



Quatre coopératives, quatre manières très différentes de communiquer.



La nouvelle vie de MÉDOR passe par vous. Rejoignez la coopérative !

## DOSSIER

### LA MONTÉE EN PUISSANCE DES COOPÉRATIVES DE PRESSE

Et si la coopérative était le meilleur moyen de s'offrir - ou reconquérir - une presse indépendante ? Fin 2019, quatre titres de presse belges francophones ont simultanément communiqué en ce sens, soit parce qu'ils venaient d'adopter ce modèle économique, soit pour lancer un nouvel appel à coopérateurs :

**Médor**, coopérative depuis 2015 déjà, est entré en quête de nouveaux coopérateurs pour développer sa plateforme web.

Le trimestriel **Wilfried** a ouvert le capital de sa coopérative à ses lecteurs, deux ans après sa création. L'argent récolté permettra d'engager un deuxième salarié pour assurer la direction du magazine et qui sait, peut-être de financer le lancement d'une édition flamande en 2020.

Le personnel de **L'Avenir** a lancé la coopérative « **Notre Avenir** » pour défendre l'indépendance rédactionnelle du journal. En novembre 2018, à la suite du conflit social et du scandale Publifin, l'AJP avait plaidé pour la création d'une société à gestion coopérative et participative rassemblant les salariés du quotidien et les lecteurs.

Du côté des nouveaux venus : **Tchak!**, une revue focalisée sur l'agriculture paysanne et l'agro-écologie. Elle devrait sortir son premier numéro à la mi-février. Autour du berceau : non pas des journalistes, mais une trentaine de partenaires fondateurs, comme des organisations paysannes, des coopératives de distribution en circuit court, ou encore des fédérations d'éleveurs et d'agriculteurs, tous désireux de créer un projet éditorial d'information pour dépasser leurs canaux de communication habituels.

Lire en pages 4 et 5.

Fanny Declercq

## PREDICTIONS 2020

### QUE RACONTE LA BOULE DE CRISTAL DES JOURNALISTES AMÉRICAINS

Le Nieman Journalism Lab a osé des prédictions sur l'avenir du journalisme. L'année 2020 sera, aux États-Unis, focalisée sur les interactions entre médias et publics.

“Voici les objectifs de notre rédaction pour 2020”. Ou encore : “Durant les douze prochains mois, nous serons vigilants à ceci ou à cela...” De Belgique, certaines des “Prédictions 2020” du Nieman Journalism Lab paraîtront soit inappropriées, soit trop éloignées de nos réalités pour retenir notre attention... Cependant, un bon nombre d'entre elles - il y en a une centaine au total, rédigées par des pointures du journalisme - sont très pertinentes à consulter. Elles ont la

faculté de prendre la température d'un vaste secteur. Depuis les États-Unis, certes.

Mais il est tout à fait possible de dépasser ce caractère géographique pour repérer des grandes orientations susceptibles d'être adoptées ensuite par d'autres médias, dans d'autres pays. En Europe, notamment.

Lire en page 6

Catherine Joie

## ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

Le samedi 15 février, dès 9h30, l'AGJPB et l'AJP invitent leurs membres à participer à l'assemblée générale annuelle.

L'ordre du jour détaillé vous sera envoyé par mail fin janvier. Venez !

N°221

## SOMMAIRE

- 02 Prix : deux journalistes de L'Avenir licenciés, primés \
- 02 Anniversaire : Les dix ans du Fonds, c'est le 18 février \
- 03 Rue de la déonto : notre nouvelle rubrique sur la déontologie \
- 07 Podcast : un week-end pour le découvrir et le tester à Bruxelles \
- 08 Journaliste à la Une : Anne-Sophie Depauw

# POUR QUE LECTEURS ET JOURNALISTES SOIENT LES PROPRIÉTAIRES DE LEUR MÉDIA

Quatre magazines et quotidien belges francophones ont désormais fait le choix du modèle coopératif, pour assurer leur indépendance éditoriale et leur santé financière. Si les finalités sont identiques, les modalités pratiques varient d'un titre à l'autre. Comparons-les un instant.

Suite de la page 1.

Quatre intentions différentes, mais qui révèlent des préoccupations similaires : préserver une indépendance rédactionnelle et choisir un mode de gestion démocratique en conformité avec leurs valeurs éditoriales.

## RÉINJECTER LES BÉNÉFICES

Dans le contexte actuel de crise de la presse, la coopérative ressemble donc à une bouée de sauvetage. Pour David Domingo, professeur et chercheur à l'ULB, « les motivations initiales de chaque projet peuvent être différentes, mais dans tous les cas, la dynamique est la même : il s'agit de défendre l'autonomie des journalistes professionnels par rapport aux pressions économiques de plus en plus importantes. Le journalisme n'est plus vu ici comme un business. » En effet, si le statut juridique des coopératives en droit belge ne les empêche pas d'être lucratives, son investisseur ne vient pas ici pour le bénéfice pécuniaire.

Laurence Jenard, directrice de Médor, explique « qu'il s'agit de mettre l'accent sur l'impact social du projet plus que sur le retour financier des coopérateurs, puisque chez Médor la part ne peut pas prendre de plus-value. Le bénéfice de l'entreprise est plafonné à 6% et ces dernières années l'assemblée générale a, à chaque fois,

« Le modèle coopératif n'est peut-être pas la réponse pour tous les types de médias. »  
David Domingo, ULB

décidé de réinvestir le bénéfice dans le projet. » Du côté de Wilfried aussi c'est la pérennité du magazine qui est favorisée. « Il va de soi que la priorité ira au projet, donc à la ré-injection de moyens au bénéfice de la coopérative », précise Quentin Jardon, rédacteur en chef adjoint. La coopérative repose sur un fonctionnement démocratique, où une personne égale une voix en assemblée générale, sans tenir compte de la part de capital détenue. Le partage de pouvoir et de bénéfice que ce modèle induit l'inscrit dans une philosophie particulière.

## INTÉGRER LE CAPITAL

En changeant de paradigme, les journalistes deviennent propriétaires de leur structure et maîtres des décisions managériales et éditoriales. Emmanuel Huet, l'un des journalistes fondateurs de « Notre Avenir », dont la finalisation de la coopérative coïncide avec l'annonce de mise en vente des Éditions de l'Avenir, explique ce qu'engendre l'implication des salariés. « Deux semaines après l'ouverture des souscriptions destinées au personnel, et pas seulement les journalistes, nous avons lancé l'appel à souscriptions pour le public. L'objectif est d'intégrer, à terme, le capital des Éditions de l'Avenir et participer aux décisions stratégiques qui nous concernent

directement. La légitimité du projet repose donc sur deux acteurs essentiels : les employés et les lecteurs. »

Si une telle configuration garantit l'indépendance éditoriale et apporte une identité philosophique au sein des rédactions, elle répond aussi à une certaine remise en cause par les journalistes de leur profession. Un choix bienvenu à une époque où la défiance envers les médias a rarement semblé si forte. Puisque ces coopératives se conçoivent sans but lucratif, elles envisagent leurs lecteurs comme des membres d'une communauté, plutôt que des clients. Pour David Domingo, les coopératives permettent « une relation avec leurs lecteurs qui s'inscrit beaucoup plus dans la

collaboration et la réflexion collective que dans la vente d'un produit. Le fait d'inclure le lecteur dans la coopérative rend ça encore plus évident, il n'est pas juste un consommateur. » Chez Tchak !, le coopérateur aura même, à terme, une place au sein du comité de rédaction, aux côtés des journalistes et des partenaires à l'impulsion du projet.

## ÉVITER L'ENTRE-SOI ?

Les coopératives de presse visent aussi à préserver le pluralisme dans l'univers médiatique. Mais parviennent-elles à se tourner vers des lecteurs et des coopérateurs qui les connaissent moins, qui seraient éloignés du milieu médiatique ? Parviennent-elles à

convaincre au-delà du cercle des convaincus ? « En 2015, la dynamique de promotion de Médor consistait en la stratégie des "amis des amis", avec des soirées qu'on appelait les "Médorware" à l'image des soirées Tupperware, pour proposer un abonnement ou une part dans la coopérative. Mais aujourd'hui, nous avons besoin de sortir de notre communauté, sinon on prend le risque que les abonnements se tassent et qu'on meure de notre belle mort », analyse Laurence Jenard.

Du côté de Tchak !, on compte aussi, au début du moins, sur "la base", le terrain et le terreau. « Il y a déjà un réseau qui existe grâce à nos partenaires, comme le Collectif 5C qui rassemble 21 coopératives citoyennes à travers

toute la Wallonie. Nous lançons en parallèle des campagnes sur nos réseaux sociaux avec une approche plus classique », explique Yves Raisiere, rédacteur en chef de la nouvelle revue.

## MÉDIAS DE NICHE, PETITES ÉQUIPES

Le modèle présente cependant des limites intrinsèques. Les caractéristiques de la coopérative seraient davantage adaptées aux médias de niche. Quitte à manquer de pertinence pour les médias traditionnels ? Pour David Domingo, « c'est plus envisageable et plus facile de mettre en place un média de niche au travers d'une coopérative avec une petite équipe, un public très précis et des coûts de production limités. Mais pour une chaîne de télévision ou un journal quotidien ? Cela ne me semble pas évident de soutenir tous les coûts de production avec ses propres moyens ». Les coopératives peuvent aussi présenter des faiblesses lorsque des investissements trop lourds s'imposent ou si le projet journalistique

« Aujourd'hui, nous avons besoin de sortir de notre communauté, sinon on prend le risque que les abonnements se tassent. »  
Laurence Jenard, Médor

veut s'élargir. David Domingo perçoit une solution dans une formule hybride : « Le modèle coopératif n'est peut-être pas la réponse pour tous les types de médias. Il ne va pas devenir la règle et la seule solution pour organiser le travail des journalistes dans le futur, mais sa philosophie peut inspirer d'autres modèles plus ouverts et permettre aux journalistes de prendre des décisions au sein de l'entreprise. Le prochain défi sera de s'inspirer du modèle des coopératives, mais de les adapter à des médias à plus grande échelle, comme le fait The Guardian qui est une fondation sans but lucratif, ou comme Le Monde, dont la société de journalistes participe à la gestion de l'entreprise. »

Fanny Declercq

	MÉDOR	WILFRIED	TCHAK !	NOTRE AVENIR
<b>ORGANISATION</b>	Deux groupes : - les coopérateurs (parts C) - les fondateurs (parts F).	Trois groupes : - les fondateurs (parts A) - les investisseurs (parts B, apport > 5.000 €) - les sympathisants (parts C, apport < 5.000 €)	Deux groupes : - les fondateurs (une trentaine de partenaires : organisations paysannes, fédérations d'éleveurs et d'agriculteurs, ONG, syndicats...) - les lecteurs coopérateurs	Six collèges : - les fondateurs - le personnel des Editions de L'Avenir - les lecteurs - les investisseurs privés - les investisseurs publics - les journalistes et experts médias.
<b>MODALITÉS DE VOTE</b>	Une personne = une voix*. Mais pour être adoptée, toute décision doit rassembler une majorité de votes dans chacun des groupes (coopérateurs et fondateurs).	Une personne = une voix*. Aucune distinction entre les groupes, en termes de droit de vote.	Une personne = une voix*	Une personne = une voix*
<b>PRIX D'UNE PART</b>	20 € (coopérateurs) et 160 € (fondateurs)	100 € (sympathisants)	50 € (lecteurs coopérateurs) et 500 € (fondateurs)	50 € (lecteurs coopérateurs)
<b>NOMBRE DE COOPÉRATEURS (AU 15/01/2020)</b>	1208 coopérateurs (parts C) et 19 fondateurs (parts F)	290 sympathisants (parts C), 3 fondateurs (parts A), et 1 investisseur (parts B, en l'occurrence la Région bruxelloise)	200 coopérateurs et une trentaine de fondateurs et institutions partenaires	500 coopérateurs
<b>OBJECTIFS FINANCIERS</b>	Pour la deuxième vague de financement (du 13/12/2019 au 12/12/2020) : 300.000 €. La Sowecsom s'est engagée à doubler le montant des parts prises.	100.000 € (soit 1000 parts à 100 €). Grâce au mécanisme Coop Us prévu par la Région bruxelloise, ce montant sera doublé, le portant à 200.000 €.	Minimum 20 000 € (400 parts à 50 €), maximum 100 000 €.	1.000.000 € avant mars 2020
<b>MONTANTS RÉCOLTÉS (AU 15/01/2020)</b>	68.000 € (qui seront doublés par la Sowecsom).	68.500 €	Pas communiqué	Ne souhaite pas encore communiquer
<b>DROITS DES COOPÉRATEURS</b>	Participer à l'assemblée générale ; être éligible au conseil d'administration ; recevoir une newsletter dédiée	Participer à l'assemblée générale ; être éligible au conseil d'administration ; abonnement à tarif préférentiel ; parrainer de lecteurs avec des conditions préférentielles.	Participer à l'assemblée générale ; être éligible au conseil d'administration ; rejoindre les structures de la coopérative (comité d'orientation, comité de rédaction, comité d'animation) ; accéder à un forum réservé ; abonnement à prix préférentiel.	Participer à l'assemblée générale ; être éligible au conseil d'administration.

(\*) Une personne = une voix signifie que chaque coopérateur possède une voix à l'assemblée générale de la coopérative, peu importe le nombre de parts achetées. L'objectif ? Empêcher une prise de pouvoir par un investisseur dominant. Il faut faire attention aux chiffres : certains coopérateurs prennent plus d'une part.



La ministre des Médias, Bénédicte Linard, et sa cheffe de cabinet, Manon Letouche, lors de leur prise de contact avec l'AJP. Photo Colin Delfosse.

## VERS UNE OUVERTURE DES AIDES À LA PRESSE AUX COOPÉRATIVES

Pour renforcer - entre autres - le pluralisme des médias, le gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles a annoncé dans sa Déclaration de politique 2019-2024 vouloir soutenir la presse écrite. Il a exprimé son souhait de « favoriser les aides à la presse destinées à accroître [...] la transformation du modèle économique ». En effet, les aides à la presse ne sont pour l'instant toujours pas accessibles aux coopératives.

Contacté par nos soins, le cabinet de Bénédicte Linard (Ecolo) a confirmé « qu'il tient effectivement à coeur de la ministre de rendre accessibles ces aides à la presse aux coopératives ».