



ASSOCIATION DES
RADIODIFFUSEURS
COMMUNAUTAIRES
DU QUÉBEC

Mémoire déposé dans le cadre des consultations sur le
renouvellement de la politique culturelle du Québec

Mai 2016

Présentation de l'ARCQ

1. L'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec (ARCQ) est une organisation sans but lucratif qui a pour mission de contribuer au développement et à la promotion de la radiophonie communautaire.
2. Fondée en 1979, l'ARCQ regroupe actuellement 35 stations membres, présentes partout au Québec.

Les radios communautaires au Québec : un bref portrait

3. Au Québec, les radios communautaires sont nées au début des années 70 de la volonté populaire et de l'effort collectif de citoyens et de groupes de citoyens désirant se doter de médias de communications souples et accessibles.
4. Elles se sont d'abord développées dans les milieux urbains pour donner une voix aux groupes sociaux et aux mouvements culturels qui était alors négligés par les grands médias. Rapidement, le modèle a été repris dans de nombreuses régions du Québec privées de médias locaux ou encore négligées du point de vue de l'information locale et régionale.
5. Encore aujourd'hui, la pertinence de la radio communautaire s'inscrit dans un rôle de producteur d'information locale, de démocratisation des médias, de promotion d'une culture locale et québécoise et d'outil de communication sociale et citoyenne. Elle entend contribuer à la diversité des voix, des opinions et des contenus.
6. Une radio communautaire est dirigée, possédée et contrôlée par un organisme sans but lucratif indépendant, dont la structure permet aux membres de la collectivité desservie d'y adhérer et de participer à sa gestion démocratique, à son exploitation et à sa programmation.
7. La radio communautaire offre une programmation axée sur les besoins et les intérêts d'une collectivité en proposant une diversité de services :
 - D'information locale et régionale;
 - De diffusion et de promotion culturelle et artistique;
 - De promotion des talents émergents et des artistes québécois et canadiens;
 - De diffusion de contenus locaux et régionaux d'intérêt social, économique et communautaire.

8. Au Québec, en 2016, les membres de l'ARCQ représentent :

- 35 stations dans toutes les régions du Québec
- Un chiffre d'affaires de plus de 12 millions de dollars, autofinancé à 80%
- Plus de 200 emplois et 2000 bénévoles
- Près de 20 000 membres

9. Au chapitre de l'information ce sont :

- Une cinquantaine de journalistes rémunérés
- Une centaine de bénévoles se consacrant uniquement à l'information
- Plus de 1000 bulletins de nouvelles et une centaine d'heures d'émissions d'affaires publiques à chaque semaine.

Vers un renouvellement de la politique culturelle québécoise

10. L'ARCQ désire par la présente contribuer à la démarche de renouvellement de la politique culturelle du Québec.
11. Une culture va bien au-delà des produits culturels, elle reflète ce que nous sommes, nos rêves, nos valeurs en tant que citoyens. Cette culture s'exprime tant au niveau global que local. C'est notre identité.
12. La radio communautaire, en tant que média local, permet à la diversité des identités, des opinions et des valeurs de s'exprimer et de mobiliser les citoyens à contribuer à rendre cette culture vivante, dynamique.
13. Le mouvement de concentration des médias a comme effet d'uniformiser les messages et les modes de pensées. Cette concentration tend à véhiculer une vision urbaine, les décisions sur les contenus étant prises dans les grands centres.
14. La diversité prônée et pratiquée par la radio communautaire dans la réalisation de sa mission permet aux citoyens de se construire en fonction de leur perception du monde qui n'est pas qu'urbain, une perception qui ne peut qu'être construite que par une connaissance de ce qui se passe autour d'eux, dans leur collectivité.
15. La radiophonie communautaire québécoise travaille déjà à chaque jour à contribuer au développement culturel et, en ce sens, le renouvellement d'une vision du développement de la culture au Québec est cohérent avec cette mission, cette vision qui animent ceux et celles qui œuvrent au sein de nos radios.

16. Nous appuyons cette initiative du Ministère de la culture et des communications car il nous apparaît essentiel que le Québec actualise sa politique culturelle afin que celle-ci reflète les enjeux et principes actuels et guide de manière cohérente le soutien et le développement de l'écosystème culturel québécois.

La radio communautaire, une mission au service de l'expression culturelle d'ici

17. La radio communautaire offre une programmation locale reflétant les besoins, les valeurs et les intérêts de la collectivité qu'elle dessert.
18. Ses contenus font large place à la scène artistique et culturelle de la communauté, permettant aux citoyens d'être au courant de ce qui se passe près de chez eux.
19. Ce rôle de promotion culturelle contribue à la vitalité socio-culturelle et à la préservation de l'identité locale.
20. La radio communautaire favorise la communication entre les citoyens et favorise la diversité des voix et des opinions, permettant aux citoyens de forger leur propre vision sur les enjeux locaux et leur propre compréhension de la culture locale.
21. Dans un contexte où certains songent à diminuer la diffusion de musique francophone, la radio communautaire fait large place à celle-ci et croit en l'importance de contribuer à la promotion de la chanson francophone.
22. La radio communautaire est au service de tous les citoyens de sa collectivité, elle fait donc aussi place aux communautés culturelles dans sa programmation.
23. Sur le plan du Québec, le tout est plus grand que la somme : c'est encore souvent à la radio communautaire que nombre d'artistes font leurs premiers pas. Elle favorise la diffusion de musiques d'ici, d'artistes locaux, émergents et d'artistes établis qui n'ont peu ou pas de visibilité sur les autres médias.
24. La radio communautaire ne considère pas la diffusion des nouveaux artistes comme un risque, mais plutôt comme une opportunité de contribuer au développement culturel et de s'adresser au goût de la découverte de ses auditeurs.

Gouvernance démocratique et propriété

25. Une radio communautaire est créée PAR et POUR les citoyens. Entreprise à but non-lucratif et de propriété collective, elle ne peut être achetée ni en tout, ni en partie. Elle offre de par ce fait une garantie de service local.
26. Dans contexte de concentration des médias, elle devient donc la réponse aux communautés qui sont de plus en plus délaissées par les radios commerciales.

Participation citoyenne

27. La radio communautaire fait place à l'implication de bénévoles au niveau de la programmation, des opérations et de la gestion. Encore aujourd'hui, elle poursuit un des objectifs à l'origine de sa création, soit de favoriser la démocratisation des médias et l'expression populaire.
28. Forte de ses 20 000 membres et 2000 bénévoles, elle contribue à favoriser l'implication des citoyens dans le "système culturel québécois"

Dernier bastion des médias locaux

29. Les radios communautaires sont souvent la seule radio locale hors des grands centres. Elle est donc un point de rencontre unique pour les citoyens qui désirent s'informer sur les enjeux locaux et ainsi augmenter leur capacité à les comprendre et à s'impliquer.
30. Dans les milieux urbains, la radio communautaire occupe aussi une place unique, en parlant de ce qui se passe au niveau des quartiers et arrondissements. Elle est alors un média hyper local.
31. La présence des radios communautaires partout au Québec est donc une opportunité unique pour les artistes et regroupements culturels d'être en contact avec les citoyens et de favoriser leur participation à la vie socio-culturelle de leur milieu.

Plateformes numériques

32. Comme l'ensemble du monde des médias, la radio communautaire doit composer avec la transformation de ce secteur. Ces transformations apportent de nombreux défis mais aussi des opportunités.
33. La radio communautaire québécoise, depuis ses premiers pas au début des années 70, a toujours fait appel à la participation citoyenne dans sa programmation. Ce modèle d'affaires est plus que jamais pertinent dans le contexte des médias sociaux où les internautes ne désirent plus consommer passivement des contenus mais interagir avec les créateurs et diffuseurs.
34. Le web et les médias sociaux sont une opportunité pour la radio communautaire d'étendre la participation citoyenne et de multiplier les points de contact avec leur communauté
35. La radio communautaire, tout comme les autres médias, en est encore à l'expérimentation quant à l'intégration des nouvelles technologies à ses activités de diffuseur radio.
36. Le passage à l'ère numérique est encore plus une source de coûts qu'une source de revenus. Des investissements sont nécessaires et essentiels si la radio communautaire désire répondre aux besoins de ses auditeurs d'aujourd'hui, mais aussi aux plus jeunes générations qui ont un regard différent sur la consommation de contenus médiatiques.
37. Le Plan culturel numérique (PCN) a contribué à la mise à niveau des la radio communautaire. Les technologies évoluent cependant rapidement et les investissements autant au niveau technique que de la formation des employés et bénévoles sont importants. Une véritable stratégie numérique pour le milieu de la culture apparaît donc comme un besoin.

Une mission qui a un coût

38. Le mouvement de concentration des médias dans le secteur commercial n'est pas étranger au coût du maintien de radios locales. Or, il en va de la mission même de la radio communautaire d'offrir ce service.
39. La radio communautaire doit composer avec cette mission locale tout en faisant face aux problématiques liées à la capacité de sa collectivité à soutenir financièrement cette mission.
40. Les radios communautaires offrent des services d'intérêt public qui répondent à des besoins réels des collectivités desservies et qui ne sont pas comblés. Ces services sont coûteux dans des marchés qui ne sauraient générer des revenus publicitaires suffisants pour les assurer.
41. La participation de la population et les activités de financement autonome sont aussi essentielles au maintien des services des radios communautaires. Cependant, ces activités ne peuvent combler la faille économique dans laquelle les radios doivent opérer.
42. Cette faille économique, l'écart entre la capacité d'une communauté à générer des revenus et le coût de la prestation de services doit être comblé par un soutien adéquat pour autant que le rôle de la radio communautaire est reconnu, valorisé et souhaité
43. La radio communautaire autofinance déjà à 80% la réalisation de sa mission. Dans le contexte économique et social actuel, nous estimons que la capacité des collectivités à contribuer au soutien de leur radio communautaire est déjà exploitée au maximum.
44. De par des mesures d'aide récurrentes au fonctionnement des médias communautaires, des mesures temporaires telles que le Plan culturel numérique et une volonté d'inclure les médias communautaires dans ses investissements publicitaires, l'état québécois a en place des outils qui permettent de contribuer au soutien des médias communautaires dans leur développement.
45. Il nous apparaît important que ces mesures soient maintenues, développées et actualisées pour concrétiser la reconnaissance du rôle joué par la radio communautaire.

46. La radio communautaire est un des éléments du développement socio-culturel du Québec et de ses régions. Si il y un désir de garder ces médias en vie et de reconnaître la pertinence de leur rôle, nous devons nous assurer que la radio communautaire et son développement continue à être soutenu.

En conclusion

47. Afin de permettre à la radio communautaire de continuer à contribuer au système culturel québécois, **il nous apparaît pertinent qu'une éventuelle politique culturelle québécoise reconnaisse les trois principes suivants :**

- La radio communautaire, de par sa mission et sa gouvernance, joue un rôle essentiel et unique dans la promotion et la diffusion culturelle tant au niveau des communautés localement desservies qu'à l'échelle du Québec.
- Ce rôle de la radio communautaire doit être **reconnu** et **soutenu** et ce, afin de maintenir la capacité des radios communautaires à contribuer à la vitalité socio-culturelle du Québec et de ses régions.
- La pertinence de doter le Québec d'une stratégie numérique en matière de culture

*** FIN DU DOCUMENT ***