes pratiques, et une veille mutualisée, visant à accélérer l'adoption des innovations rendues possibles par les TICs, mais aussi de méthodes de travail axées sur la coopération et la mise en commun des ressources et des savoir-faire. Les connaissances des artisans des télévisions communautaires contribueront à aider les autres secteurs culturels (et les entreprises d'économie sociale dont les TCA sont déjà partenaires) à effectuer leur virage numérique, car l'éducation aux médias est la base de la littératie numérique (le web étant un médium). La Fédération croit que le gouvernement canadien devrait emboîter le pas afin de permettre la réalisation de plus grands projets encore, en soutenant les initiatives qui peuvent faire fructifier le dynamisme qui se régénère grâce à ce réseautage rendu nécessaire par l'internet. Un grand bout de chemin a déjà été fait, mais il est évident que les TCA ont besoin de fonds supplémentaires pour assurer un virage numérique complet.

La viabilité des modèles d'affaires à l'ère du numérique;

48. Bien que les services par Internet soient de plus en plus populaires, surtout auprès des jeunes, la télévision et les autres médias traditionnels continuent d'avoir une importance capitale dans la diffusion du contenu. La multiplication des plateformes de diffusion en ligne (Netflix, Facebook, Google, tout.tv, Videotron, Hulu, Amazon, Disney, etc.) n'aide pas à leur cause. Pour avoir accès au contenu de toutes ces « chaînes » en ligne, il est maintenant nécessaire de s'abonner à tous ces services individuellement, ce qui est loin de diminuer la facture du client. Nous ne sommes plus à l'ère du monopole de Netflix, et cet état des choses joue en faveur des câblodistributeurs qui continuent à offrir un contenu varié à coût abordable.
49. Nous observons un changement de paradigme, où les fournisseurs de services Internet sont maintenant aussi producteurs et diffuseurs de contenu sans toutefois devoir se plier aux règles de financement des contenus locaux. À long terme, il semble évident que l'approche préconisée actuellement ne fera que creuser la tombe de la programmation canadienne et locale.

50. Il est évident que s'il y a une crise des médias actuellement, la solution ne sera pas simple à trouver. Les médias communautaires ont, historiquement, rempli un vide laissé par les joueurs commerciaux. Les journaux sont apparus en premier, suivis des radios au début des années 1900 ; et, dans les années 1960, ce sont finalement les télévisions communautaires qui sont entrées en scène. Aucun de ces médias ne devrait disparaître en raison de l'arrivée du web. Le CRTC avait déjà ciblé le besoin des populations du pays pour du contenu local, mais aussi la nécessité pour les citoyens de pouvoir s'exprimer sur les ondes et de s'éduquer sur les médias.

51. Aujourd'hui plus que jamais, les médias communautaires sont un.« rempart » contre l'érosion de l'information locale. C'est ainsi que la télévision communautaire locale a un rôle constructif de rééquilibrage du jeu médiatique à jouer, en collaboration avec les autres médias communautaires. En adoptant une approche de la communication fondée sur l'éducation populaire et la participation

citoyenne, elle permet d'éclairer les enjeux associés à la domination de quelques grands groupes (les fameux GAFAM) sur le web – ce médium non régulé. Elle le fait, et le fera en partenariat étroit avec les autres médias communautaires, d'abord en montrant qu'il est possible de survivre à ces tendances hégémoniques des géants du numérique, ce qui devrait permettre d'aider les autres producteurs de contenu original et local à ne pas sentir impuissants devant ces quasi-monopoles. D'autre part, les médias communautaires le feront en poursuivant leur mission qui est de répondre aux besoins d'information et de reconnaissance de leur identité des communautés mal desservies (car mal représentées) dans les médias conventionnels. De cette façon elles contribueront à l'atteinte d'un nouvel équilibre sur un autre front, qui est celui de la réponse aux difficultés de financement des médias « professionnels » commerciaux ou publics qui ne parviennent pas à produire une information et des contenus originaux adaptés à la réalité des régions et des villages et même des villes (hors des grands centres) du pays ou de la province en raison des moyens des démesurés que cela prendrait, au Québec, comme au Canada, pour être présent partout sur le terrain, avec les gens. Les médias communautaires y sont déjà, la télévision communautaire autonome en fait partie intégrante. La TCA fait partie de la solution à la crise des médias.

** Fin **