



## MÉMOIRE

### Intervention / observations

### Avis de consultation publique du ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine

---

*Pour une information au service de l'intérêt public*

**ORIENTATIONS DU MINISTÈRE DE LA CULTURE, DES COMMUNICATIONS ET DE LA CONDITION  
FÉMININE ISSUES DU DOCUMENT DE CONSULTATION**

---

Présenté au

Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine du Québec

Document préparé par :

La Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec  
1504, rue Saint-Calixte, local 302 Plessisville (Québec) G6L 1P6

Tél. : (819) 621-1616

Télééc. : (819) 621-1615

Courriel : [fedetvc@fedetvc.qc.ca](mailto:fedetvc@fedetvc.qc.ca)

Le 21 septembre 2011

## **Intervention et observations de la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec**

### **INTRODUCTION**

1. Fondée en novembre 1998, la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec (la Fédération) regroupe actuellement 45 corporations sans but lucratif de télévision communautaire autonome communément appelé TVC qui sont réparties dans 15 des 17 régions administratives du Québec
2. La Fédération est un organisme sans but lucratif dont les objectifs sont de défendre et promouvoir les intérêts de ses membres; promouvoir le développement de la télévision communautaire au Québec; favoriser la concertation entre les membres de l'association ainsi qu'avec les différents partenaires du milieu. Enfin, la Fédération tente de consolider et développer le financement de la télévision communautaire autonome. Ses membres sont animés par des valeurs de démocratie, d'identité collective, de solidarité, d'engagement, d'équité, de respect de la dignité humaine. Elles affichent une indépendance face aux voix officielles.
3. La Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec intervient ici afin de soumettre au Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine du Québec (le Ministère) ses avis, commentaires et observations en lien avec la *Consultation sur les orientations du Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine en matière d'information d'intérêt public* répondant ainsi au dépôt du rapport de M<sup>me</sup> Payette sur l'avenir du journalisme et de l'information, intitulé *L'information au Québec : un intérêt public*.
4. En raison du temps alloué pour déposer les documents et de l'obligation de rédaction qui stipule que les mémoires doivent se limiter à 5000 mots (20 pages), notre intervention se concentrera essentiellement sur la section du document de consultation intitulé *Pour une information au service de l'intérêt public* et qui traite du soutien à la diversité des voix. Plus précisément, nous nous pencherons sur la section 2.2.2 qui aborde le rôle des médias communautaires. Nous répondrons aux trois (3) questions soumises par le Ministère et qui sont:
  - *En quarante ans, le milieu des communications a grandement évolué au Québec et les médias communautaires ont dû s'adapter aux nouvelles réalités. Comment percevez-vous la mission de ce type de média aujourd'hui et comment envisagez-vous son rôle et ses modes de diffusion pour l'avenir ?*
  - *Le programme d'aide aux médias communautaires soutient les initiatives d'appropriation collective d'un moyen de communication et d'information. La problématique de l'accès aux médias est-elle toujours d'actualité avec l'arrivée des nouveaux médias ?*
  - *Le soutien de l'État est-il toujours pertinent ? Devrait-il être actualisé en fonction des nouveaux enjeux de communication qui caractérisent l'univers des médias aujourd'hui ?*

5. Nous tenons à préciser que nos réponses aux questions ci-dessus ne se retrouveront pas nécessairement en ordre chronologique. Il faut y voir davantage une suite dans les idées plutôt qu'un argumentaire ciblé. Nous sommes d'avis que le contexte importe grandement afin de bien saisir quelle est l'importance des TVC autonomes au Québec. C'est ce sur quoi notre intervention portera. Il va sans dire que vous trouverez dans notre intervention nos positions quant aux questionnements soulevés dans le document d'analyse. Les titres de sections permettront de bien identifier où se trouvent les réponses aux questions posées.
6. Nous souhaitons que cette tribune puisse permettre à la Fédération de faire connaître au Ministère sa vision des TVC autonomes au Québec ainsi que leurs rôles toujours actuels et nécessaires. Notre intervention se fera donc principalement en lien avec les questions qui concernent plus directement le rôle des médias communautaires (point 2.2.2).
7. La Fédération se garde la latitude en fin de document de se pencher sur diverses questions en lien avec les recommandations du Rapport Payette et le document de consultation sur les orientations du Ministère de la Culture des Communications et de la Condition féminine, qu'elle pourrait juger pertinent d'élaborer, notamment sur le projet de plateforme d'information régionale et inter-régionale mené par Télé-Québec, le statut de journaliste professionnel ou encore la consolidation du rôle du Conseil de Presse du Québec (CPQ).

## **1. UNE MISSION INTEMPORELLE, UN RÔLE NÉCESSAIRE ET UNE PRÉSENCE TOUJOURS D'ACTUALITÉ**

### **1.1. Des institutions uniques de par leur ancrage patrimonial et historique**

8. L'arrivée de la télévision communautaire coïncide avec le développement de la câblodistribution au Québec et au Canada. La diffusion par câble a pris son envol à la fin des années 60. Un peu partout au Québec on a vu apparaître des petits systèmes de câblodistribution souvent associés à des municipalités ou des territoires assez bien circonscrits et calqués le plus souvent sur des communautés (agglomération paroissiale, municipale, etc).
9. En même temps que le câble se déployait en région, le développement de la technologie vidéo rendait la production télévisée plus conviviale que jamais. Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) sensible au fait que les ondes sont publiques ainsi qu'au courant social et technologique de l'heure, a souhaité la mise sur pied d'un canal communautaire qui devait servir aux citoyens des communautés câblées. Ce dernier a voulu que les entreprises de câblodistribution réinvestissent des sommes d'argent pour partager les ondes et offrir ainsi un service aux abonnés, d'où l'apparition du canal communautaire. Le Conseil exigeait qu'un espace communautaire soit disponible sur le service de base du câble. C'est donc une obligation sociale et réglementaire du CRTC qui a permis la naissance de la télévision communautaire. Il s'agissait entre autres choses de ne pas laisser cette nouvelle technologie uniquement dans les mains de l'industrie, de la démocratiser.
10. Au Québec, en raison des transformations sociales qui s'opéraient à l'époque dans la foulée de la Révolution tranquille, la jonction s'est faite quasi-naturellement entre les médias communautaires et les groupes de citoyens qui cherchaient à

participer à la vague de changements en s'exprimant sur cette société en profonde mutation. Cette conjoncture a favorisé l'émergence du média communautaire.

11. Rapidement, des groupes de citoyens ont choisi de mettre sur pied un tel type de média communautaire et de le prendre en charge, parce qu'ils croyaient à la liberté d'expression, à la prise de parole citoyenne et à la possibilité de participer aux changements sociaux. Pour la première fois au Québec, la télévision devenait accessible. Les militants qui choisissaient de s'y impliquer y voyaient un outil de prédilection leur permettant de s'exprimer, les élus locaux y trouvaient une tribune, les groupes populaires, un outil pour faire connaître leur vision des changements sociaux et les actions à poser pour permettre ces changements. Les uns considéraient ce moyen de communication comme un lieu de création et d'autres comme un lieu de débat et d'expression public et local.
12. Comme dans bien des sphères de l'activité sociale de l'époque, le laïcisme a pris le pas sur le clérical. Le canal communautaire remplaçait graduellement le perron de l'église comme point de chute de l'information, des nouvelles et des échanges. Pour ces communautés, il s'agissait simplement d'une évolution naturelle vers un nouvel outil de communication collectif à la portée de tous et dont ils pouvaient se servir sans contraintes pour prendre la parole, transmettre leurs idées, donner leur opinion et surtout savoir ce qui se passe chez-eux.
13. À leurs débuts, l'objectif dominant des TVC était clairement de prendre part au débat, de le démocratiser, de l'élargir, de le provoquer même! La télévision communautaire était à cette époque militante et politique. La recherche de l'action citoyenne primait. Le contenu au-delà du contenant.
14. Au fil des ans, et au Québec plus particulièrement, la place des TVC sur le canal communautaire s'est confirmée jusqu'à en devenir quasi-indissociable. Les méthodes et les mentalités aussi évoluaient. Les artisans des TVC prenaient de l'expérience et la télévision communautaire se raffinaient. Voulant conserver son créneau citoyen et engagé sans cependant se marginaliser, les TVC se sont adaptées à ces changements et au boum télévisuel des années 80. Les équipements de montage sont devenus plus précis, l'éclairage et le son aussi. On a vu apparaître des plans d'émissions et de la programmation structurés. Les artisans se sont formés professionnellement en animation, en journalisme, en recherche ou en montage, bref, en tout ce qui caractérise les métiers de la télévision.
15. Toujours engagées, en plus d'être mieux organisées, les TVC ont agrandi leur offre de service en développant un volet qui faisait d'elles des télévisions axées davantage sur un volet «*de services*». Ce faisant, elles sont devenues un outil de visibilité et de communication pour l'ensemble de la communauté qu'elles desservaient. Les groupes sportifs, les élus, les acteurs économiques, sociaux et communautaires ainsi que les institutions publiques profitaient dorénavant de ce moyen local de diffusion pour informer et se faire connaître. C'est encore le cas aujourd'hui. En effet, les raisons qui, historiquement ont poussé, et qui poussent encore aujourd'hui les citoyens à se doter de l'outil de communication qu'est la télévision communautaire sont essentiellement les mêmes. Montrer les diverses facettes d'une réalité, donner la parole à ceux qui autrement ne l'auraient pas,

répondre à des lacunes en matière d'information locale ou encore pour permettre l'expression de talents émergents.

16. Force est d'admettre qu'en quarante ans, les télévisions communautaires ont effectivement su s'adapter. Elles ont même parfois été des précurseurs. Si nous tenions à réitérer ici l'évolution de la télévision communautaire, c'est que nous souhaitons que cet aspect ne soit pas évacué de la réflexion. Nous croyons que ce bref rappel socio-historique permettra d'analyser la nécessité des TVC autonomes sur la base de leur réel apport social, culturel, patrimonial historique et économique.

## **1.2. Une mission nécessaire et un rôle toujours d'actualité**

17. Comme nous l'avons vu, les corporations de télévisions communautaires autonomes sont nées de la volonté des communautés locales et régionales de se doter d'un instrument de communication télévisuel leur appartenant. Petit à petit, les gens ont investi leur TVC autonome parce qu'ils ont cru et croient toujours que le canal communautaire représente un espace de programmation synonyme d'accueil et de liberté.

18. La télévision, c'est aussi «*la reine*» des médias électroniques de par son prestige, son étendue et son importance. Il est donc souhaitable que les citoyens puissent y avoir accès, ne serait-ce que pour s'assurer que cette dernière demeure démocratique et ne devienne pas l'apanage exclusif des entreprises de radiodiffusion (EDR). Si tel était le cas, il en résulterait une grave entorse à la démocratie. En effet, priver le commun des mortels d'un accès libre et ouvert à l'outil que représente la télévision serait certes dommageable, car elle représente une porte grande ouverte qui permet d'atteindre l'espace public.

19. En effet, plus souvent qu'autrement, la télévision communautaire est le seul espace local réservé aux citoyens et citoyennes parmi les centaines de chaînes qui sont maintenant accessibles par le biais de nouveaux moyens de diffusion. Dans cette optique, elle mérite plus que jamais sa place au cœur de cette mondialisation de l'information. En fait, elle est un joueur médiatique à part entière, qui offre, à sa façon et à la mesure de ses moyens, de l'information locale et régionale qui, sans elle, serait laissée pour compte par les grands conglomérats médiatiques. C'est pourquoi le financement de l'accès est à ce point important, car il permet non seulement de conserver ce type de média, mais aussi de permettre aux citoyens d'y avoir accès sans qu'interviennent des modalités issues de la concurrence qui oppose des entreprises ou encore des impératifs d'affaires qui sont le lot quotidien des EDR.

20. Qui plus est, au niveau historique, culturel et patrimonial, les TVC représentent la mémoire vivante des collectivités qu'elles desservent. Elles constituent à elles seules des institutions d'envergure pour les communautés. C'est entre autres la raison de leur longévité. Les TVC sont ancrées dans leurs communautés justement pour ces raisons. Elles font partie du paysage non pas uniquement télévisuel des communautés, mais aussi du paysage historique et culturel de ces dernières. Elles sont présentes lors des événements et des moments forts des collectivités.

21. Questionnez les TVC afin de savoir le nombre de copies d'émissions qu'elles produisent à la demande des citoyens qui veulent garder un souvenir d'un événement ou de leur passage à la télévision. Que ce soit le spectacle de ballet de la petite dernière ou encore l'entrevue du responsable d'un festival, la volonté des citoyens de vouloir conserver des traces de leurs accomplissements est phénoménale. Et qui d'autre qu'une TVC peut permettre ce genre de service? Il ne fait aucun doute que les TVC sont depuis toujours au cœur de la vie des citoyens.
22. Conscient de la contribution et de l'importance des TVC pour les communautés, le gouvernement du Québec (par le biais du Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine) a favorisé l'émergence de ces dernières en soutenant financièrement leur fonctionnement de base dès 1973. Résultat, ce modèle québécois unique de média collectif et participatif, est toujours cité en exemple comme étant une référence mondiale en termes de prise en charge citoyenne de l'information et des communications.
23. Il n'est d'ailleurs pas surprenant de voir que le sentiment d'appartenance des gens vis-à-vis leur TVC soit si important. Il y a un lien profond, voire viscéral, entre les citoyens et leur moyen de communication. L'impact d'un média participatif impliquant directement la population dans le processus de communication de son propre développement et de sa propre prise en charge, c'est en soi un enjeu de société des plus importants et un élément de rentabilité sociale sans équivalent. Un organisme telle une TVC ayant pignon sur rue, qui se veut ouvert, accueillant, public et démocratique dans sa gestion et son fonctionnement permet ce sentiment d'appartenance, cet ancrage et ce lien de confiance qui unit la TVC et la communauté. Investir dans les médias communautaires équivaut à investir directement dans le développement et l'émancipation des communautés.
24. Comme le précise le document de consultation, grande a été l'évolution du milieu des communications au Québec dans les 40 dernières années. Les télévisions communautaires n'ont pas échappé à cette tendance lourde. Il y a, comme vous vous en doutez, une différence énorme entre la télévision d'aujourd'hui et celle d'il y a 40 ans, cependant, gardons bien en tête que les besoins de communication des citoyens eux, sont restés exactement les mêmes et ont même pris une importance accrue dans ce monde où la vitesse des échanges se calcule en kilooctet/seconde. Se parler, se voir, se comprendre, être en contact, voilà les fondements d'une communauté qui entretient et tisse des liens de sociabilité.
25. Il y a maintenant une multitude d'avancées technologiques qui nous permettent de regarder la télévision ou et quand bon nous semble, cependant, pour ce qui est de la télévision communautaire une constance immuable demeure, elle canalise la volonté et la capacité de communiquer des individus d'une même communauté d'intérêts qui actualise leur citoyenneté en restant en contact et en s'informant de ce qui se passe chez-eux, par le biais de la télévision communautaire. Ils deviennent acteurs, ils prennent position, développent une opinion, peuvent l'échanger, la modifier, la partager et faire finalement, par le biais du média communautaire tout ce qui caractérise une citoyenneté active, critique et responsable.

26. Ultimentement, ce sont ces raisons qui amènent les habitants d'une municipalité ou d'une région à faire appel à leur télévision communautaire ou à vouloir en instituer une. Ces raisons sont les mêmes que lorsque la télévision était en noir et blanc et n'avait que 12 canaux sur la roulette. Câblée, numérique, satellite, HD, écran plat, tout cela n'est finalement que de la quincaillerie. Ce qui compte, ce qui a toujours compté, c'est d'avoir accès à la télévision, d'avoir accès à cet outil afin de pouvoir dire à l'écran ce qu'on pense. S'adresser à nos pairs en sachant qu'ils sont à l'écoute, car ne nous leurrions pas, la télévision est la reine des médias, elle est démocratique, populaire, et toujours bien en place dans les salons des chaumières québécoises. C'est pourquoi il est important de pouvoir continuer à y avoir accès.
27. Comme nous venons de le voir, ce sont les gens eux-mêmes qui s'organisent autour d'un média communautaire plutôt que se faire organiser par des intérêts d'affaires. Ces gens parlent encore la même langue qu'il y a 40 ans et ils ont encore des choses à se dire. Ils veulent tout naturellement de se doter d'un outil de communication collectif à leur portée et dont ils pourront se servir pour prendre la parole, transmettre leurs idées et donner leur opinion. Grâce à la télévision communautaire, le public cesse d'être uniquement récepteur de ce qui sort de la boîte. Il a la possibilité d'être émetteur. Issue d'initiative populaire, les TVC permettent cette sociabilisation, cette mise en commun des idées et des compétences sous l'égide de valeurs démocratiques, d'identité collective, de solidarité, d'engagement, d'équité, de respect, et tout ça, dans le but de servir la communauté.

### **1.3. Des chiffres à l'appui<sup>1</sup>**

28. Preuve éloquente de cet état de fait, une étude réalisée en 2007 et intitulée *Mesure d'impact social et profil d'auditoire des télévisions communautaires autonomes du Québec* vient démontrer hors de tous doutes l'importance de ce moyen de communication de proximité pour les communautés québécoises.
29. Il en ressort notamment que 69 % des répondants affirment que leur télévision communautaire répond à un besoin. Dans une même proportion (67 %), les répondants éprouvent un sentiment de fierté à l'écoute des émissions diffusées par leur télévision communautaire. La télévision communautaire contribue à l'augmentation du sentiment d'appartenance à la localité ou à la région pour 56 % des répondants. Il n'est donc pas étonnant de constater que 69 % de ceux-ci affirment que leur télévision communautaire fait partie de leur patrimoine culturel local ou régional.
30. Dans les faits saillants, il faut également noter que 72 % des téléspectateurs se disent très satisfaits et satisfaits de la qualité des émissions diffusées par leur télévision communautaire. Au moment de l'étude, la moitié des répondants (50 %) étaient informés du fait qu'il est possible d'être membre de la télévision communautaire. Plus du tiers des répondants (34 %) ont déjà fait appel à leur télévision communautaire. Le tiers des répondants (33 %) ont déjà participé à une émission diffusée par la télévision communautaire. Soulignons aussi que la

---

<sup>1</sup> La *Mesure d'impact social et profil d'auditoire des télévisions communautaires autonomes du Québec* est disponible sur le site web de la Fédération des TVC autonomes du Québec au : [www.fedetvc.qc.ca](http://www.fedetvc.qc.ca)

programmation communautaire locale est un incitatif à maintenir l'abonnement au câble dans une proportion de 41 %.

31. Cette étude vient démontrer ce que nous savions être une réalité. Elle dévoile le profil de l'auditoire des TVC, le niveau d'ancrage des TVC dans leur communauté, la pertinence de la programmation offerte, le rôle des TVC au chapitre du développement local et régional, la perception de l'auditoire au regard du rôle d'agent d'information et de communication des TVC ainsi que la reconnaissance que reçoit ce type de média communautaire dans son milieu. Elle vient aussi confirmer la pertinence des TVC autonomes en tant qu'outil de communication et d'information de proximité.

## 2. BASTION DE L'INFORMATION LOCALE ET DE PROXIMITÉ

32. Les télévisions communautaires autonomes se sont imposées et demeurent depuis plusieurs années des alternatives de choix à la diminution du temps alloué à l'information locale et régionale par les grands réseaux. Ce constat a même été fait par le conseil de presse lors de sa tournée des régions en 2008.
33. Malgré les défis financiers et techniques qui se présentent à elle, les TVC autonomes sont de véritables solutions de complémentarité ou de remplacement aux médias qui diminuent leur offre d'information locale ou régionale, ou qui, à l'exemple de feu TQS, souhaitent ne plus en offrir du tout.
34. Dans la tourmente de cette mondialisation accélérée de l'information, la télévision communautaire est le seul espace local réservé aux citoyens et citoyennes où ils peuvent recevoir des nouvelles et de l'information locales et de proximité à travers les centaines de chaînes et de plateformes qui sont maintenant accessibles. Pour cette unique raison, les TVC sont nécessaires et méritent leur place dans la pléiade de choix qui s'offrent désormais aux citoyens en frais d'information, car elle occupe un créneau que personne d'autre n'occupe en télévision linéaire. Elles sont des joueuses médiatiques à part entière qui offrent à sa façon et à la mesure de ses moyens, de l'information locale et régionale. Elles sont présentes dans les grands et petits moments de nos communautés et de nos régions.
35. L'éclatement des sources d'informations ajoutées à l'éclosion d'une multitude de médias sociaux, citoyens et alternatifs vient chambouler les chasses gardées en redéfinissant les standards, les méthodes et les manières de penser la publicité, l'*audimat*, mais aussi l'information. Dans ce nouvel univers, les TVC demeurent de par leur flexibilité des leaders en termes d'offre d'information de proximité. Notons que souvent, alors que des frontières éclatent, les individus vont rechercher des points de repère. Le médium télévisuel communautaire permet cet ancrage au cœur de la multiplication des sources d'information. Cette diffusion conviviale permet de remplir à merveille ce créneau d'information locale qui se fait de plus en plus rare sur les grandes chaînes généralistes.
36. Cette pertinence est d'autant plus notable que contrairement à ce que l'on constate sur les grandes chaînes nationales, les gens qui synthonisent le canal communautaire l'écoutent. Ils ne sont pas volatiles. Pourquoi ? Principalement



parce que quand ils s'y trouvent, c'est justement pour s'y informer ou pour y trouver des réponses à des questions alors qu'ailleurs ils s'y divertissent davantage ou reçoivent des infos qui ne les touchent pas nécessairement d'aussi près.

37. Il est aussi à noter que les gens qui apparaissent sur le canal communautaire sont des gens qui sont souvent connus des téléspectateurs et non pas en raison d'une quelconque exposition médiatique grandiose ou de la reconnaissance issue du vedettariat, mais bien parce que ce sont des gens de leur entourage, un voisin ou un commerçant de leur quartier, un collègue, un ami. C'est aussi l'une des raisons pour laquelle les téléspectateurs du canal communautaire y restent lorsqu'ils le syntonisent. Cette particularité médiatique est d'autant plus fascinante que les TVC ne sont pas soumises aux diktats de la cote d'écoute, leur mission est claire et dénuée d'intérêt mercantile. En plus, ils ont du temps pour présenter les choses, approfondir les dossiers et répondre à plus de questions.
38. Voici un exemple concret de cette pertinence en information. Une TVC a produite lors de la «*crise*» de la grippe AH1N1 une émission entière sur le sujet avec entrevues et capsules d'informations. Regroupant des intervenants du milieu il a notamment été question de la campagne de vaccination, des procédures à suivre dans les centres de vaccination, de l'importance de faire preuve de civisme et de calme et ainsi de suite.
39. À l'instar d'autres émissions de même acabit, celle offerte par cette TVC s'adressait directement aux citoyens du territoire couvert par le média. C'est là l'exemple type d'une mobilisation locale autour d'un enjeu d'intérêt général et qui utilise le média communautaire afin de produire de l'information, la diffuser et rejoindre les gens. En effet, dans ce cas précis ce n'est pas le Directeur de la santé publique qui s'adresse à l'entièreté des Québécois, mais bien le médecin de famille qui s'adresse directement à ses patients, c'est aussi le maire et les députés qui parlent directement à leurs électeurs. C'est le curé qui parle à ses paroissiens ou le président de la chambre de commerce qui parle à ses membres. Voilà un exemple concret de diffusion d'information ciblée avec un taux de pénétration exceptionnel. En effet, cette émission sera revue, en plus d'être disponible sur le web et sur support DVD à la demande des gens qui désireraient en avoir une copie. Cet exemple type n'a cependant rien de grandiose. Il témoigne d'initiatives qui se déroulent quotidiennement à diverses échelles dans les télévisions communautaires.
40. L'exemple des élections municipales est un autre cas d'espèce qui vient démontrer l'importance de la télévision communautaire, car n'eut été de cette dernière, des milliers d'électeurs n'auraient pu suivre la campagne, écouter les candidats via leur petit écran. Leur télévision communautaire remplit cette mission à l'instar des médias dit de masse qui couvrent davantage les grands centres.

## **2.1. Une denrée rare**

41. La dernière décennie aura vu culminer la concentration de la propriété des entreprises médiatiques partout dans le monde. Cette intensification a mis en lumière la nécessité de protéger et de favoriser l'accès démocratique aux médias. Ainsi, le paragraphe 24 de la déclaration de principes produite lors du Sommet

mondial sur la société de l'information qui a eu lieu à Genève, en 2003, est rédigé comme suit : « *La capacité de chacun à accéder à l'information, aux idées et au savoir et d'y contribuer est essentielle dans une société de l'information inclusive.* » Conséquemment, le CRTC conscient de l'importance de cette prémisse et de son apport dans les principes démocratiques de liberté d'expression et d'accès à la sphère publique a décrété que le canal communautaire se devait d'être obligatoire au service de base du câble afin d'en favoriser l'accès et l'écoute par le plus grand nombre possible.

42. À preuve, en 2008, le Conseil de presse a créé un précédent au Québec en consultant directement les citoyens des régions, sur l'épineuse question de la situation de l'information locale et régionale. Les réponses ont été d'une clarté limpide. Voici ce qu'on dit ces gens. « *Dans certaines régions, pour accéder à des nouvelles locales de qualité, les médias communautaires jouent un rôle prépondérant, puisqu'ils rapportent des nouvelles qui ne seraient pas accessibles autrement. Les citoyens des villes dont les assemblées des conseils municipaux sont télédiffusées, par exemple, apprécient beaucoup cette initiative et croient qu'elle devrait être uniformisée à l'ensemble du Québec. On note que les médias communautaires ont une organisation accessible et simple, de même qu'une certaine indépendance par rapport aux intérêts économiques. Lors des situations de crise, les médias locaux et communautaires jouent un rôle crucial, puisqu'ils peuvent rejoindre directement et rapidement les citoyens.* »
43. L'accès accru à la sphère publique et l'interaction quasi instantanée que procurent désormais les nouveaux médias donnent aux citoyens de formidables plateformes démocratiques d'information continue et d'échanges en temps réel. Alors que l'on peut penser que les citoyens vont chercher leur information où ils veulent et quand ils le veulent, nous constatons que les TVC autonomes et les médias communautaires deviennent une source privilégiée d'accès aux nouvelles locales qui sont le parent pauvre de cette explosion des plateformes qui souvent ne sont que des retransmetteurs ou des lieux où l'opinion prime. Malheureusement, de trop nombreux médias qui, à force de vouloir parler à tout le monde, en viennent qu'à ne plus parler à personne.
44. L'information de proximité est un créneau dans lequel les médias communautaires sont passés maîtres. Nul doute que pour l'information locale, les médias communautaires sont toujours d'actualité. Les télévisions communautaires autonomes répondent à ce besoin de se sentir interpellé directement dans son quotidien. Même si elles empruntent des avenues différentes pour accomplir leur mission, les TVC autonomes ont toutes le désir d'être utiles socialement et de participer au développement économique, social et culturel de leur milieu. Dans la plupart des cas, les TVC se décrivent comme un outil d'information, d'animation socio-économique et de conscientisation de la population qu'elles desservent. L'accès à ces dernières demeure essentiel afin de poursuivre cette tradition d'information.

### **3. UNE NOUVELLE ÈRE DES COMMUNICATIONS**

45. Il est fait largement mention dans le document de réflexion du rôle des nouveaux médias. En effet, il est de plus en plus commun d'affirmer qu'Internet

concurrence la télévision dite traditionnelle et de voir en cette technologie une panacée permettant une efficacité accrue notamment en ce qui a trait au déploiement et à la diffusion de l'information locale et régionale.

46. Pour les TVC autonomes, le recours aux nouveaux médias est un phénomène qu'ils maîtrisent déjà très bien même si ce dernier est assez récent. Dans ce nouveau contexte médiatique, l'utilisation des nouveaux médias par les TVC autonomes est rapidement devenue incontournable. Loin d'y être réfractaires, les TVC autonomes se sont appropriées avec enthousiasme ces nouvelles avenues de diffusion par le biais des mouvances qu'elles observaient dans leur milieu ainsi que par le truchement des bénévoles qui possédaient des connaissances dans le domaine et qui permettaient aux TVC autonomes d'expérimenter sur ces plateformes. Elles le font à leur rythme, selon leur capacité financière et l'accroissement de leur compétence dans le domaine.
47. Une étude récente menée par la Fédération des TVC autonomes du Québec vient appuyer cette tendance que nous observons. En effet, il ressort de cette enquête que 86,5% des TVC autonomes membres de la Fédération ont un site Internet. 87% des gestionnaires de TVC affirment que leur site Internet est important ou très important dans le rayonnement qu'il procure à leur programmation et à leur organisme.
48. Ceci étant dit, pour les TVC autonomes, il est acquis que les nouvelles possibilités qu'offrent ces médias sont en soi très positives et novatrices. Notamment, parce que ces dernières technologies permettent d'offrir une alternative supplémentaire à la programmation communautaire afin qu'elle devienne accessible à un plus grand nombre de personnes. Il s'agit donc là, d'un prolongement intéressant à la radiodiffusion traditionnelle qui, nous tenons à le préciser, demeure le véhicule premier de la programmation communautaire.

### **3.1. Internet une panacée pour la diffusion télévisuelle de l'information locale?**

49. Les données et informations des paragraphes de la section 3.1 sont issues d'une étude récente intitulée *Naviguer dans les eaux de la convergence II : Tableau des changements au sein de l'industrie des communications canadiennes et des répercussions sur la réglementation*<sup>2</sup> publiée par le CRTC. Cette dernière tend à démontrer que « *même si la consommation de la vidéo sur Internet, y compris le contenu de nature professionnelle, est en hausse, ces plateformes continuent d'être principalement complémentaires au système de radiodiffusion traditionnel.* »
50. En effet, la disponibilité de programmes provenant d'autres sources, comme Internet, n'a pas eu de répercussions importantes sur le nombre d'heures que les Canadiens consacrent à regarder la télévision. L'étude souligne notamment qu'en 2009, les Canadiens regardaient majoritairement la télévision « en direct » plutôt que des enregistrements d'émissions sur d'autres plateformes. Ceci représentait des taux de visionnement de la télévision de 84 % et de 91 % pour les anglophones et les francophones respectivement. On peut donc raisonnablement

---

<sup>2</sup> L'étude en question est disponible sur le site Internet du CRTC à l'adresse <http://www.crtc.gc.ca/fra/com100/2011/r110818.htm>

penser que les consommateurs continuent de préférer regarder les émissions de télévision selon l'horaire prévu.

51. Venant corroborer ces faits, une étude commandée par le Bureau de la télévision du Canada en 2010 a montré que, malgré la disponibilité de différents écrans, les Canadiens choisissaient principalement de regarder les émissions au moyen d'un téléviseur. La grande majorité (77 %) était d'avis qu'un ordinateur ou un appareil mobile ne pouvait pas remplacer un téléviseur. En général, les consommateurs ont tendance à visionner le contenu en ligne en complément de leur visionnement habituel. La plupart des gens continuent d'utiliser leurs téléviseurs traditionnels. Les consommateurs regardant la télévision sur Internet n'abandonnent pas leur téléviseur. En effet, en 2010, seulement 4 % des anglophones et 2 % des francophones regardaient la télévision exclusivement sur les nouvelles plateformes.
52. Comme nous venons de le voir, les recherches donnent à penser que même si le temps consacré à Internet a augmenté, les tendances en matière de visionnement de la télévision demeurent sensiblement les mêmes. Le temps consacré à Internet a eu peu d'incidence sur le nombre d'heures consacrées à la télévision.
53. Les faibles utilisateurs d'Internet âgés de 12 ans ou plus regardent la télévision en moyenne 23,3 heures par semaine, comparativement à 22,8 heures par semaine pour les utilisateurs moyens et les grands utilisateurs d'Internet. Pour ce qui est des francophones, ceux-ci regardent moins la télévision sur Internet que les anglophones. Leur nombre moyen d'heures de visionnement a connu une légère augmentation et est passé en moyenne de 1,3 heure en 2009 à 1,5 heure en 2010. Si l'on tient compte de tous les francophones âgés de 18 ans ou plus, cela représente seulement 0,3 heure de visionnement de la télévision sur Internet au cours d'une semaine normale.

### **3.2. La fracture numérique**

54. Nous tenons à soumettre à votre attention l'émergence d'un phénomène en lien avec la montée des nouvelles technologies. Ce que l'on nomme la « *fracture numérique* » est la disparité d'accès aux technologies informatiques. Cette dernière est une source d'exclusion sociale. Si cette fracture numérique est fréquemment mise de l'avant dans les comparaisons entre les pays du nord et les pays du sud, il est important de rappeler qu'elle existe aussi dans nos communautés. Par exemple, l'accès aux nouvelles technologies est différent selon les zones urbaines et zones rurales ou entre les catégories sociales ou encore entre les sexes.
55. Selon l'enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet (Statistiques Canada 2010) 8 ménages canadiens sur 10 avaient accès à Internet, et ce, toutes zones confondues. Pour les ménages situés en zones rurales, ce taux d'accès descend à 71%. Lorsque ces statistiques sont ventilées selon quatre groupes de revenus, il en ressort que 97% des ménages dont le revenu était de 87 000\$ et plus avaient un accès à Internet, comparativement à 54% des ménages qui avaient un revenu de 30 000\$ ou moins. Pour ces gens, qui sont en région éloignée, la télévision communautaire prend déjà une importance accrue en raison de la montréalisation de l'information et du retrait des grandes chaînes généralistes de

la couverture des régions. Considérant qu'ils ont moins accès à Internet, il va sans dire que la télévision revêt une importance cruciale.

### **3.3. Les télévisions communautaires autonomes ont toujours leur place sur le canal communautaire**

56. Comme nous venons de le voir, la programmation communautaire télévisuelle n'échappe pas à l'évolution du monde des communications. Il en ressort cependant que ces dernières sont intimement liées à la câblodistribution et à la primauté de la diffusion linéaire, sans pour autant se fermer aux possibilités qu'offre Internet.
57. En somme, même si l'espace virtuel sur la toile est désormais devenu essentiel au développement des TVC autonomes, ces dernières sont issues de la câblodistribution. La télévision conventionnelle est donc le véhicule premier des TVC autonomes. En effet, la raison pour laquelle le canal linéaire revêt une si grande importance, c'est qu'il permet la présentation d'émissions ou d'événements en direct. Certains types d'émissions offertes par les canaux communautaires et qu'on ne retrouve pas ailleurs se doivent d'être diffusés en direct et sur le service de base. Qu'on pense aux séances des conseils municipaux, aux émissions de débats sur des enjeux locaux, aux émissions de tribune téléphonique et aux interventions en direct lors de situations d'urgence. C'est aussi une méthode éprouvée, reconnue et efficace permettant de répondre aux besoins d'accès des communautés desservies par une télévision communautaire.
58. Nous réitérons ici que certains types d'émissions offertes par les canaux communautaires et qu'on ne retrouve pas ailleurs se doivent d'être diffusés en direct et sur le service de base. À contrario, l'offre d'émissions communautaires par le biais d'Internet n'a pas pour objectif de remplacer la programmation communautaire du canal communautaire, mais plutôt de créer un espace d'accès supplémentaire pour que les citoyens puissent s'approprier l'information locale et régionale produite par les TVC autonomes. Il s'agit d'un espace complémentaire au canal communautaire et non pas de la principale voie de diffusion. L'accès des Québécois et Québécoises aux ondes publiques demeure nécessaire, voire vital.
59. Nous sommes d'avis que d'éventuels médias diffusant exclusivement sur Internet pourraient difficilement répondre ou atteindre les obligations «communautaires». N'ayant pas nécessairement pignon sur rue, n'étant pas obligatoirement représentatives dans son fonctionnement et son mode de gestion, elles peuvent être éphémères, volatiles et peuvent à notre sens difficilement aspirer à atteindre la notoriété et l'ancrage qui est propre aux télévisions communautaires telles que nous les connaissons.
60. Vous comprendrez que nous questionnons grandement le financement de ces éventuelles entités ainsi que les critères leur permettant d'atteindre la reconnaissance gouvernementale. Nous rappelons ici qu'Internet n'est pas réglementé et qu'il nous semble hasardeux de tenter d'y baliser certaines pratiques.
61. Nous nous targuons de pouvoir dire que depuis 40 ans, les TVC autonomes n'ont jamais défailli à cette volonté légitime qu'avaient et qu'ont toujours les citoyens

de posséder un média qui réponde à leurs besoins et aspirations. Un média ouvert. Nous croyons sincèrement que la programmation communautaire est un espace public où les valeurs fondamentales des Québécois se concrétisent au quotidien et prennent tout leur sens. Nous croyons que le modèle actuel des télévisions communautaires répond favorablement à ce que recherchent les Québécois en la matière.

#### **4. UN FINANCEMENT NÉCESSAIRE**

62. Le programme d'aide au fonctionnement des médias communautaires est une initiative du gouvernement du Québec qui permet à des milliers de québécois d'avoir accès à la télévision et à un canal qui leur appartient en dehors des cadres, des structures et des impératifs d'affaires que proposent les EDR titulaires. Si le programme devait être altéré, nous croyons qu'il en résulterait une atteinte directe à la démocratie par l'affaiblissement de l'accès à l'espace public et à la survie de nombreux membres de la Fédération. À la lumière de ce que nous venons de voir, nous croyons que ce programme en plus d'être nécessaire est plus que pertinent.
63. Une bonification du budget du programme d'aide au fonctionnement pour les médias communautaires est capitale. La production télévisuelle est extrêmement coûteuse. Dans le domaine technologique, le coût des ressources humaines et techniques est en constante progression augmentant au rythme des innovations qui deviennent rapidement des nécessités.
64. Cependant, le programme d'aide au fonctionnement des médias communautaires (PAF) n'a pas été indexé depuis plusieurs années. En accord avec la recommandation 18 du Rapport Payette, nous croyons qu'il doit y avoir une augmentation des ressources allouées aux médias communautaires. Avec un plafonnement du PAF, la coupure au niveau du placement publicitaire est un véritable étranglement que subissent les TVC autonomes. Certaines ne pourront le supporter encore bien longtemps. Dans les meilleures situations, cet état de fait oblige des TVC à stagner dans leur volonté de se développer alors que d'autres périclitent à petit feu ou ferment carrément leurs portes.
65. La situation de certains de nos membres est tellement précaire que toute augmentation du programme d'aide au fonctionnement des médias communautaire serait la bienvenue, et ce, même si une augmentation de 10 % à 15 % est un effort qui nous semble relativement bénin. Il ne faut pas perdre de vue que la réalité des TVC est disparate. Il y a en effet autant de réalités que de TVC et ce, même si certaines obligations sont incontournables telle l'adaptation technologique (le passage au HD notamment). Il s'agit là d'une obligation pour plusieurs TVC. Nous jugeons que la bonification du budget du programme d'aide au fonctionnement pour les médias communautaires doit rester ouverte dans ses critères et dans son application. La priorité des TVC est parfois d'ordre technologique, parfois d'un tout autre ordre comme d'assurer sa survie par exemple. Une indexation annuelle au coût de la vie nous semble davantage appropriée et pourrait permettre le développement d'une foule de projets et d'adaptations sur du long terme. Il s'agirait là d'une mesure qui rendrait le financement prévisible et qui aurait un effet stimulant pour nos membres.

66. Concernant la proposition qu'une enveloppe soit réservée au démarrage de nouveaux médias communautaires, la Fédération défend l'idée que le bien public est mieux servi lorsqu'il y a davantage de médias communautaires qui desservent un maximum de citoyens et de régions. Ceci étant dit, nous soulevons la question à savoir si la consolidation des médias actuels ne doit pas primer sur la multiplication des médias.
67. Le respect de la politique prévoyant le placement de 4 % de la publicité gouvernementale dans les médias communautaires est une préoccupation constante de la Fédération des TVC autonomes. Nombre de représentations et de rappels ont été faits en ce sens depuis de nombreuses années. Pour nombre de TVC le placement de la publicité gouvernemental dans nos médias représente des sommes d'une importance capitale qui sont nécessaires au fonctionnement. Il s'agit donc d'un point primordial. La coupure décrétée dans le dernier budget fait extrêmement mal à certaines TVC qui se retrouvent par conséquent dans de fâcheuses situations. Nous reconnaissons que des efforts ont été faits afin de promouvoir l'atteinte de ce 4%. Cependant, nous croyons dans un premier temps que la coupure budgétaire concernant le placement publicitaire n'aurait pas dû s'appliquer aux médias communautaires et que l'énoncé de politique encourageant les divers ministères et organismes à atteindre 4% de placement publicitaire dans les médias communautaires doit devenir une obligation.
68. Comme nous l'avons longuement expliqué tout au long du présent document, nous accueillons avec un sérieux bémol la recommandation qui stipule que le programme d'aide au fonctionnement pour les médias communautaires pourrait s'ouvrir aux médias diffusés uniquement sur Internet et qui correspondent aux exigences des médias communautaires. En effet, bien que nous soyons conscients de l'apport important des nouvelles technologies de l'information et des communications, nous nous questionnons sur le financement de ces nouvelles entités. Tout d'abord, comment démontrer le caractère OBNL de ces entités. Ensuite, comment justifier leur financement alors que plusieurs médias communautaires traditionnels connaissent des difficultés financières importantes en raison des coûts élevés qu'engendrent la production, l'embauche de main-d'œuvre qualifiée et surtout l'équipement. Finalement, nous sommes d'avis que le modèle «virtuel» comporte des zones grises, notamment en ce qui concerne l'accès, l'ancrage, mais aussi leur apport social, culturel et patrimonial historique. Pour toutes les raisons que nous avons largement décrites dans les sections précédentes, nous sommes en désaccord avec cette proposition.
69. Le point qui avance l'idée qu'en contrepartie d'une bonification du budget, il y ait une augmentation du nombre d'heures de production d'information locale et régionale originale par semaine, nous réitérons que l'information est l'une des pierres d'assises des TVC autonomes du Québec. Les informations traitées et transmises par ces dernières cimentent la communauté, créent une plus grande cohésion sociale et renforcent le sentiment d'appartenance des citoyens à leur région. Une TVC autonome est un outil d'information et de communication qui favorise la vie démocratique. Cela dit, il faut de l'argent pour maintenir un tel type de média quel qu'il soit! Les TVC autonomes ne font pas exception à cette prémisse et sont, dans la majorité des cas, fort mal financées. La production d'informations et d'affaires publiques nécessitent de plus en plus le recours à des ressources humaines qualifiées et rémunérées. Dans un contexte de précarité financière, les ressources humaines rémunérées et bénévoles sont constamment exposées à un risque d'essoufflement. C'est pourquoi le financement doit

permettre l'atteinte de ces objectifs en information, mais sans nécessairement que ça devienne une obligation. Les réalités des TVC sont disparates et le financement doit permettre d'abord et avant tout l'évolution de la TVC, sa consolidation, son développement et celui de sa programmation, notamment en information. Il en va de la survie de plusieurs d'entre elles.

## **5. POSITION DE LA FÉDÉRATION CONCERNANT LE STATUT DE JOURNALISTE**

70. Le document de réflexion émis par le MCCCCFQ se penche sur le statut de journaliste. Les journalistes oeuvrant dans les TVC sont souvent reconnus comme étant des professionnels dans leur milieu en raison de leur crédibilité et du travail rendu. Les médias communautaires sont des médias à part entière et couvrent un spectre de l'actualité souvent laissé pour compte par les grands réseaux de médias. Ces journalistes, même si la plupart sont bénévoles, doivent adhérer à la déontologie journalistique en vigueur et en ce sens, œuvrer dans l'intérêt public. L'actualité dans les TVC autonomes et la qualité du journalisme qui s'y fait est une préoccupation constante et l'atteinte des objectifs d'information est une priorité généralisée chez les membres de la Fédération. Nous croyons que les journalistes oeuvrant dans les TVC autonomes sont des journalistes professionnels ou qui tendent vers cette professionnalisation en raison notamment de la rigueur qu'ils observent. Nous croyons qu'une éventuelle reconnaissance ou attribution de titre de journaliste professionnel ne doit pas restreindre l'accès à l'exercice de la profession et en ce sens, se baser sur l'engagement à pratiquer le métier en concordance avec les pratiques en vigueur et en tout respect d'un code déontologique reconnu.

## **6. POSITION DE LA FÉDÉRATION CONCERNANT LE RÔLE DU CONSEIL DE PRESSE**

71. Nous sommes d'avis que le Conseil de Presse joue un rôle important et qu'il doit continuer à remplir les mandats qui lui incombent ainsi que son rôle de tribunal d'honneur. Ceci étant dit, nous croyons qu'un élargissement du mandat du CPQ pourrait lui permettre de bénéficier d'un peu plus de mordant au niveau des sanctions qu'il pourrait décerner et ainsi jouer un rôle plus actif au niveau de l'application et de la mise en œuvre de la déontologie journalistique. Ceci étant dit, nous soulevons un bémol quant à la possibilité que ce dernier puisse favoriser des entreprises membres pour l'octroi de subventions. Nous sommes d'avis que c'est là un pouvoir important. Si une telle situation se concrétisait, la mécanique de reconnaissance et d'attribution devrait nécessairement prendre en compte la réalité des médias communautaires.

## **7. POSITION DE LA FÉDÉRATION CONCERNANT LE PROJET DE PLATEFORME D'INFORMATION RÉGIONALE ET INTERRÉGIONALE VIA TÉLÉ-QUÉBEC**

72. La Fédération s'est montrée favorable au projet jugeant que ce dernier pouvait permettre la mise en valeur des productions locales et d'accès produit par les TVC autonomes en plus de favoriser la diffusion des réalités de régionales et locales par l'entremise d'un nouveau débouché complémentaire à la programmation. Nous croyons aussi qu'une collaboration peut être bénéfique pour nos membres au niveau de la technique, de l'acquisition de connaissances, de la créativité et de la visibilité. Chaque TVC doit cependant demeurer autonome dans ses choix. Cet



élément devra être pris en considération de même que la réalité des diverses TVC. En effet, la disparité entre les TVC est telle qu'il nous apparaît difficile de concevoir que toutes les TVC puissent rencontrer diverses exigences techniques qui pourraient survenir. Le respect de l'autonomie et de la diversité des réalités sera une condition essentielle. Il va sans dire qu'une éventuelle collaboration avec Télé-Québec devra s'accompagner des subsides conséquents. La production d'information engendre d'importantes dépenses et nous croyons qu'il serait illusoire de penser qu'une telle association puisse se faire sans l'apport de nouveaux fonds pour les TVC qui verront sans aucun doute leur charge de travail augmenter. Ceci étant dit, nous sommes dans l'attente des résultats de l'étude de faisabilité et des modalités de fonctionnement de ce projet qui en ressortiront. Restera à voir quelle sera l'implication demandée aux TVC et comment ces dernières pourront en retirer des bénéfices

## ENFIN

73. Au Québec, nous bénéficions depuis longtemps du genre de moyen de communication que sont les TVC autonomes. Il faut essayer de favoriser l'existence de ces dernières ainsi que le développement de la programmation communautaire, celle qui justement permet au peuple de s'exprimer et de travailler collectivement pour l'accès à une véritable information locale.
74. La télévision communautaire est un élément qui met en valeur notre identité culturelle, qui permet d'affirmer le sentiment d'appartenance à une communauté. La télévision communautaire est un outil qui tisse les liens, qui met en valeur la communauté locale. Nous sommes d'avis qu'il ne serait pas judicieux de dénaturer cet outil de son instrument de diffusion première en investissant massivement un nouveau mode de diffusion. La complémentarité est la clé du succès. Serait-ce une bonne chose de retirer aux citoyens l'accès à un média aussi prestigieux et populaire que la télévision ? Délaisser ce canal ? Bien sûr que non.
75. On se plaît à dire que les télévisions communautaires sont en quelques sortes l'ancêtre de ce que l'on appelle aujourd'hui les médias sociaux, citoyens et alternatifs. En effet, ces dernières ont depuis leur tout début le leitmotiv que les nouveaux médias brandissent fièrement à savoir l'accessibilité, l'ouverture, et la proximité. Elles ont préconisé depuis leur tout début un accès accru à la sphère publique et traité de sujets et de réalités que les médias de masse ne couvrent pas. Il nous apparaît clair, que fondamentalement l'évolution d'une TVC se fait de concert avec les communautés qu'elles desservent. Comme nous l'avons vu, la véritable mission du canal communautaire est d'être un espace qui consiste à favoriser l'exercice d'une citoyenneté centrée sur les gens et les événements qui animent leur milieu de vie. La programmation communautaire se veut le reflet des préoccupations des communautés et donne l'accès et la parole aux gens ordinaires qui habituellement n'ont pas leur place dans les médias de masse. Il est clair que cette mission est tout aussi nécessaire et primordiale aujourd'hui qu'elle l'était il y a 40 ans. Son rôle pour l'avenir demeure pertinent autant en matière de service, d'information qu'au niveau de son apport socio-communautaire et d'économie sociale.

76. Parce que nous offrons une tribune et donnons une voix à ceux et celles qui ont des préoccupations légitimes et qui veulent se faire entendre, parce que nous sommes l'image et le reflet de nos communautés, parce que nous sommes ouverts à tous et issus d'une volonté populaire, il faut financer l'accès. C'est plus que nécessaire.

\*\*\* FIN \*\*\*