

Rapport Tournée des membres 2023

Bilan de rencontre de 41 télévisions communautaires autonomes



TABLE DES MATIÈRES

Introduction _____	1
La programmation et la production _____	2
Les ressources humaines dans les TCA _____	4
Financement et états financiers _____	7
La relation avec le câblodistributeur _____	10
La gestion démocratique _____	11
La réglementation _____	12
L'avenir de la télévision communautaire autonome _____	13
Conclusion _____	14

Introduction

De novembre 2022 à juillet 2023, la permanence de la Fédération des télévisions communautaires du Québec a réalisé une tournée du Québec qui allait lui permettre de rencontrer tous ses membres directement dans leurs locaux. Cette tournée vise à outiller la Fédération afin de mieux comprendre la réalité, les enjeux et les façons de faire des télévisions communautaires autonomes du Québec, en plus de pouvoir mettre à jour et comparer les résultats avec les données des dernières tournées.

La dernière tournée effectuée par la Fédération avait eu lieu en 2015. Cela faisait donc plus de 7 ans que la Fédération ne s'était pas déplacée pour aller à la rencontre de ses membres. Le congrès annuel sert évidemment de rassemblement et d'occasion pour tous de se rencontrer, mais il est impossible d'avoir un portrait précis et ancré en se fiant uniquement aux échanges permis par cet évènement. De plus, ce ne sont pas tous les membres qui se déplacent chaque année au congrès. Il était donc pertinent d'aller directement à la rencontre des membres.

Ce fut une expérience enrichissante et révélatrice qui a confirmé la lecture qu'avait la permanence de la Fédération quant à la situation des télévisions communautaires autonomes du Québec. Cette compréhension de l'état des choses a comme répercussion positive de permettre à la permanence de mieux représenter les intérêts de ses membres auprès des différentes instances et au conseil d'administration de mieux orienter les actions futures.

La tournée aura aussi permis de mettre à jour des données qui seront utiles aux membres. Vous trouverez donc dans ce document une multitude de données quantitatives et qualitatives sur les TCA du Québec.



La programmation et la production

Les TCA produisent en moyenne 5 heures de programmation originale par semaine, une baisse d'une heure par rapport à 2015, sur une période moyenne de 41 semaines comparativement à 39 en 2015. Un peu plus du tiers des TCA diffusent plus de 5 heures de programmation originale par semaine et la moitié diffusent sur plus de 48 semaines par année. Sur ces 5 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.

Plus d'une vingtaine de types d'émissions différentes sont produites. Parmi les thématiques les plus populaires se retrouvent des émissions dédiées aux affaires municipales et à la politique, des émissions culturelles, des entrevues avec les gens de la communauté, des émissions de sport, des captations de spectacles ou d'évènements, des émissions religieuses, des émissions portant sur l'histoire et le patrimoine, des émissions musicales et des rencontres avec les gens d'affaires pour ne nommer que celles-là. En moyenne, 38% des idées d'émissions originales proviennent de la population.

Les TCA desservent en moyenne 15 municipalités chacune, pour un total de 530 municipalités couvertes sur le territoire de la province. La couverture s'est largement étendue puisqu'elle a augmenté de près de 50% par rapport à 2015. Nous pouvons ainsi conclure que les TCA dépassent amplement les critères de financement du ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCCQ) et qu'elles offrent une programmation diversifiée.

En bref Les TCA au Québec



L'ÉQUIPEMENT

La totalité des TCA possède de l'équipement haute définition (HD) alors que c'était le cas de 75% des membres seulement en 2015. Toutefois, 11 d'entre elles ne sont pas diffusées en HD sur le câble mais vont diffuser en haute définition sur leur site internet et les autres plateformes. 32 TCA possèdent leur propre baie de diffusion leur permettant de produire des émissions en direct de façon autonome.

Chaque télévision possède en moyenne 7 caméras. Un peu plus de la moitié des TCA réservent une partie de leur matériel aux tournages extérieurs et une autre partie est dédiée entièrement aux tournages en studio. Rares sont les TCA qui prêtent ou louent leurs équipements. Celles qui le font dédient ce genre de service à leurs bénévoles ou aux membres de confiance de la TCA. Lorsqu'on leur demande ce qui leur manquerait comme équipement pour être comblés, des caméras de meilleure qualité, une unité de tournage mobile et un local plus grand ou mieux aménagé sont les éléments les plus souvent énumérés.

AU-DELÀ DU TÉLÉVISEUR

Toutes les TCA diffusent une partie de leur programmation en ligne. Pour ce faire, la plupart utilisent les plates-formes YouTube ou Vimeo. Certains hébergent leurs émissions directement sur leur site Internet. Quelques rares utilisent Facebook et Twitch pour diffuser leur contenu directement sur ces plates-formes. En contrepartie, Facebook est le moyen de communication le plus utilisé pour faire la promotion des productions des TCA¹.



¹ Cette donnée risque de changer drastiquement cette année suite à l'adoption du projet de loi C-18 et à la décision de META de cesser de permettre le partage de contenu de médias en ligne.

La majorité des TCA rencontrées considèrent qu'elles réussissent à produire des émissions de qualité considérant leurs moyens. Évidemment, dans presque tous les cas, il manquerait des ressources pour permettre à l'équipe de produire à la hauteur de leurs attentes. Pour certains, c'est la disponibilité des journalistes et monteurs, bénévoles ou rémunérés, qui ne permet pas à la TCA de prendre le temps désiré pour produire la quantité d'émissions voulues.

Les ressources humaines dans les TCA

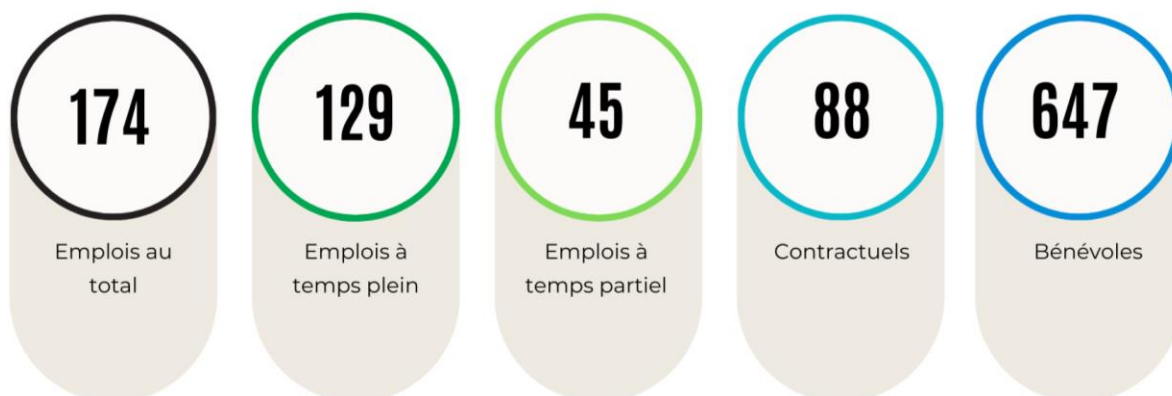
LES EMPLOIS DANS LES TCA

Les TCA comptent en moyenne quatre employés, dont trois à temps plein et un à temps partiel. Elles engagent aussi des employés contractuels de manière ponctuelle, ce qui vient augmenter le nombre d'employés moyen à six. Le nombre d'employés a peu fluctué au cours des dernières années, mais on remarque une hausse du recours aux contractuels ou aux pigistes.

De ces employés, trois sont embauchés à la production tandis qu'un emploi est dédié presque exclusivement à l'administration. Cela dit, dans la majorité des TCA, le ou les employés s'occupant de l'administration font aussi de la production ou de l'animation.

Le salaire horaire moyen des employés, toutes catégories confondues, est de 23\$ alors qu'il était de 16\$ en 2015. La plupart des TCA rencontrées sont constituées d'équipes stables depuis plusieurs années (70%). Cette situation s'explique souvent par le fait que les employés aiment leur travail. Ce sont des gens passionnés et heureux de pouvoir faire de la télévision dans leur région. Le climat de travail agréable et les horaires flexibles dont jouissent les employés ont aussi été mentionnés.

Toutefois, une partie importante des TCA éprouve des difficultés de recrutement lorsqu'elles ont besoin de trouver un employé. Cette difficulté à trouver et à garder les gens en poste semble liée aux salaires peu compétitifs. Les départs à la retraite, la dépendance au financement et la rareté des gens qualifiés sont des sources de préoccupations pour les gestionnaires de TCA.



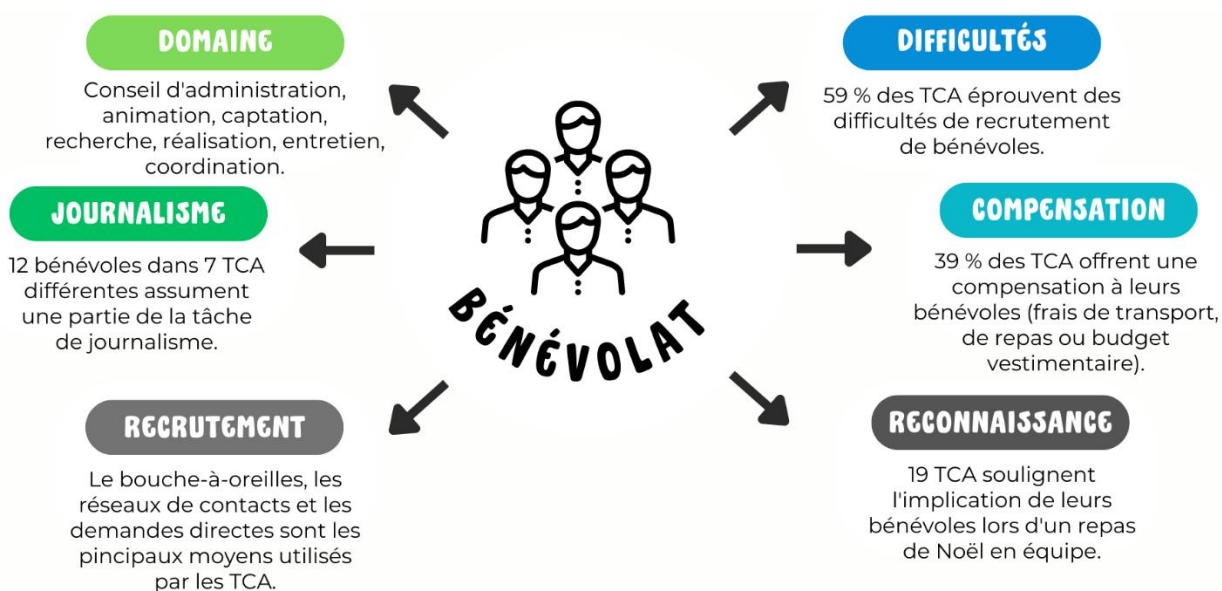
LE BÉNÉVOLAT DANS LES TCA

Les bénévoles des TCA sont une ressource précieuse qui s'est raréfiée dans les 7 dernières années. On les retrouve dans le conseil d'administration, mais aussi à l'animation des émissions, à la production, à la captation, à l'entretien des lieux, à l'organisation des différents projets ainsi qu'à la coordination du bingo. Les TCA peuvent compter sur une moyenne de 16 bénévoles qui gravitent autour de la télévision chaque année. Ces bénévoles oeuvrent en moyenne 990 heures par année par TCA, alors que la moyenne de 24 bénévoles faisait près de 2700 heures par année en 2015.

Les TCA peuvent encore compter sur l'implication de leur population pour produire et diffuser une télévision qui leur ressemble. Toutefois, l'implication des individus dans leur télévision communautaire autonome est en déclin. Depuis l'épisode pandémique de la Covid-19, plusieurs TCA n'ont pas retrouvé de bénévoles pour les aider dans les différents domaines d'implication possible. La moitié des TCA rencontrées ont mentionné que les bénévoles étaient désormais difficiles à recruter. Trouver des gens intéressés et les convaincre de s'impliquer est une chose ardue.

Le recrutement des bénévoles se fait principalement par des demandes directes dans les réseaux de contacts des membres des TCA. Le bouche-à-oreille est la méthode privilégiée par 68% des TCA. 27% des TCA ont mentionné ne pas avoir besoin de faire du recrutement pour le moment puisque les gens venaient d'eux-mêmes se présenter et offrir leurs temps. Les écoles ont également été mentionnées comme lieux propices au recrutement de nouveaux bénévoles.

Pour l'adhésion des membres à leur TCA, certaines tiennent des campagnes de recrutement spécifiques, où l'équipe est mise à contribution. Autrement, le bouche-à-oreille, les courriels ciblés, les annonces sur les médias sociaux et sur les ondes des TCA sont les principaux moyens utilisés pour recruter de nouveaux membres.



Financement et états financiers

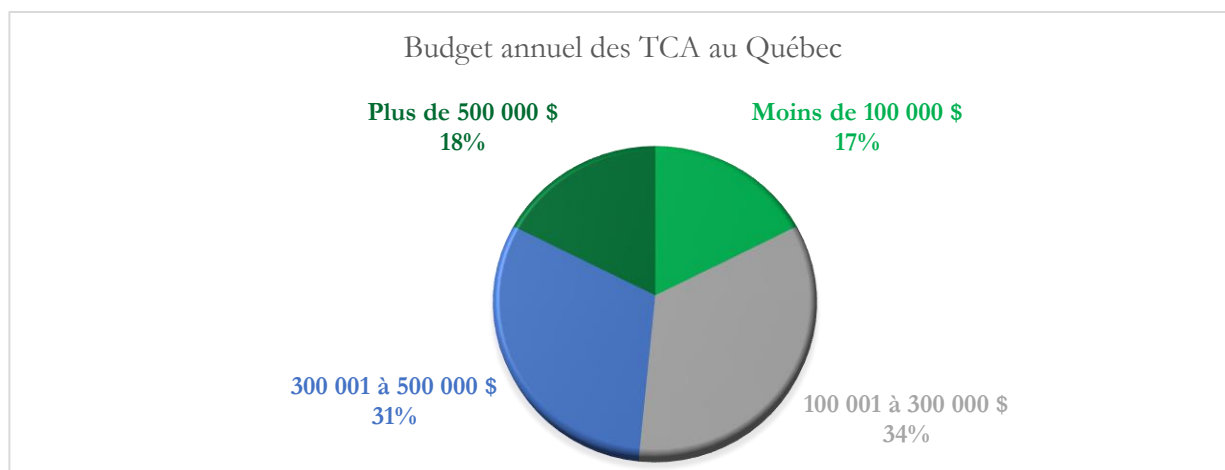
Le budget annuel d'une TCA varie entre 85 000\$ et 1 588 800\$, avec une moyenne se situant autour de 410 800\$. En 2022, 64% des TCA avaient un budget de fonctionnement inférieur à 400 000\$. Nous avons remarqué une hausse notable des budgets dans les dernières années, largement attribuée à certains bingos dont les profits ont explosé durant la pandémie. En excluant les années pandémiques, la hausse des budgets a été d'environ 34%, ce qui est quand même considérable.

SUBVENTIONS ET CONTRIBUTION DE L'EDR

Toutes les TCA membres de la Fédération sont reconnues officiellement par le MCCQ et considérées comme des entreprises d'économie sociale. Seulement deux de nos membres ne sont pas soutenues financièrement par ce dernier. Celles qui reçoivent un financement du MCCQ bénéficient d'une moyenne de 49 500\$ par année comparativement à 33 600\$ en 2015. Toutes les personnes rencontrées s'entendent pour dire que le MCCQ devrait augmenter son financement des TCA.

Si la plupart des TCA reçoivent une contribution de la part de leur câblodistributeur respectif, neuf d'entre elles ne reçoivent rien du tout, comparativement à trois en 2015. En moyenne, c'est 36 600\$ que les TCA reçoivent de la part de leur câblodistributeur, ce qui représente une diminution de 32% par rapport à la moyenne établie lors de la tournée des membres de 2015. Il est à noter que le tiers des TCA reçoivent 10 000\$ et moins par année et qu'en 2022, sept télévisions ont cessé de recevoir de l'argent de leur câblodistributeur. Chez 58% de nos membres, les municipalités desservies par le service participent financièrement aux activités de la TCA. Cette aide est parfois indirecte (logement à prix modique ou gratuit) ou par rémunération (captation du conseil de ville rémunérée).

Les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) ont de bonnes relations avec les TCA. La moitié des TCA peuvent compter sur d'autres types de support que financier de leur part ; assistance technique, conseils, prêts d'équipements ou de locaux, services de téléphonie et d'Internet gratuits.



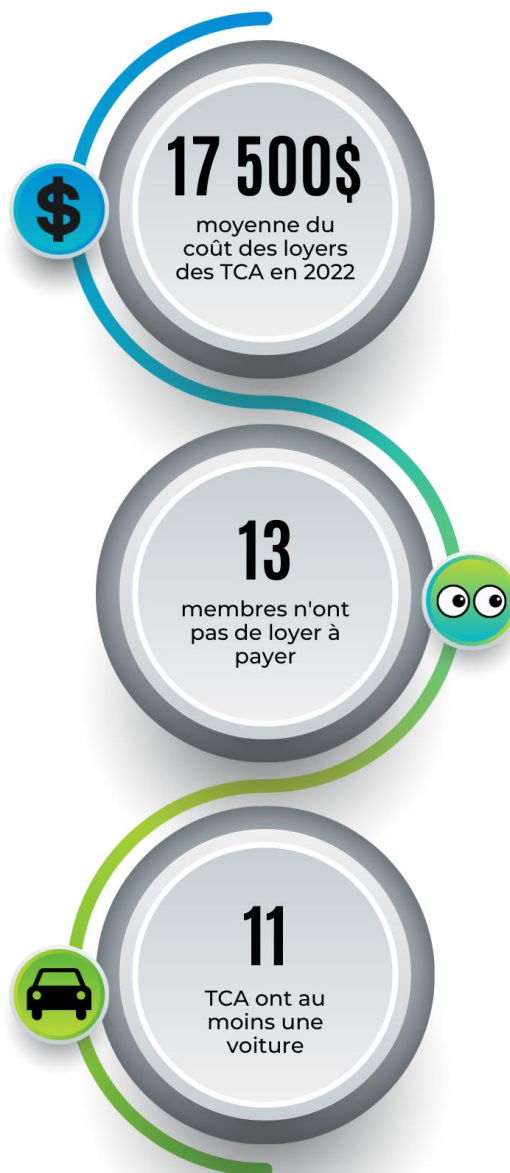
AUTOFINANCEMENT

80% des TCA perçoivent un revenu provenant de contrats de production ou encore de la publicité ou de la commandite pour leurs émissions. La majorité des TCA croient qu'un assouplissement des règles en matière de publicité et commandites pourrait avoir un effet bénéfique sur leurs ventes.

Le placement publicitaire gouvernemental a connu une hausse marquée dans les années de la pandémie, retrouvant les niveaux d'investissements des belles années avant l'avènement du placement web au début des années 2010. Étant donné les hausses marquées, la majorité des membres de la Fédération s'entendent pour dire qu'ils sont satisfaits de la mesure du 4% de placement publicitaire du gouvernement du Québec. Toutefois, plusieurs mentionnent que le pourcentage n'est pas respecté et des efforts devraient être faits pour atteindre l'objectif.

32 TCA peuvent compter sur le télébingo comme source de financement. Les revenus bruts qu'il génère vont de 1000\$ à 1 158 600\$ par année. Le tiers des TCA peuvent compter sur un revenu net de télébingo de plus de 40 000\$ pour financer leurs activités. Les revenus du télébingo ont été exceptionnels pour la plupart des TCA lors de la période de la Covid-19. Il faut mentionner que les revenus étaient déjà à la hausse avant la pandémie (+34%). Au moment de la tournée des membres, les revenus de télébingo étaient revenus à la normale, avec une légère hausse pour la moitié des membres. Les TCA qui remarquent une baisse de ce revenu l'expliquent par la compétition des autres bingos de la région, la difficulté à renouveler la clientèle, le délai trop long lors de la diffusion en direct et les nouvelles habitudes de consommation télévisuelle de la jeune génération.

En bref Les TCA au Québec



Bien que le bingo médias soit une activité d'autofinancement importante pour la plupart de nos membres, il existe plusieurs types d'activités ou sources de financement différentes, allant de la production vidéo corporative, les services de numérisation, la commandite ou le membrariat pour ne nommer que ceux-là.

DÉFIS LIÉS AU FINANCEMENT

Plusieurs TCA doivent refuser des projets venant de la communauté, faute de ressource. D'autres se tournent vers l'embauche temporaire d'étudiants durant l'été. Plusieurs choisissent de fermer leurs portes durant l'été et les employés doivent faire une demande de chômage saisonnier. L'encadrement de nouveaux employés et de nouveaux bénévoles demande du temps et de l'énergie que les TCA ne possèdent pas toujours, surtout si l'exercice est à renouveler chaque année. Le manque d'espace disponible a également été soulevé par plusieurs TCA comme un irritant et un frein à réaliser leurs projets.

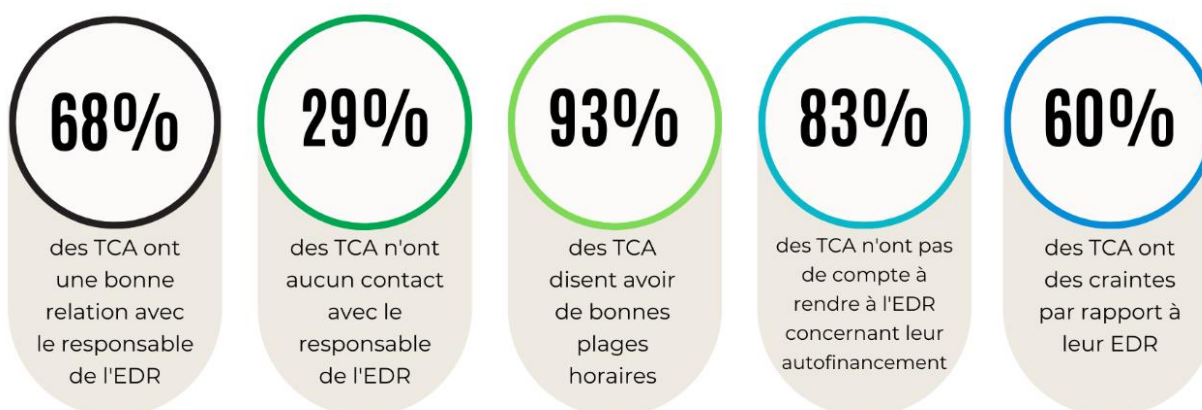


La relation avec le câblodistributeur

Tout comme lors de la tournée des membres en 2015, Vidéotron et Cogeco sont toujours les deux principaux câblodistributeurs fournissant les ondes aux TCA du Québec. En 2015, seulement 5 TCA avaient plus d'un câblodistributeur sur leur territoire. En 2022, ce nombre passe à 31 TCA qui ont au moins deux câblodistributeurs sur leur territoire. 60% d'entre elles ont la possibilité d'offrir leur programmation d'accès aux autres câblodistributeurs présents sur leur territoire, mais seulement quelques TCA diffusent leur contenu auprès de deux compagnies.

68% des TCA ont de bonnes relations avec leur câblodistributeur respectif, alors que 29% ont mentionné n'avoir aucune relation avec les responsables du câblodistributeur. 93% des TCA considèrent détenir des plages horaires intéressantes pour la diffusion de leur contenu. Toutefois, 22% des TCA ont mentionné que le câblodistributeur s'appropriait parfois le meilleur temps d'antenne pour des émissions spéciales.

Encore 11 TCA ne sont pas diffusées en HD. Cette situation a assurément un impact sur leur auditoire, et donc, indirectement sur plusieurs de leurs activités (découvrabilité, qualité de la diffusion, adhésion de la population, etc.). De plus, 60% des TCA rencontrées ont mentionné avoir des craintes quant à l'avenir de leur TCA par rapport à leur câblodistributeur, principalement à cause des changements dans les habitudes de consommation des téléspectateurs et des coupures financières effectuées par les EDR dans la dernière année.



La gestion démocratique

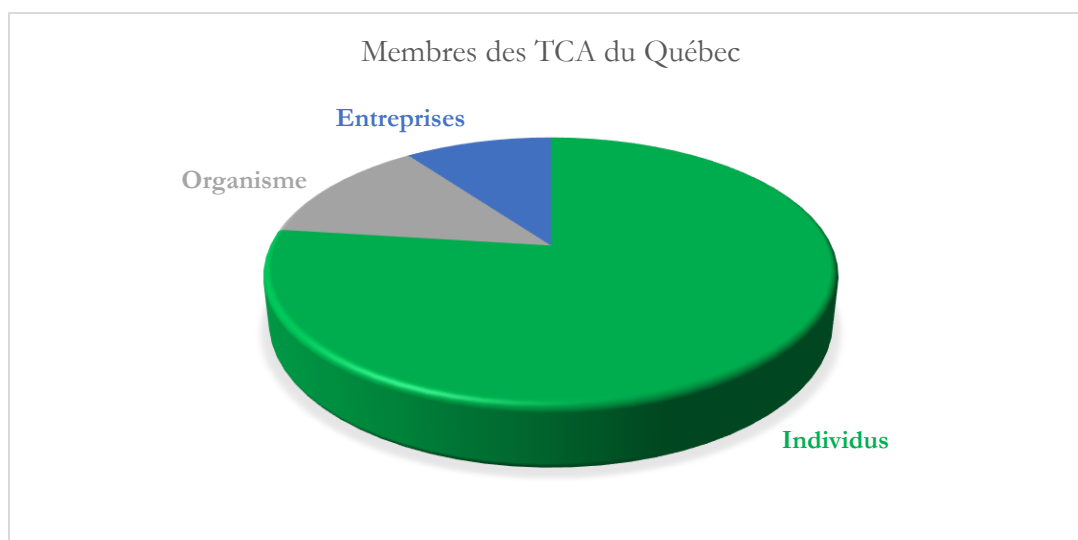
LES ENJEUX DE LA GESTION DÉMOCRATIQUE

Les TCA étant des organismes à but non lucratif, la participation de la communauté à leur bonne gestion est primordiale. Lors de notre rencontre avec les membres, nous avons pu constater que les adhésions étaient un enjeu majeur pour une partie des TCA du Québec. En fonction des régions visitées, la participation de la communauté était parfois très difficile à obtenir. Le manque de ressources et de temps est souvent à l'origine du peu de temps consacré à la recherche de bénévoles et de membres.

LES MEMBRES ET LA PARTICIPATION

Ce sont tout de même près de 5000 membres sur lesquels peuvent compter les TCA à travers le Québec, une diminution de 900 par rapport à 2015. En moyenne, une TCA recrute une centaine de membres annuellement. La plupart de ces membres sont des individus, mais le quart des membres sont des organismes ou des entreprises qui soutiennent la mission des TCA.

De manière générale, les TCA peuvent compter sur la participation d'une quinzaine de leurs membres lors de leur assemblée générale annuelle. Ce nombre inclut les membres du conseil d'administration, qui sont entre cinq et douze à siéger tout dépendant de la TCA. 59% des membres éprouvent des difficultés à renouveler les membres du conseil d'administration. Les TCA peuvent généralement compter sur des bénévoles impliqués depuis plusieurs années sur leur CA. Une attention particulière est habituellement apportée au recrutement des membres du conseil d'administration afin d'avoir des administrateurs avec des profils diversifiés qui pourront supporter la permanence dans ses décisions et dans les différentes activités de la TCA.



La réglementation

COMPRÉHENSION GÉNÉRALE

La plupart des dirigeants que nous avons rencontrés ont une connaissance de base de la réglementation du CRTC en ce qui a trait aux télévisions communautaires, tandis que 37% disent en avoir une bonne compréhension. Le manque de temps pour étudier la réglementation et le manque de ressources humaines obligent les TCA à investir leurs efforts sur la production et les affaires courantes.

Le CRTC est souvent perçu comme une entité abstraite, ne servant qu'à régler, voire à mettre des bâtons dans les roues du développement des TCA. C'est un organisme considéré comme étant loin de la réalité terrain des TCA.

UNE VISION COMMUNE

Si la compréhension réglementaire diffère d'une TCA à l'autre, la vision de ce qu'elle devrait être est beaucoup plus claire et homogène. La très grande majorité des télévisions s'entendent pour dire qu'un allègement réglementaire en matière de commandite, afin de notamment permettre les messages de promotion de produits et de services, serait souhaitable, bien que certains aient émis des réserves. La raison la plus souvent invoquée pour ce changement est d'ordre économique, soit la possibilité d'obtenir une source de revenus supplémentaire. Plusieurs ont aussi souligné la possibilité d'offrir aux commerçants locaux une vitrine qu'ils ne peuvent se payer sur les grandes chaînes nationales. Évidemment, le changement ne serait pas nécessairement significatif pour toutes les télévisions, puisque certaines n'ont simplement pas le marché local ou régional pouvant se payer de la publicité télévisuelle. D'autres n'ont simplement pas les ressources nécessaires à accorder à des contrats privés de ce genre, où le profit ne serait pas plus grand que l'investissement. Certaines inquiétudes ont été soulevées quant au risque que cela pourrait poser, dont l'impact possible sur le contenu des émissions et la satisfaction de l'auditoire.

Les TCA s'attendent à ce que la Fédération continue de les défendre devant le CRTC et demandent une bonification du financement par les câblodistributeurs, une obligation de diffuser les contenus des TCA et un allègement de la réglementation en matière de publicité. Dans tous les cas, le besoin pour des balises plus claires et un financement obligatoire et universel sont des idées généralement partagées par tous les membres de la Fédération.

L'avenir de la télévision communautaire autonome

83% des TCA rencontrées sont inquiètes au regard de leur avenir à court et à moyen terme. Les principales raisons mentionnées sont le financement inadéquat qui découle sur l'impossibilité d'offrir des conditions de travail attractives pour la relève, puis le changement dans les habitudes de consommations des téléspectateurs. En effet, les TCA sont inquiètes de ne pas pouvoir offrir des salaires qui suivent l'inflation et la concurrence. L'adaptation à la nouvelle réalité où le web occupe une place prédominante est préoccupante. L'offre globale est grandissante, mais l'offre locale demeure limitée. Aussi, le manque de main-d'œuvre et l'absence de relève sont devenus sources de tracas dans les dernières années.

Pourtant, les TCA sont devenues les seules à offrir une programmation locale et régionale dans le paysage télévisuel actuel. Ce sera le défi des prochaines années de continuer d'impliquer et d'intéresser les citoyens afin de les rallier à la mission des télévisions communautaires et de continuer d'offrir de l'information locale.

Évidemment, le financement est une préoccupation constante pour tous les membres. Puisque ce ne sont pas toutes les TCA qui reçoivent du financement de leur cablôdistributeur, elles sont souvent tributaires des aléas de l'économie locale et nationale.

De plus, les membres ne trouvent pas que l'investissement gouvernemental est suffisant en termes de publicité. Ces sources de revenus, même lorsqu'elles sont secondaires, sont primordiales et le fait qu'elles ne soient pas garanties ajoute à l'insécurité vécue par certains de nos membres. Les deux années de la Covid-19 ont été les seules années où le 4% d'investissement en publicité dans les médias communautaires a été atteint. Maintenant, la majorité de nos membres ont souligné que l'investissement avait diminué à un niveau plus « normal », mais tout de même légèrement à la hausse au fil du temps pour 63% des TCA rencontrées.

Conclusion

La tournée aura permis de réaffirmer le caractère distinct des TCA à travers le Québec. Les réalités sont multiples, et les défis nombreux. Nous aurons tout de même pu constater que les télévisions communautaires autonomes du Québec sont opérées par des gens dévoués, passionnés et convaincus de l'importance de leur mission.

Bastion de l'information locale, les TCA sont sans aucun doute une ressource importante pour les régions du Québec. Les membres ont tous paru heureux de pouvoir échanger avec la permanence de la Fédération. Ils se sont montrés disponibles et généreux. La plupart d'entre eux ont été très enthousiastes à partager leurs projets d'avenir et leurs préoccupations. La majorité aimerait pouvoir se sentir davantage connectée avec les autres TCA et ainsi bâtir une communauté de partage forte et animée.

Ce fut sans contredit une expérience enrichissante et formatrice. Les résultats auront permis de dresser un portrait actuel et plus précis sur les TCA au Québec.



