

L'étonnante vitalité de la presse locale québécoise : entre résilience et incertitude

Nicolas Michaud n.michaud@journaldescitoyens.ca

Le 29 novembre 2025, à l'invitation de l'Association des médias écrits communautaires du Québec (AMECQ), plus de 25 artisans de journaux locaux et régionaux se sont réunis virtuellement. Bien plus qu'un simple rendez-vous, cette rencontre multirégionale a servi de véritable baromètre pour un secteur à un moment charnière de son histoire. L'ambiance, empreinte à la fois de solidarité et d'inquiétudes partagées, a rapidement démontré que les enjeux dépassent la seule gestion d'entreprise : ils touchent directement l'infrastructure civique de centaines de communautés québécoises.

L'idée reçue veut que la presse locale, ce pilier des communautés, soit en déclin et balayée par la vague inarrêtable du virage numérique. Loin des clichés de salles de rédaction désertées, la réalité observée dans les municipalités et villages du Québec est celle d'un milieu animé par l'ingéniosité et une résilience remarquable. Les discussions ont révélé non pas un secteur sur la défensive, mais un écosystème qui s'adapte, innove et redéfinit activement les règles de l'information de proximité.

Malgré la diversité géographique et la taille des journaux représentés, une grande convergence des enjeux est apparue : révélant une réalité largement partagée à l'échelle du Québec. En l'espace de deux heures, les échanges ont mis en lumière que les médias locaux et régionaux sont principalement confrontés à quatre défis structurels similaires.

1. Le papier résiste à l'ère numérique

À l'heure de la transition numérique accélérée, le format en papier pourrait sembler voué au déclin. Pourtant, il demeure un pilier central pour les journaux communautaires du Québec. Cet attachement dépasse la simple tradition : il répond à une demande claire d'un lectorat fidèle, pour qui le journal imprimé constitue à la fois un objet tangible, un rituel et une source de confiance privilégiée en matière d'information locale. Le papier conserve aussi un capital de crédibilité élevé et demeure un support publicitaire distinctif et apprécié.

Les participants se sont accordés à dire que l'opposition entre papier et numérique appartient désormais au passé. Le véritable enjeu

stratégique consiste à combiner intelligemment les deux formats pour en faire des alliés complémentaires : maintenir une offre solide en papier tout en exploitant le potentiel numérique afin d'enrichir le contenu, d'accélérer la diffusion de l'information et de diversifier les sources de revenus liées à la production originale.

Cependant, le virage numérique est loin d'être une solution simple ou économique. Les discussions ont révélé des coûts importants reliés au développement, à l'entretien des sites Web et à l'expertise technique requise. Les mises à jour constantes, l'hébergement et l'adaptation aux algorithmes constituent un défi majeur, et ce, particulièrement pour des organisations fonctionnant largement grâce au bénévolat.

Cette complexité est accentuée par le blocage des contenus d'actualité sur Facebook comme conséquence de la loi fédérale C-18. Pour préserver leur visibilité, les journaux communautaires ont dû déployer diverses stratégies de contournement, telles que la diffusion de visuels sans liens directs, la création de pages distinctes ou l'adaptation de leur identité numérique.

En réponse à ces défis, l'AMECQ a confirmé l'embauche d'une agente de développement numérique dont le mandat vise à offrir un soutien technique direct aux journaux membres afin de renforcer leur autonomie et leur performance en ligne.

2. La distribution est un sport de combat... et d'imagination

Pour un journal communautaire, la distribution ne constitue pas une simple étape logistique : c'est le lien vital qui le connecte à son

lectorat. Les grèves récurrentes de Postes Canada et l'incertitude entourant l'avenir du service de courrier communautaire ont été identifiées comme la préoccupation opérationnelle la plus urgente, et sont perçues par plusieurs journaux comme une menace existentielle.

Pour pallier cette vulnérabilité, les discussions ont fait émerger une variété de solutions, souvent de nature artisanale : la mobilisation de bénévoles pour la distribution au porte-à-porte, le recours à des camelots rémunérés, l'utilisation de commerces, de bibliothèques ou de bureaux municipaux comme points de dépôt, ainsi que l'adoption de modèles hybrides combinant les services de livraison privés et les réseaux bénévoles locaux.

Chaque solution comporte toutefois ses limites. En milieu rural, la dispersion des habitations complique la distribution manuelle. En milieu urbain, l'accès restreint aux immeubles à logements multiples, notamment en raison de la « clé du facteur », rend la distribution privée partielle, voire impossible. À cela s'ajoutent des coûts souvent imprévus, qui fragilisent davantage des finances déjà serrées.

3. Le nerf de la guerre ou comment réinventer le financement

La viabilité financière des médias communautaires repose sur un triptyque entre les subventions gouvernementales, les revenus publicitaires et le soutien municipal : trois sources maintenant fragilisées. Cette précarité oblige les journaux à repenser leur modèle pour préserver à la fois leur indépendance et leur pérennité.

Un consensus clair s'est dégagé : les modes de financement traditionnels ne suffisent plus. La

survie des médias passe désormais par une diversification proactive des revenus et par des approches plus entrepreneuriales. Si les subventions restent cruciales, leur versement tardif complique la planification. Le financement municipal, quant à lui, demeure soumis aux aléas politiques locaux, d'autant plus que la loi n'oblige pas les Municipalités à soutenir les journaux au-delà de la publication des avis publics. L'épaulement des Municipalités peut ainsi être déterminant ou, à l'inverse, fragilisé par des compressions, voire par une concurrence directe lorsque celles-ci publient leurs propres outils d'information.

Pour surmonter ces défis, plusieurs pistes de solution ont été évoquées : l'organisation de collectes de fonds communautaires, et la création de partenariats stratégiques avec les Municipalités (notamment par la vente d'espaces publicitaires ou la signature de contrats de service). S'ajoutent à cela le développement de produits publicitaires innovants (tels que les publiereportages ou les cahiers spéciaux à forte valeur ajoutée), ainsi que le recours à des sources de financement alternatives (comme les budgets discrétionnaires des députés ou les fondations privées).

L'AMECQ prévoit de mener une nouvelle étude de lectorat à l'échelle provinciale, considérant que la plus récente remonte à 2018. Ces données actualisées sont jugées essentielles pour consolider les arguments auprès des annonceurs et des institutions. Parallèlement, des discussions sont en cours avec le ministère de la Culture et des Communications au sujet d'un projet de loi qui obligerait les institutions publiques à consacrer une part de leurs budgets publicitaires aux médias locaux.

4. Le défi humain : assurer la relève et fédérer les équipes

Au-delà des enjeux financiers, un problème plus discret, mais tout aussi déterminant se profile : celui de la relève. Le vieillissement des équipes (particulièrement au sein

des conseils d'administration et des directions générales) ainsi que la rareté des candidatures compromettent directement la survie de petites organisations journalistiques. Si la production de contenu attire encore des collaborateurs, la gouvernance repose souvent sur un noyau restreint de bénévoles surchargés.

Pour contrer cette tendance, certains journaux adoptent des stratégies d'embauche plus ciblées pour pourvoir leurs postes vacants. Plutôt que de lancer des appels généraux, certains utilisent leur propre média pour recruter des candidats aux profils précis. Cette méthode a permis de rajeunir et de dynamiser plusieurs équipes de journaux. Des collaborations avec des établissements scolaires, la participation d'élèves ou d'étudiants à la rédaction, ainsi que la mise en valeur de thèmes proches des préoccupations de la jeunesse, contribuent aussi à renouveler à la fois la relève et le lectorat.

Les stages universitaires constituent un levier de recrutement efficace, surtout pour les médias situés à proximité d'institutions d'enseignement. Certains journaux ont même repensé leur organisation interne en remplaçant le poste unique de rédacteur en chef par une structure plus collaborative, ce qui favorise la motivation et la cohésion des équipes.

Des laboratoires d'avenir

Loin d'être des reliques d'un passé révolu, les journaux communautaires québécois s'affirment comme de vibrants laboratoires d'innovation, de résilience et de cohésion sociale. En misant sur des atouts que l'on croyait désuets (tels que l'attachement au papier, l'ingéniosité logistique et une solidarité à toute épreuve), ces journaux peuvent déjouer les pronostics les plus pessimistes. Ces médias ne se contentent pas de relayer l'actualité : ils tissent le lien social, soutiennent la démocratie locale et expérimentent au quotidien des modèles pour l'avenir de l'information.

