



**Radio
Boréale
105,3**

PRÉSENTATION

À LA

**COMMISSION DE LA CULTURE
ET DE L'ÉDUCATION**

AUDIENCES DE ROUYN-NORANDA

11 OCTOBRE 2019

Madame la Présidente, mesdames, messieurs les Commissaires,

Mon nom est Réal Bordeleau et j'occupe le poste de directeur général de Radio Boréale CHOW 105,3, une radio communautaire qui dessert la MRC Abitibi, mais dont le signal rejoint tout l'Est de l'Abitibi, soit un bassin potentiel de plus de 80000 personnes.

Tout d'abord, merci de venir siéger en région et de nous offrir l'opportunité de vous présenter notre réalité, sans quoi nous n'aurions pas pu nous faire entendre.

Historique

Radio Boréale est née de la volonté et du travail acharné d'un groupe de personnes qui ont convaincu les acteurs de leur milieu de la nécessité d'une radio qui parlerait de leur réalité et qui traduirait leurs préoccupations, leurs peines, leurs joies, leurs projets, leurs rêves.

Le territoire que nous desservons couvre une superficie de 7948 km carrés, soit 16 fois celle de l'île de Montréal, et comprend 16 municipalités et trois territoires non organisés. De plus, nous avons un point de service à Val-d'Or, une ville de 33000 habitants située à 70 km d'Amos. Nous y produisons une émission hebdomadaire, tout en incluant ce secteur dans nos bulletins de nouvelles.

Radio Boréale aura 10 ans au début de 2020, puisqu'elle est entrée en ondes le 22 février 2010. Nous diffusons 24 heures par jour, 7 jours sur 7, 365 jours par année. Notre programmation comprend un contenu musical varié, avec une majeure en country et en rétro, mais aussi du jazz et du classique et de la musique populaire. Nous avons des chroniques sur différents sujets, dont deux sont occupées par la

Ville d'Amos et la MRC Abitibi pour informer leurs citoyens et citoyennes.

Nous opérons aussi un bingo-média tous les lundis, à 18 h, qui s'adresse à toute la région, car nous avons des points de vente partout, sauf au Témiscamingue. Les auditeurs ont la possibilité de nous capter aussi par le câble, sur notre site Internet et via l'application mobile de l'Association des radios communautaires du Québec.

Au niveau de l'information, nous produisons des bulletins d'une durée de 5 à 7 minutes à la 15^e minute de l'heure entre 7 h 30 et 17 h 30. Ces nouvelles sont ensuite reprises en tout ou en partie sur notre page Facebook et sur notre site Internet.

L'équipe se compose de deux employés permanents, deux à temps partiel, deux contractuels et d'une douzaine de bénévoles qui accomplissent plus de 2000 heures annuellement. Le bénévolat, c'est l'équivalent temps complet d'une personne à raison de 40 heures par semaine, 52 semaines par année.

Rôles de la radio

Ce qui nous distingue dans l'univers régional, c'est l'accessibilité à nos ondes pour les organismes et les individus qui ont des informations à rendre publiques sur leurs projets, mais aussi pour des personnes qui désirent animer une émission en se chargeant du contenu musical et des entrevues, comme on le fait à partir de Val-d'Or présentement. L'encadrement des bénévoles fait partie intégrante de notre mission.

Chaque matin de semaine, notre animateur-journaliste réalise 3 ou 4 entrevues en direct avec des représentants d'associations de toutes sortes, couvrant les secteurs culturels, sportifs, économiques et sociaux de la communauté.

Cette proximité avec nos auditeurs et le public en général rend notre information actuelle et pertinente. À quoi nous sert en effet de connaître l'état de la circulation sur le boulevard Métropolitain quand on habite à plus de 600 km...chaque média a son rôle à jouer dans l'offre globale régionale et l'information produite par Radio Boréale est complémentaire à tout ce qui se fait en région.

Prétendre, comme le faisait quelqu'un récemment, que les médias écrits « inspirent » les radios communautaires témoigne d'une profonde et inquiétante méconnaissance de la réalité médiatique actuelle...comme si on ne pouvait produire nos bulletins de nouvelles sans copier les autres...

Notre organisation prend son origine dans le milieu et se nourrit de ses membres et de ses auditeurs. C'est une propriété collective, qui n'a de comptes à rendre qu'à son milieu pour sa programmation et qui ne vise pas un rendement, sinon social; elle n'a pas comme préoccupation de fournir un rendement à des actionnaires...ce qui n'exclut aucunement qu'elle doive faire des profits pour assurer sa survie et son développement, comme toute entreprise... En fait, toutes les radios communautaires sont des entreprises d'économie sociale.

Notre radio permet plus facilement l'expérimentation, puisqu'elle n'est soumise à aucun réseau national ou régional. Nous décidons de la programmation, du contenu musical, des émissions spéciales sans influence extérieure autre que celle de servir notre clientèle. En même temps, nous tentons de multiplier les échanges inter-radios afin de témoigner de la diversité et de la richesse de l'ensemble du territoire québécois.

Plus récemment, même très récemment, nous avons emménagé dans de nouveaux locaux avec la télévision communautaire locale, ce qui nous permettra non seulement des économies, mais surtout une synergie et une collaboration facilitées par la proximité de nos opérations réciproques. Déjà, à peine installés, nous avons produit

des entrevues qui sont diffusées en direct ou en reprise dans nos médias respectifs, et récupérées sur nos plateformes numériques par la suite.

Nous faisons preuve d'ingéniosité et de créativité dans la production d'émissions à contenu informatif, avec les ressources humaines, matérielles et techniques dont nous disposons. Et qui plus est, nous supportons bénévolement et sans frais chargés en publicité de nombreuses causes sociales, écologiques ou humanitaires, comme les campagnes de Nez Rouge et MADD, par exemple.

Les difficultés

L'argent, bien sûr, est le nerf de la guerre...les médias écrits ne sont pas les seuls à avoir connu une variation de leurs revenus publicitaires avec l'arrivée des médias numériques, nous l'avons sentie aussi et nous vivons chaque jour avec cette réalité. Ce n'est pas parce qu'il y a plus de joueurs autour de la table que la tarte est plus grande...les morceaux sont plus petits, forcément!

Notre radio est confrontée depuis longtemps à des moyens limités et la ligne entre la survie et la viabilité est souvent mince, ce qui a un impact sur la capacité d'embauche et de rétention de ressources, entre autres. C'est ce qui explique notre difficulté à offrir des conditions de travail et de rémunération compétitives. Souvent, il s'agit pour certains d'un point de départ...on peut le voir comme un problème, mais en même temps, on peut aussi le voir comme une façon de reconnaître notre rôle de formation.

Nous évoluons dans un environnement réglementaire complexe avec la reddition de comptes et le plan d'action du ministère de la Culture du Québec, ainsi que le rapport annuel au CRTC ; nous devons également assumer les mêmes dépenses de base qu'une radio privée.

Les solutions

Il y a, je crois, un large consensus, sur la nécessité de soutenir la production et la diffusion d'une information de qualité essentielle pour éclairer le citoyen dans toute démocratie. L'information de proximité a une grande valeur pour le public, tout autant que l'information régionale et nationale. Ainsi, il est donc tout aussi vital de préserver le droit de tous les publics à l'information et d'assurer un principe d'équité entre tous les médias dans les formes d'aide qui seront mises en place.

Les citoyens contribuent déjà à notre financement par leur membership, par leurs impôts et par les contributions municipales, en plus de participer à nos activités de financement. La communauté d'affaires n'achète pas par sympathie de la publicité à la radio, car elle veut rejoindre sa clientèle-cible avec un message précis au meilleur coût. Leur engouement pour les numériques va se stabiliser, car il n'est jamais bon de mettre tous ses œufs dans le même panier. Il nous faut continuer de travailler fort pour proposer des produits nouveaux et intégrés.

Le gouvernement du Québec par son Programme d'aide au fonctionnement nous accorde une aide financière annuelle, mais la publicité gouvernementale et paragouvernementale est distribuée de façon très inégale, étant concentrée surtout auprès de deux groupes, soit Bell et Cogeco. Puisque le rôle de l'état est d'informer ses citoyens et ses citoyennes, il devrait le faire, avec les fonds publics, de façon plus équitable auprès de tous les auditoires différents que nous desservons, tous médias confondus. Actuellement, à Radio Boréale, les revenus des publicités gouvernementales constituent 1% de nos revenus publicitaires; en y ajoutant Loto-Québec et quelques autres occasionnels de même genre, on atteint un maigre 3 %...

Parmi les sources de revenus potentielles, qui se doivent d'être étudiées, la création d'un fonds de soutien au journalisme, les crédits

d'impôt pour l'entreprise privée, les redevances ou taxes pour les GAFA et les fournisseurs d'accès, une meilleure répartition des placements médias du gouvernement et de ses sociétés d'état, toutes ces pistes méritent qu'on les examine face à l'enjeu majeur du droit du public à l'information.

En conclusion

Parce que la radio communautaire propose une information de proximité, parce qu'elle témoigne d'une gouvernance démocratique, qu'elle est redevable à ses membres et au public du territoire qu'elle dessert, et qu'à ce titre, elle joue un rôle important et complémentaire aux autres médias, écrits comme parlés, dans le maintien du droit à l'information,

nous proposons :

- 1- Que le Québec se dote d'une politique publique en information
- 2- Que le rôle essentiel de la radio communautaire dans le maintien de l'offre d'information locale et régionale soit reconnu
- 3- Que ce rôle soit soutenu par des mesures concrètes de support à la production et à la diffusion de nos contenus journalistiques et d'encadrement des ressources.

Réal Bordeleau, directeur général

Radio Boréale CHOW 105,3

11 octobre 2019