

Étroitement associé au développement culturel de la région depuis 30 ans, le Conseil de la culture de l'Estrie (CCE) regroupe, concerte, représente et offre des services aux artistes et intervenants culturels de l'ensemble des domaines artistiques et culturels. Ses membres proviennent des six MRC de la région et de la ville de Sherbrooke.

Le Conseil collabore et joue un rôle-conseil auprès des principaux acteurs du milieu culturel régional afin de faciliter la réalisation d'interventions permettant un meilleur développement artistique et culturel régional.

Ce portrait-fiche est le résultat des échanges tenus en commission disciplinaire et constitue le repère signalétique du Conseil de la culture pour le secteur des Communications. Bien que mis à jour régulièrement, nous exhortons les artistes et artisans du milieu culturel à nous signaler toute erreur ou tout nouvel élément à ce document synthèse.

Définition

Le secteur des communications se compose de l'ensemble des industries des médias et des technologies de l'information, soit les médias de la presse écrite, de la radiodiffusion ou de la télédiffusion selon une activité commerciale ou communautaire.¹ L'Estrie possède un grand nombre de médias (une quarantaine) compte tenu de sa petite superficie et de sa population. Au niveau de la formation, le Collège de Sherbrooke offre le programme pré-universitaire Arts et lettres avec un profil communication. L'Université de Sherbrooke offre, quant à elle, un baccalauréat en communication, rédaction et multimédia.

Les organismes

MÉDIAS ÉCRITS (16)²

Quotidiens (2)

La Tribune
The Record

Hebdomadaires (9)

Journal de Sherbrooke
La Nouvelle de Sherbrooke
Le Progrès de Coaticook
Le Reflet du Lac (Magog)
L'Écho de Frontenac (Lac-Mégantic)
Les Actualités (Asbestos)
L'Étincelle (Windsor)
The Stanstead Journal
Voir Estrie

Mensuels (3)

360⁰ sur le Val-Saint-François
Journal MRG (Lac-Mégantic)
The Townships Sun (1982) (Lennoxville)

Bimensuel (2)

Journal régional le Haut Saint-François
Tribu

¹ Source : site Internet du ministère de la Culture et des Communications, section Estrie, rubrique Communications.

² Source : Communication-Québec - Estrie (dernière modification : 24 mars 2005)

MÉDIAS ÉLECTRONIQUES (25)³

Radios (10)

CHLT-AM (63,0) - Sherbrooke
CJAN-FM - 99,3-FM (99,3) - Asbestos
CJIT-FM (106,7) - Lac-Mégantic
Énergie 106,1 - Sherbrooke
Génération Rock - CIRG (104,5 FM)
097,3 Le meilleur de la musique (101,7) - Lac-Mégantic
Première chaîne - Radio-Canada Estrie (101,1)
Radio Ville-Marie Estrie (100,3)
Rock-Détente (102,7) - Sherbrooke
Rythme FM (93,7) - Sherbrooke

Télévisions (5)

CFKS - TQS (câble 5) - Sherbrooke
Global Québec (câble 11) - Sherbrooke
Radio-Canada Estrie (câble 2) - Sherbrooke
Télé 7 – TVA (câble 4) - Sherbrooke
Télé-Québec (câble 8) - Sherbrooke

Faits saillants

Durant la décennie 1980-90 :

Apogée de l'entreprise privée dans tous les secteurs socio-économiques et aussi dans les communications : apparition des hebdomadaires Le Reflet du Lac, Le Citoyen, La Nouvelle de Sherbrooke, Le Soleil d'Orford, l'Action de Fleurimont, Le Super hebdo; les mensuels j'Investrie, Le Haut Saint-François, Vie en Estrie, Estrie Magazine. Sont aussi apparues les radios CFLX-MF, CFIN-MF ET CIMO-MF (79-80) ainsi que les télévisions Radio-Québec et CFKS.

En 1993 :

La situation économique (deux récessions en dix ans) et le développement même des médias (concurrence féroce, primauté des MF, création en périphérie des médias locaux et extension des réseaux) ont secoué le milieu : rationalisation, centralisation, fermeture de bureaux, de postes de radio et de télévision, réduction du nombre d'emplois ont toutes fortement secoué la région. Notre image n'a plus jamais été la même. Pourtant, il y a des productions locales qui sont rentables. De plus, le public estrien reste attaché à ses médias.

Radios – correspondants (2)

CBC Radio (91,7) - Sherbrooke
CJAD-AM (900)

Radios universitaires (1)

CFAK-FM (88,3) – Université de Sherbrooke

Radios communautaires (3)

CFLX-FM (95,5) - Sherbrooke
CIAX-FM (98,3) - Windsor
CJMQ-FM (88,9) (88,9) – Lennoxville, U. Bishop's

Télévisions communautaires (4)

Câble-Axion Digitel (11) - Magog
Câble-Axion Digitel (11) - Bureau de Lac-Mégantic
Canal Vox (câble 10) - Sherbrooke
TV Cogeco (câble 3) – Magog

³ Source : Communication-Québec - Estrie (dernière modification : 14 octobre 2004)

Forces et faiblesses

Forces

- Des ressources humaines compétentes avec expérience polyvalente;
- La région est bien couverte partout sur le territoire, pas vraiment de « *sherbrookisation* » même si les médias sont basés à Sherbrooke;
- La région est outillée au chapitre de la formation;
- Des équipements de travail de haute qualité et énormes investissements technologiques;
- Expertise louable des médias régionaux : existence de La Tribune depuis plus de 94 ans, et du journal « The Record » depuis 109 ans (en 2004);
- CHLT-TV fut la première télévision privée au Québec;
- Radio-Canada reste une télévision publique en région, pas soumise aux cotes d'écoute tant que ça;
- Un nombre important d'emplois directs et indirects (800) et un chiffre d'affaires annuel de 70 M\$; (**Statistiques à actualiser**)
- Le public estrien reste attaché à ses médias : la part de marché des médias régionaux est de 65 à 70 % du marché (**Statistiques à actualiser**);
- La catastrophe annoncée au début des années 90 avec les réseaux ne s'est pas produite, la convergence et la réalité des réseaux semblent plus avantageuses au bout du compte. Malgré la mouvance actuelle, on remarque la consolidation, une plus grande couverture et le rayonnement de la région;
- Présence de plus en plus grande d'agents de communication pour faire le pont entre le milieu artistique et culturel entre autres, et les médias;
- Arrivée de nouveaux joueurs locaux, ce qui favorise une saine compétition;
- Malgré les impératifs du CRTC, les médias régionaux restent préoccupés et stimulés par le développement et le dynamisme régional;
- Malgré la course aux cotes d'écoute, la marge de manœuvre est suffisante pour les médias régionaux pour traiter des sujets de la région;
- Une préoccupation et une couverture culturelle régionale affirmées malgré l'absence de critiques;
- Même si les formats radio ne permettent pas de régionaliser totalement, ils ne sont pas complètement à la solde des réseaux ou de Montréal;
- Les médias ont le mandat d'informer et non pas d'éduquer;
- Un bon sujet sera toujours couvert, qu'il provienne des régions ou pas;
- La formation peut être un élément de synergie entre les différents intervenants en communication par des fréquentations et des visites.

Faiblesses

- Diminution des investissements des annonceurs; (**À vérifier**)
- Manque d'arrimage entre les institutions d'enseignement (finissants) et nos médias régionaux;
- Différence entre nos désirs de régionalisation et ce que le public désire et consomme;
- Précarité des emplois (bon nombre d'emplois temporaires et partiels);
- Emplois assujettis aux contrats de production accordés par les réseaux;
- Diminution de l'importance accordée aux réalités régionales et locales : moins d'heures d'antenne, moins de bulletins de nouvelles, moins d'affaires publiques; cela reste à vérifier, mais ce n'est pas l'impression qu'on en a.
- Possible redondance des informations par la production locale des trois stations télévisuelles;
- Diminution et vieillissement du lectorat, les jeunes pratiquement absents (La Tribune);
- Diminution d'investissements dans la publicité; (**À vérifier**)
- Tendance affirmée de la fragmentation des marchés due au nombre croissant des signaux radio et télé spécialisés qui divisent l'assiette publicitaire et les cotes d'écoute;
- Course aux cotes d'écoute fait que la nouvelle n'est pas traitée en profondeur, on remarque une tendance aux faits divers, aux cas extraordinaires, ainsi qu'une tendance à évacuer les problématiques sociales.

Actions identifiées en priorité par le groupe de travail

- Établir des ponts, créer des liens entre les différents médias, entre les médias régionaux et locaux par des activités d'intérêt commun ou de formation;
- Avoir une meilleure connaissance de nous-mêmes, un portrait régional ; par exemple, élaborer un bottin renfermant les renseignements sur les mandats, formats et auditoire de tous les médias de la région;
- Sensibiliser, éduquer, former les organismes et le public en général aux différents mandats et formats des médias pour mieux les utiliser et les nourrir. Faire un guide d'utilisation dans ce sens;
- Arrimer la formation auprès des institutions d'enseignement avec les médias locaux et régionaux, permettre les échanges d'information et la sensibilisation avec les étudiants.

Défis à relever

- Le manque de fidélité du public est un des plus grands défis qu'il nous faut affronter. Favoriser et stimuler le rajeunissement de l'auditoire et du lectorat. Ne pourrait-on pas intervenir auprès d'eux au Cégep ou à l'université ?
- Les TIC (technologies de l'information et des communications) vont continuer de bouleverser et de transformer les habitudes d'écoute des médias locaux et régionaux... Seront-ils « tassés » au profit d'intérêts personnalisés ? Connaître et informer les médias et le public des impacts des changements qui s'opèrent actuellement dans le milieu des communications.
- S'interroger sur l'impact de la nouvelle « extraordinaire » : habitude de la facilité et banalisation. Il importe de distinguer la presse écrite de la presse électronique. Tous deux vivent des dynamiques différentes. Des concepts tels que « *montréalisation* » (aspiration des ressources régionales par la métropole) ou encore « *sherbrookisation* » (manque de couverture de la grande région et d'une concentration sur Sherbrooke) ne s'appliquent pas sans distinction et prudence.
- L'Estrie se doit de prendre position, de créer une niche de qualité qui retienne l'attention de ses habitants. Seules les images de la région présenteront un point de vue original et exclusif. Donc, il faut des ressources humaines, des ressources financières et des volontés régionales éclairées et fermes.
- En Estrie, il semble que ce n'est pas tant le manque de ressources qu'il faut déplorer que l'utilisation qui en est faite. Il devient alors indiqué de lancer un ensemble d'initiatives favorisant une concertation et une coordination des ressources disponibles. Peut-être devrait-on, plutôt qu'encourager la redondance, penser davantage en termes de complémentarité, et par le fait même, substituer l'idée d'une spécialisation des stations et d'un partage du traitement informatif. À l'heure où les TIC bouleversent le paysage médiatique ainsi que les façons de faire, on pourrait proposer aussi un plus grand choix au niveau des couvertures régionales