

**MÉMOIRE PRÉSENTÉ**

**AUX MEMBRES DE**

**LA COMMISSION SUR L'EAU, L'ENVIRONNEMENT, LE  
DÉVELOPPEMENT DURABLE ET LES GRANDS PARCS**

**SUR LA**

**Consultation publique sur le contrôle des circulaires**  
*Point de vue des artisans d'un média local indépendant*

*Par Journaldesvoisins.com*

**Quotidien Web et magazine papier bimestriel**

**d'Ahuntsic-Cartierville**

**MONTRÉAL, LE 21 OCTOBRE 2019**

**MESDAMES ET MESSIEURS LES MEMBRES DE LA COMMISSION,**

***JOURNALDESVOISINS.COM* DÉSIRESOUMETTRE À VOTRE ATTENTION LES COMMENTAIRES DE SES ARTISANS SUR LE SUJET EN TITRE.**

### **Qui sommes-nous ?**

*Journaldesvoisins.com* est un quotidien Web et un magazine papier bimestriel qui a été créé il y a huit ans par deux résidants et qui dessert les 137 000 citoyens d'Ahuntsic-Cartierville, l'un des 19 arrondissements de Montréal.

Notre mission : bien informer les citoyens (dont nous sommes également et depuis 30 ans).

Notre média est professionnel, indépendant, et communautaire.

Nous employons quatre salariés et utilisons les services de plusieurs journalistes indépendants. Les chroniqueurs sont des résidants du territoire.

En outre, chaque année, nous collaborons avec les universités montréalaises, alors que nous formons des journalistes stagiaires en provenance des divers programmes de journalisme. D'ailleurs, l'une des fondatrices et rédactrice en chef du média est également chargée de cours en journalisme à l'Université de Montréal.

Chaque été, également, quatre à six étudiants viennent travailler au *journaldesvoisins.com*.

Finalement, la saine gouvernance de notre média est assurée par un conseil d'administration formé de neuf citoyens, soit huit résidants d'Ahuntsic-Cartierville et un Montréalais non résidant issu du secteur de l'information. Sur ces neuf administrateurs, trois sont des salariés (dont les fondateurs, membres non-votants), un est le rédacteur en chef adjoint indépendant, les six autres sont des citoyens issus des secteurs du marketing, de la finance, du domaine scolaire, des PME, notamment.

Notre média se décline en deux formats :

Nous publions un magazine papier de 40 pages six fois par année, lequel est distribué à toutes les portes du territoire d'Ahuntsic-Cartierville, incluant celles qui ont un collant « pas de circulaires » comme il est permis par la réglementation existante, car notre média papier bimestriel est distribué seul, sans circulaires. Les textes du magazine papier sont surtout des articles de fond ainsi que des chroniques diverses.

Mais nous sommes surtout sur le Web, chaque jour, alors que nous couvrons les actualités quotidiennes du territoire : politique, éducation, santé, vie de quartier, consommation, etc.

### **La fin des hebdomadaires locaux?**

Récemment, nous avons lu et entendu que la fin du Publisac précipiterait la fermeture des journaux hebdomadaires locaux qui utilisent les services du Publisac. Nous n'en croyons rien, et voici pourquoi.

Quand Transcontinental était à la fois propriétaire des Publisacs et des journaux locaux, nous avons fait un calcul rapide et en étions venus à la conclusion que les vendeurs de publicités de Transcontinental avaient manifestement plus d'intérêt à vendre des circulaires aux commerçants (donc la formule du Publisac) plutôt que des espaces dans leurs propres journaux locaux. Pourtant, l'achat de publicités dans leurs journaux locaux aurait pourtant permis de soutenir la pérennité de l'information, ce que Transcontinental soutenait et soutient toujours vouloir faire.

Voyez plutôt cet exemple.

Selon nos calculs, une circulaire mesurant 4 pouces X 9 pouces coûte 10 cent l'unité à produire et 6 cent à être distribuée alors qu'elle est incluse dans le Publisac (total de 16 cent, par circulaire, par porte).

Pour un imprimeur comme Transcontinental qui produit les circulaires, cette formule est beaucoup plus payante que la formule qui consiste à vendre à un annonceur un espace d'une demi-page dans le journal local.

Dans un journal local, le coût de production **et** de distribution de l'annonce du client se résume à un total de 2,2 cents.

### **L'*opt-in*, les avantages**

Si jamais le Publisac et les circulaires qu'il contient deviennent disponibles seulement pour les citoyens qui le désirent (*opt-in*), il est vrai que les hebdomadaires locaux distribués à même le Publisac subiraient une augmentation de coût. En effet, ils devraient assurer eux-mêmes leur distribution de façon autonome. Et pourquoi pas? D'autres le font déjà; nous, par exemple!

En effet, à court, moyen, et long terme, la formule de l'*opt-in* comporte plusieurs avantages.

- 1- Elle permet de rejoindre plus de clients. Les citoyens qui ne veulent plus de circulaires/Publisac veulent tout de même avoir une bonne qualité d'information.
- 2- Le journal ne serait plus noyé parmi de multiples circulaires et aurait donc une meilleure visibilité.
- 3- Les commerçants qui ne peuvent plus rejoindre un grand nombre de clients par les circulaires devraient se tourner de nouveau vers les journaux locaux pour

annoncer et, ainsi, ils contribueraient à assurer la survie et la croissance des médias locaux.

### **Pour votre plus grand bien!**

En outre, et sans vouloir jeter la pierre à Transcontinental, ne faisons pas preuve de naïveté!

Outre le fait que Transcontinental emploie de nombreux Québécois et qu'elle contribue à l'économie québécoise, elle n'est pas cette entreprise « qui ne nous veut que du bien! ».

Pour elle, les journaux locaux sont intéressants pourvu qu'ils soient payants. D'ailleurs, comme ils ne l'étaient pas assez, et alors qu'ils étaient en déclin, elle les a vendus. Autant pour notre bien!

Maintenant, pour assurer la pérennité du virage qu'elle a pris, soit l'impression de circulaires et la production d'emballages, Transcontinental pousse à la roue, soi-disant pour aider ses partenaires, dont Metromedia – entreprise de distribution qui faisait déjà affaire avec Transcontinental pour la distribution des journaux locaux auparavant.

De notre compréhension des choses, Transcontinental a fait une offre à Metromedia que cette dernière ne pouvait refuser : racheter ses hebdomadaires et continuer de distribuer le tout, journaux locaux et circulaires. Si pas de rachat, pas de contrat de distribution de circulaires.

Metromedia pouvait difficilement refuser, à défaut de perdre, sinon son gagne-pain principal, du moins l'un de ses importants gagne-pain.

### **Argument spécieux**

Par ailleurs, une anecdote intéressante qui jette un autre éclairage sur le désir de Transcontinental de soutenir les médias locaux...

En 2016 (et encore en 2017), *journaldesvoisins.com* était à la recherche du meilleur prix pour assurer la distribution de notre magazine papier bimestriel à moindre coût.

À la demande du conseil d'administration, notre direction a donc sollicité une soumission de Transcontinental qui était alors propriétaire du Courrier Ahuntsic et du Courrier Bordeaux-Cartierville, des hebdomadaires locaux distribués sur le territoire d'Ahuntsic-Cartierville.

Or, nous n'avons jamais eu de retour d'appel de Transcontinental en réponse à notre demande de soumission que nous avons bien expliquée sur notre message téléphonique. Nous avons donc continué à faire distribuer notre magazine papier bimestriel par un distributeur indépendant. Et nous existons toujours!

Le souci de Transcontinental d'aider la presse locale? Nos doutes sur cet argument spécieux!

## **Montréal, laboratoire d'innovation**

Les opposants à la méthode *opt-in* mentionnent que Montréal serait la seule grande ville à mettre en place cette nouvelle façon de faire. Et pourquoi pas?

Montréal ne peut-elle pas innover? Les municipalités n'ont-elles pas la possibilité, mais surtout le devoir d'innover? Nous croyons que oui!

Dans leur ouvrage *L'innovation municipale*, publié il y a quelques mois aux Presses de l'Université de Montréal, les deux auteurs, Gérard Beaudet, urbaniste québécois bien connu, et Richard Shearmur, directeur de l'École d'urbanisme de l'Université McGill, n'écrivent-ils pas :

« Innover est tout simplement ce que font les municipalités pour s'adapter, pour améliorer leurs services et leur gestion, pour répondre aux demandes des citoyens et pour régler les problèmes auxquels elles font face. Ces améliorations sont parfois marginales, parfois importantes, parfois très originales, parfois imitatives : mais toutes représentent des changements [...] ».

**NOUS VOUS REMERCIONS D'AVOIR PRIS LE TEMPS DE NOUS LIRE.**

**LA DIRECTION, *JOURNALDESVOISINS.COM***