



**Pour assurer la pérennité de *La Presse* au Québec**

Mémoire de *La Presse* présenté à la Commission de la culture et de l'éducation dans le cadre de son mandat d'initiative sur l'avenir des médias d'information

23 mai 2019

## **Introduction**

*La Presse* est une institution québécoise indépendante et à but non lucratif qui vole de ses propres ailes. Média d'information francophone de référence depuis plus de 135 ans, elle est vouée à la production d'une information de qualité gratuite, accessible au plus grand nombre.

Elle se distingue par une couverture distinctive et diversifiée de l'actualité. Les contenus riches qui font la réputation de *La Presse* se déclinent sur plusieurs plateformes 100 % numériques (site web, application mobile et *La Presse+* sur tablette). Le quotidien atteint 3,5 millions de lecteurs au Québec, soit plus de 63% de la population adulte francophone chaque mois.

Le mémoire de *La Presse* porte sur les médias écrits, soit le champ d'expertise de *La Presse*.

*La Presse* salue la décision du gouvernement Legault d'organiser ce mandat d'initiative portant sur l'avenir des médias d'information.

## **Le contexte des médias en Amérique du Nord**

Au cours des 15 dernières années, près de 1 800 journaux en Amérique du Nord ont fermé leurs portes. Au-delà des salles de nouvelles, l'ensemble de l'industrie a subi d'énormes pertes d'emploi. Dans les quatre premiers mois de l'année 2019 seulement, plus de 1 000 emplois ont été supprimés dans les médias écrits. Au Canada, environ un tiers des postes de journalistes ont été perdus au cours des six dernières années.

Les médias subissent une pression importante de la part des géants américains Google, Facebook et Amazon, qui siphonnent les revenus publicitaires. Ces géants du web fragilisent le modèle d'affaires traditionnel des médias écrits. Depuis les sept dernières années, les quotidiens canadiens ont perdu près de 60% de leurs revenus publicitaires. La situation est similaire au Québec.

De plus, les médias écrits québécois de langue française produisent des contenus pour une population somme toute limitée en nombre, ce qui n'est pas le cas des grands médias américains comme le *New York Times* et le *Wall Street Journal*, qui profitent d'un bassin de lecteurs potentiels important.

Si l'industrie a survécu jusqu'à présent, c'est que bon nombre de médias écrits ont amorcé des transformations à leur modèle d'affaires pour accroître leurs revenus et exercer un contrôle de leurs coûts. Certains ont développé des applications et autres produits numériques, d'autres ont mis en place des murs payants ou des abonnements.

Malgré ces transformations, les revenus numériques ne représentent qu'une faible portion des revenus papier perdus. Autrement dit, les faibles gains du numérique ne compensent nullement les énormes pertes liées au support papier. Le modèle actuel est donc brisé pour l'ensemble de l'industrie.

Aujourd'hui, seuls les grands journaux, principalement américains, qui évoluent dans de larges marchés, qui rejoignent des populations importantes et qui ont des contenus spécialisés ont réussi à exploiter certaines pistes de transformation efficaces.

Fait intéressant à noter, aucun média de la taille de *La Presse*, ou de plus petite taille, à travers l'Amérique du Nord n'a réussi à identifier un modèle d'affaires viable qui lui permette d'assurer sa pérennité.

Nous sommes d'avis que l'industrie des médias écrits a besoin d'un programme structurant et universel pour assurer sa pérennité. Un tel programme serait justifié pour l'ensemble des salles de rédaction.

### **Les efforts de *La Presse***

Alors que l'industrie des médias écrits montrait des signes de difficultés, *La Presse* a amorcé une transition proactive complète vers le numérique, plaçant ses efforts de transformation parmi les leaders en Amérique du Nord. Nous avons fortement investi pour mettre en place notre plan stratégique.

À travers l'entreprise, tous ont participé à la transition. Les employés et les syndicats ont joué un rôle clé dans l'implantation de différents processus d'affaires et de nouvelles tâches qui ont touché la quasi-totalité des postes. Durant cette transformation, nous avons signé plusieurs ententes hors convention collective avec nos partenaires syndicaux. D'un point de vue technologique, nous avons développé 26 nouveaux systèmes technologiques qui n'existaient pas sur le marché.

### **Les bénéfices de la transition technologique de *La Presse***

*La Presse+*, l'édition quotidienne numérique sur tablette lancée en 2013, est devenue le produit phare de l'entreprise. L'application est un succès incontesté d'adhésion et d'estime des lecteurs. Quotidiennement, elle est consultée sur 261 000 tablettes en moyenne, avec une consultation quotidienne moyenne de plus de 35 minutes en semaine, et de plus de 45 minutes le samedi et le dimanche.

Notre transformation numérique nous permet d'atteindre aujourd'hui 3,5 millions de lecteurs au Québec à travers toutes nos plateformes. Elle nous a permis de rajeunir considérablement notre auditoire. Sur l'ensemble de nos plateformes, la proportion de lecteurs âgés entre 25 et 54 ans est largement supérieure à leur proportion réelle dans la population.

Cette transition numérique a contribué à réduire nos coûts de plus de 60%, et ce sans aucun conflit de travail. Nous avons abandonné un environnement industriel lourd et coûteux qui exigeait le maintien d'usine d'impression et de multiples routes de livraison. *La Presse* a vu son nombre d'employés passer de 910 à 525 employés. Et elle a pu compter sur la contribution de ses syndicats et de ses employés, qui ont accepté que leurs salaires, soient gelés pendant 6 des 10 dernières années.

Encore aujourd'hui, *La Presse* continue d'innover. Tout récemment, nous lançons la nouvelle version de notre application mobile qui met de l'avant les 120 articles que nous publions chaque jour, le tout dans une mise en page lumineuse et une navigation conviviale et vivante. Dans ce nouveau produit, nous offrons désormais tous nos contenus sur mobile et sur web, incluant nos grandes enquêtes, les chroniques et les éditoriaux dans le but de diffuser nos contenus de qualité au plus grand nombre.

### **Le choix d'une structure à but non lucratif**

Malgré sa transformation, *La Presse* ne pouvait pas échapper aux réalités nord-américaines. Nous avons entrepris une profonde réflexion sur notre modèle d'affaires. Nous avons opté pour une structure à but non lucratif.

Car dans un contexte où l'information se trouve gratuitement sur le web et que les nouvelles de sources douteuses se multiplient, il nous apparaît de plus en plus évident que l'information de qualité doit être considérée comme un bien public qui doit être accessible au plus grand nombre de lecteurs, peu importe leurs moyens financiers.

Dans sa nouvelle structure, tous les revenus générés par les ventes publicitaires ou autres activités commerciales de *La Presse*, ainsi que tous les fonds recueillis auprès des lecteurs, des fondations, des grands mécènes, des entreprises et des gouvernements sont entièrement réinvestis dans la mission première de l'entreprise : produire une information de qualité de manière rigoureuse et indépendante et de la rendre disponible à l'ensemble de la population.

*La Presse* est le premier média écrit au Québec à prendre le virage non lucratif, mais elle n'est pas la seule. Le recours aux dons et à la philanthropie est une avenue qu'emprunte un nombre croissant de médias écrits dans le monde. Le grand quotidien britannique *The Guardian* a été un précurseur en la matière, bien sûr, mais c'est aux États-Unis que la tendance est la plus forte depuis quelques années. Le *Philadelphia Inquirer*, par exemple, est devenu un OBNL en 2016.

### **Le choix de la gratuité**

Dans les recherches qui ont précédé sa transformation, *La Presse* a réalisé plusieurs études de marché. Celles-ci indiquaient de façon claire que le modèle payant allait limiter le bassin de lecteurs puisqu'un nombre de plus en plus restreint de lecteurs sont prêts à payer pour de l'information. Les résultats démontraient également qu'une telle baisse de lectorat aurait fait diminuer drastiquement les revenus publicitaires, au-delà des gains qu'aurait générés le modèle payant.

Plus que jamais, les citoyens doivent participer activement au débat public. *La Presse* alimente sainement les débats de société et contribue à l'épanouissement d'un Québec dynamique et ouvert. Notre quotidien permet aux lecteurs de se former une opinion libre et éclairée et encourage les lecteurs à prendre part au débat public. À titre d'exemple, en 2018 seulement, *La Presse* a reçu 98 116 lettres de lecteurs et a publié 1 225 textes d'opinion de spécialistes et experts de différents milieux et horizons. *La Presse* a fait le choix de la gratuité pour permettre à l'ensemble de la population d'accéder à ses contenus d'information alimentés par un journalisme responsable, consciencieux et rigoureux.

## **Conclusion**

Malgré des années de transformation et d'innovation, l'industrie des médias continue de subir les effets du marché. Le modèle d'affaires traditionnel des médias écrits est fondamentalement brisé. Nous croyons que des ajustements mineurs ne sont pas suffisants.

Dans les années 60, des actions combinées du gouvernement provincial et fédéral ont permis de bâtir un système culturel fort pouvant résister au géant américain. Pour y arriver, il a fallu s'appuyer sur des objectifs clairs et une vision conséquente. Aujourd'hui, la même attitude doit prévaloir pour assurer la pérennité des médias d'information. Le Québec a la chance de compter sur une industrie médiatique diversifiée, autant dans les marchés métropolitains que régionaux. Nous sommes d'avis que la solution est la mise en place d'un programme structurant qui s'appuie sur une vision à long terme qui assurera que l'on puisse préserver cette saine diversité. Il y a urgence d'agir.

La situation des médias écrits a fait l'objet de plusieurs réflexions ces dernières années. Des réflexions qui ont permis de circonscrire des solutions à la fois raisonnables et pragmatiques.

En ce sens, nous demandons au gouvernement de soutenir la pérennité des médias écrits en mettant en place un programme structurant et universel pour l'ensemble des journaux. Nous croyons qu'un tel programme serait justifié pour toute l'industrie.

Nous sommes d'avis que la meilleure façon d'y arriver est d'instaurer des crédits d'impôt sur la masse salariale de l'ensemble de l'entreprise, ainsi que sur des dépenses essentielles d'entreprises.

*La Presse* souhaite travailler avec le gouvernement pour étudier et développer un programme qui permette de soutenir de façon structurante l'ensemble de l'industrie des médias écrits au Québec. *Il en va de la saine diversité des médias québécois.*