

# Ensemble

Presse coopérative et indépendante

www.journalensemble.coop

Vol. 04, N° 02 • Juin 2013

## Coops de presse face aux conglomérats

Dossier

# L'affaire est dans le sac

Deux grands groupes de presse s'affrontent pour distribuer leur sac à circulaires dans les régions. Deux coopératives sous ce feu croisé.



Énorme gaspillage de papier et de plastique? Graves conséquences environnementales? C'est ce que pensent des sacs à circulaires un grand nombre de citoyens qui se sont exprimés lors de la [Tournée de consultation sur le journalisme indépendant](#). Les fameux Publisacs de TC Média (Transcontinental) ont été imités par Québecor, qui a lancé son Sac Plus en 2009 pour prendre sa part de ce marché lucratif.

Photo: Nicolas Falcimaigne

L'Oie blanche prend son envol et les Presses du Fleuve évitent la faillite

## Québecor à la rescousse

Québecor Média n'est pas réputé faire des ententes avec des journaux régionaux indépendants et coopératifs. À Montmagny, l'empire a pourtant cédé un de ses journaux à l'hebdomadaire *L'Oie blanche*, qui le remplace dans son sac à circulaires. Québecor devient un important client de l'imprimeur coopératif Les Presses du Fleuve en lui confiant l'impression de certains de ses journaux. Ce partenariat est l'histoire de chiffres d'affaires, de parts de marché et d'emplois à maintenir. Une étape supplémentaire vers la concentration de la presse détenue par un des géants.

Les Presses du Fleuve inc. est le dernier imprimeur indépendant à l'est de Montréal et «se veut une imprimerie au service des éditeurs indépendants», indique son site web. Le nombre de journaux indépendants au Québec est passé de 69 en 2005 à 29 aujourd'hui et les coopératives se comptent sur les doigts d'une main.

L'entreprise a été créée sur l'initiative du journal coopératif *L'Oie blanche*, en 2005, pour sauver des emplois après la fermeture de l'usine d'électroménagers Whirlpool et contribuer à la relance économique de la région de Montmagny. Une coopérative de travailleurs actionnaire (CTA) a été créée

au sein de l'imprimerie, dont la trentaine d'employés sont membres et détiennent 16% des actions. Parmi les treize actionnaires, la CTA est un des trois plus importants. Les employés sont représentés au conseil d'administration par un des leurs, qui prend part au processus de décision avec les quatre autres personnes.

### LE SAC AU CŒUR DES AFFAIRES

En s'associant à Québecor Média, *L'Oie blanche*, coopérative d'une centaine de membres utilisateurs (commerces et industries de la région) fondée en 1990, augmente son territoire de distribution sur plusieurs municipalités à l'est de Montmagny et passe de 22 000 à 28 000 exemplaires. L'hebdo gratuit est désormais livré dans Le Sac Plus, quittant ainsi le Publisac de Transcontinental, concurrent de Québecor. Les deux groupes se livrent une bataille pour implanter chacun leur sac partout au Québec, depuis l'entrée de Québecor sur ce marché il y a deux ans.

«Nous ne sommes pas capables de nous payer nous-mêmes une distribution, reprend Yannick Patelli. Le marché du journal papier

Christine Gilliet

Yannick Patelli, directeur général de *L'Oie blanche*, explique comment s'est négocié le partenariat: «Nous avons approché Québecor qui publiait un journal dans la région, Le Peuple Côte-Sud, et proposé de devenir le seul journal régional dans lequel ils mettraient leur publicité nationale, en lui assurant de mettre notre journal dans leur sac de circulaires. Cela permet de sécuriser notre fournisseur d'impression, Les Presses du Fleuve, car Québecor Média lui a octroyé un contrat de trois ans d'un million de dollars annuels, pour l'impression de certains de ses journaux.»



Fais partie de l'équipe  
Poste de représentation publicitaire

Postuler avant le 22 juillet: [coop.journalensemble.coop](http://coop.journalensemble.coop)

SUITE EN PAGE 2  
Québecor

C'est votre abonnement qui rend possible



le journal Ensemble

## Nouveaux tarifs

### Abonnement annuel papier

- Individuel régulier: 60\$
- Individuel à revenu modeste: 50\$
- Corporatif régulier: 90\$
- Corporatif à but non lucratif: 80\$

### Abonnement annuel PDF

- Individuel régulier: 45\$
- Individuel à revenu modeste: 30\$
- Corporatif régulier: 75\$
- Corporatif à but non lucratif: 70\$

Les abonné-e-s papier reçoivent aussi chaque édition en format PDF par courriel  
Tous ces tarifs incluent les taxes

### Escompte de lancement (abonnement papier seulement)

-10\$ ou 1 livre:



## Abonnement en ligne: [coop.journalensemble.coop](http://coop.journalensemble.coop)

Et enfin, vous pouvez commander votre gaminet (15\$)



Affichez votre valeur

Portez le gaminet Ensemble



Le journal Ensemble publie régulièrement de l'information en ligne. Reportages, photos et vidéos exclusifs sur la coopération, les régions et les grands enjeux de société.

[www.journalensemble.coop](http://www.journalensemble.coop)

Suivez nous...



115N09-11

Journal de Beauce

## Faute de soutien du milieu, la coopérative tombe

De Sherbrooke à Kangisualujuaq, de Ville-Marie à Gaspé, la tournée de consultation du journal *Ensemble* sur le journalisme indépendant a permis de constater l'importance du soutien du milieu pour qu'existent une presse indépendante et du journalisme de qualité dans les régions du Québec. Ce constat se révèle particulièrement dans l'histoire tragique du *Journal de Beauce*, qui a fermé ses portes fin 2012 face à la concurrence des deux grands groupes de presse.

Nicolas Falcimaigne

«Avant la création du *Journal de Beauce*, une certaine grogne commençait à s'installer chez les commerçants de la région, en raison des coûts élevés de la publicité qu'ils devaient payer aux monopoles hebdomadaires régionaux», avait souligné Isabelle Lebreton, directrice et éditrice du *Journal de Beauce*, à l'occasion du [réinvestissement offert par Filaction et Investissement-Québec](#) en 2011.

### UNE COOP POUR LES ANNONCEURS

C'est donc avec un tirage de 32 000 exemplaires par semaine, sur 32 à 40 pages

en couleur, avec moins de 50% de publicité, que le *Journal de Beauce* a été publié entre le 21 novembre 2007 et octobre 2012.

La coopérative de solidarité, lancée avec l'aide de son imprimeur, les Presses du Fleuve de Montmagny, a réuni 150 membres. Les cinq travailleurs et les annonceurs publicitaires partageaient la gestion de l'entreprise avec des membres de soutien, les lecteurs. Les annonceurs membres pouvaient obtenir des rabais sur les placements publicitaires et des ristournes.

La coopérative s'était aussi donné une mission d'information et d'engagement social, visant à offrir un reflet fidèle de la communauté et à offrir plus d'information que de publicité, contrairement aux hebdomadaires des grands groupes de presse. Cela ne semble pas avoir été suffisant.



La coop a lancé la première édition du *Journal de Beauce* le 21 novembre 2007. Photo: Jean-François Fecteau, enbeauce.com

### LE VENT TOURNE

Tout a changé le 3 avril 2012, quand TC Media (Transcontinental) a fait l'acquisition du *Journal de Beauce-Nord*, distribué à 57 400 exemplaires en Beauce, dans Les Etchemins et dans Lotbinière, et de son portail d'information régionale en ligne [editionbeauce.com](#).

Le groupe Transcontinental était déjà présent en Beauce avec son usine d'impression de Beauceville, qui emploie environ 500 personnes.

L'entrée de TC sur le marché, déjà occupé par les hebdomadaires de Québec, a créé un terrain de vive concurrence. Sur ce champ de bataille, les deux grands pouvaient se permettre de casser les prix de la publicité, qui représente près de 80% de leurs pages et inclut une bonne base de publicité nationale. Les conglomérats bénéficient d'importantes économies d'échelle et, faut-il le rappeler,

[le tarif offert aux journalistes pigistes par Québecor et TC est souvent moins de la moitié du minimum recommandé par l'Association des journalistes indépendants du Québec \(AJIQ\).](#)

Les annonceurs du *Journal de Beauce*, qui l'avaient justement fondé pour réduire leurs frais publicitaires, semblent ne pas être restés fidèles à leur coopérative, ce qui a sonné le glas de cette expérience.

### L'IMPORTANCE D'UN LIEN D'USAGE FORT

Pendant la tournée, *Ensemble* a rencontré plusieurs journaux indépendants qui témoignent un fort attachement du milieu envers leur journal.

L'exemple du *Journal de Beauce* révèle l'importance de fonder une coopérative sur un lien d'usage fort. Le lien d'usage, c'est la relation économique entre la coopérative et ses membres. Plus cette relation touche des besoins vitaux, comme se loger, se nourrir ou travailler, plus le lien d'usage est fort.

Dans une coopérative d'information, les liens d'usage possibles sont l'emploi, l'achat de publicité et l'achat du journal (s'il est vendu). Ces deux derniers sont les moins solides, car ils ne répondent pas à des besoins primaires.

## SUITE DE LA UNE Québecor

n'est pas en train de se réduire, mais se concentre dans les mains de ces deux groupes. Les gros quotidiens ont tendance à diminuer leur nombre de pages, donc les groupes se tournent vers les régions [et leurs hebdomadaires] pour diffuser leur publicité nationale.»

Il n'y a pas d'entente rédactionnelle avec Québecor, ni avec son agence de contenus QMI, assure M. Patelli.

L'Oie blanche s'est aussi porté acquéreur du mensuel *Informe Affaires*, dont il va poursuivre l'édition. Les emplois du *Peuple* ont été maintenus en les transférant à *Informe Affaires*.

### UN RARE IMPRIMEUR INDÉPENDANT

«Il y a de moins en moins de médias indépendants et nous avons perdu ces contrats d'impression, déplore Philippe Bégin, directeur général des Presses du Fleuve. Plusieurs journaux indépendants ont été achetés par Québecor et Transcontinental, qui proposent l'impression, la distribution et des sites web.»

Au fil des dernières années, la perte de ces contrats s'est élevée à 2 millions de dollars et mis en difficulté l'imprimerie au point qu'elle envisageait de fermer. Québecor devient maintenant le client majeur des Presses du fleuve, représentant 15 à 20% de son chiffre d'affaires, le deuxième client étant L'Oie blanche.

«Idéalement, on ne voudrait pas avoir de client dépassant 15% de notre chiffre d'affaires, commente M. Bégin. Si on ne fait pas affaire avec les deux grands, on n'aura pas assez de travail pour faire marcher nos presses.»

Est-ce que Québecor pourrait devenir un actionnaire important ou majoritaire



Yannick Patelli, directeur général de L'Oie blanche, a expliqué l'acquisition de l'hebdo Québecor *Le Peuple Côte-Sud* aux participants réunis lors de la consultation publique sur le journalisme indépendant, tenue à Montmagny le 10 mai dernier. Photo: Nicolas Falcimaigne

aux côtés de la CTA des Presses du Fleuve? Est-ce qu'un journal indépendant, client de cet imprimeur, comme c'est le cas de la Coopérative de journalisme indépendant, éditeur du journal *Ensemble*, perdrait le choix d'un imprimeur véritablement indépendant des grands groupes de presse?

«Cela ne change rien pour la CTA, assure Philippe Bégin. La volonté de l'entreprise et du milieu, depuis sa création, est qu'elle soit la propriété des employés. C'est une décision collective, au sein du conseil d'administration. Je ne crois pas que Québecor soit intéressé à devenir actionnaire. Ils viennent de fermer certaines de leurs imprimeries. Je pense que l'édition et la diffusion publicitaire figurent plutôt parmi leurs priorités.»

Québecor Média n'a pas été en mesure de répondre aux questions du journal *Ensemble* avant le bouclage de cette édition.

### UNE VOIX PERDUE

La disparition du *Peuple*, Richard Lavoie, journaliste indépendant et ethnologue, la déplore: «C'est une question de diversité de la presse, on a perdu une voix, les contenus étaient souvent traités différemment par les deux journaux. Plus il y a de journaux, mieux on est informé. Pour moi, L'Oie blanche est une coopérative de marchands qui se donnent une plateforme pour s'annoncer à moindre coût. On a 40% de contenu informationnel, ce

n'est pas énorme, comme dans tous les hebdomadaires gratuits d'ailleurs.»

Quant au Publisac maintenant sans journal, les citoyens sont aussi nombreux à aller le chercher, comme avant, à côté de leur boîte aux lettres même s'il ne contient plus de journal, mais seulement des circulaires. C'est à se demander ce qui est le plus attrayant pour les lecteurs. Qu'est-ce qu'ils sortent et lisent en premier du sac, la publicité ou l'information?

### Consultation nationale sur le journalisme indépendant



- Dossier en ligne sur [www.journalensemble.coop](http://www.journalensemble.coop)
- Série de reportages radio
- Plus de 100 heures d'entrevues réalisées dans 30 localités du Québec en deux mois, pour l'édition spéciale à venir dans le cadre des États généraux du 28 septembre. Bonne lecture!

# Ensemble

Presse coopérative et indépendante [www.journalensemble.coop](http://www.journalensemble.coop)

Coopérative de journalisme indépendant  
86, Deuxième rang Est, Trois-Pistoles (Québec) G0L 4K0  
418 860-1609 - [www.journalensemble.coop](http://www.journalensemble.coop)  
[redaction@journalensemble.coop](mailto:redaction@journalensemble.coop)

ISSN 1927-9221

POUR CETTE ÉDITION - Rédaction: Christine Gilliet et Nicolas Falcimaigne, rédacteur en chef.

Photographie: Nicolas Falcimaigne et Jean-François Fecteau (enbeauce.com). Révision: Frédérique Doucet et Christine Gilliet. Montage: Nicolas Falcimaigne.

Comité de rédaction: Nicolas Falcimaigne, Christine Gilliet, Charles Lavolette, Michèle Marchand, Alexandre Sheldon et Simon Van Vliet.

Conseil d'administration: Nicolas Falcimaigne, président, Dru Oja Jay, vice-président, Christine Gilliet, trésorière, Simon Van Vliet, secrétaire et Charles Lavolette, administrateur. Coprésidents d'honneur: Claude Béland et Raymond Corriveau.

Site Web: [FairTradeMedia.com](http://FairTradeMedia.com)

Publicité: [Poste affiché](#) - Communiqués de presse: [info@journalensemble.coop](mailto:info@journalensemble.coop)

Parce qu'ensemble, on va plus loin.