

Pas juste une autre publication ou *post*
Mémoire sur l'avenir des journaux locaux, le journalisme,
Postes Canada et les communications au Canada

À:

Marianne Dandurand, Députée de Compton—Stanstead
&
L'honorable Joël Lightbound, Député de Louis-Hébert,
Ministre de la Transformation du gouvernement, des Travaux publics et de l'Approvisionnement

Gouvernement du Canada

De:

Suzanne Jutras, Présidente
&
Scott Verity Stevenson, Directeur général

Journal régional *Le Haut-Saint-François*

Sherbrooke (Québec)
12 novembre 2025
(Révisé le 13 novembre 2025)

Les enjeux

- Le coût des services gouvernementaux dans la communication avec le public
- La viabilité de Postes Canada
- La confiance et la sécurité dans un réseau de communication canadien
- Le journalisme professionnel au Canada
- La survie des journaux locaux

Dans la mire

- La relation du Gouvernement du Canada avec les journaux locaux
- La publicité gouvernementale dans les médias d'information locaux
- Les relations de Postes Canada avec les journaux
- La livraison des nouvelles et du courrier aux Canadiens, en particulier dans les régions rurales

Résumé

Le Gouvernement du Canada peut établir et renforcer un réseau national de communication en informant plus souvent et de manière plus rentable les Canadiens par l'intermédiaire de leurs journaux locaux et grâce à une relation plus collaborative entre Postes Canada et ses clients journaux. Les journaux partout au Canada luttent pour leur vie, et beaucoup échouent, et pourtant ils constituent un moyen essentiel et efficace de communiquer avec les Canadiens et entre eux. Les perspectives économiques actuelles de ces journaux pourraient être considérablement améliorées si le Gouvernement du Canada adoptait une approche « Achetez canadien » et si Postes Canada leur accordait un traitement préférentiel.

Principales recommandations

- Favoriser la publicité gouvernementale dans les journaux pour compléter ou remplacer les programmes de subvention.
- Choisir les médias canadiens, y compris les journaux imprimés, avant les plateformes détenues et contrôlées par des intérêts externes.
- Envisager une relation d'achat plus directe et plus rentable entre le Gouvernement du Canada et les journaux.
- Établir une catégorie privilégiée de clients de Postes Canada pour les journaux, avec des tarifs et un traitement préférentiels.
- Considérer les journaux locaux et les bureaux de poste ruraux comme des canaux de communication essentiels pour un réseau canadien sécurisé.

Communications du Gouvernement avec les Canadiens

À l'heure actuelle, le Gouvernement du Canada investit dans la protection du journalisme canadien par l'entremise de multiples programmes de subventions, comme l'Aide aux éditeurs du ministère du Patrimoine canadien et l'Initiative de journalisme local. Il s'agit d'un financement très nécessaire, mais coûteux pour les journaux locaux, qui doivent être admissibles et qui doivent faire les demandes et gérer les subventions, et sans doute coûteux à administrer par le Gouvernement. Bien que l'appui du public soit apprécié dans le contexte actuel de survie des journaux et du journalisme au Canada, les programmes de financement détournent en partie les éditeurs et les rédacteurs de leur mission principale de produire du contenu d'information professionnel pour les Canadiens.

Cette mission principale comprend la publication de contenu payant pour les annonceurs et les organisations telles que le Gouvernement du Canada. Les éditeurs de journaux locaux offrent aux gouvernements la possibilité de communiquer directement avec les Canadiens dans les médias d'information qui appartiennent aux Canadiens et qui constituent un élément fondamental du réseau central des communications publiques du Canada. Les journaux locaux font partie de ce qui fait prospérer nos communautés et nos sociétés.

La publicité payante est la principale source de revenus des journaux, c'est-à-dire les revenus qui nous permettent d'embaucher des journalistes et de publier des nouvelles produites et éditées par des professionnels. En achetant plus d'espace dans les journaux, le Gouvernement du Canada peut communiquer ses messages plus directement aux Canadiens, promouvoir une citoyenneté mieux informée et soutenir le journalisme canadien, avec moins de programmes de financement coûteux.

Comment?

À l'heure actuelle, les gouvernements, au niveau fédéral et provincial, embauchent des agences de publicité coûteuses pour gérer leurs achats d'espace dans les journaux locaux, du moins partout au Québec. Une grande partie de ces investissements va donc à des entreprises qui ne produisent pas et ne publient pas le précieux contenu d'information actuellement en péril au Canada. Les agences sont embauchées pour leur expertise dans l'élaboration et la mise en place du contenu, et pourtant, il s'agit bien de l'expertise des éditeurs de journaux, qui sont organisés en associations telles que Hebdo Québec, la Quebec Community Newspapers Association et l'Association des médias écrits communautaires du Québec, dont une ou plusieurs peuvent être intéressées à s'occuper de l'élaboration et du placement de la publicité gouvernementale au profit de ses membres et de ses clients gouvernementaux.

Le nouveau système d'admissibilité à titre d'organisation journalistique qualifiée est un pas dans la bonne direction pour améliorer la relation du Gouvernement du Canada avec les journaux locaux. Il devrait continuer d'être peaufiné pour s'assurer que même les petits organismes, comme le journal *Le Haut-Saint-François*, soient reconnus comme des communicateurs efficaces pour que le Gouvernement du Canada puisse rejoindre les Canadiens, même dans les régions les plus isolées.

Les alternatives

Depuis quelques années, les Canadiens et leurs gouvernements se sont rassemblés sur l'autoroute de l'information, Destination médias sociaux, comme le vendredi on se précipite à la campagne pour s'évader le temps d'une fin de semaine. Se joindre au défilé a peut-être semblé une bonne idée pour les gouvernements. En fait, la publicité et la communication dans cette ruée vers la circulation dense minent le réseau de communications, le journalisme, les communautés et les gouvernements du Canada.

Premièrement, cela éloigne les gens des médias d'information de confiance, fiables et locaux au profit de plateformes détenues et contrôlées par des intérêts d'ailleurs. Les Canadiens sont maintenant encouragés par leur propre gouvernement à recevoir de l'information gouvernementale de sources moins fiables et qui minent souvent notre souveraineté démocratique. Les revenus qui soutenaient autrefois le journalisme professionnel canadien diminuent et le menacent maintenant.

Le fait de trop dépendre d'un seul canal de communication avec le public, soit l'Internet, devient également un problème de sécurité à plusieurs niveaux pour les Canadiens et leurs gouvernements. Qui contrôle la circulation de l'information sur l'Internet ? Qui influence le contenu et le type d'information qui s'y trouve ? Que se passe-t-il si l'infrastructure Internet tombe en panne ? Aurons-nous tellement vidé de leur substance les canaux de communication canadiens, comme les journaux locaux et Postes Canada, au point de perdre le contrôle de notre propre réseau de communications publiques ?

Publicité et communication efficaces

Pour être efficaces, les éditeurs de journaux encouragent leurs clients annonceurs à promouvoir leurs messages sur au moins trois plateformes différentes, telles que le journal local, la radio et la télévision. L'Internet est inévitablement l'un de ces choix, mais il n'est pas efficace en tant que choix principal. Le Gouvernement du Canada devrait plutôt accorder la priorité aux canaux de communication appartenant aux Canadiens qui ne sont pas entièrement basés sur l'Internet.

En fait, de nombreux Canadiens sont mal à l'aise avec les nouvelles technologies, qu'il s'agisse des téléphones intelligents, des médias sociaux ou des services bancaires en ligne. Les nouvelles technologies coûtent cher à l'achat et à l'entretien, et certains Canadiens n'ont pas les moyens d'y accéder. Pendant la pandémie, les résidents de notre région ont dû demander à leurs voisins de prendre rendez-vous pour se faire vacciner grâce aux ordinateurs, à la technologie et au savoir-faire qui leur manquaient. Peut-être que les bureaux de poste ruraux peuvent aider à jouer ce rôle à l'avenir.

Forcer les citoyens à communiquer avec des technologies et des plateformes qu'ils n'ont pas ou avec lesquelles ils ne sont pas à l'aise, c'est comme forcer les Québécois francophones à communiquer avec leur gouvernement fédéral en anglais seulement. L'utilisation de médias étrangers pour communiquer avec les Canadiens encourage nos citoyens à se détourner des médias locaux canadiens, ce qui entraîne les menaces et les problèmes de survie auxquels nous sommes confrontés aujourd'hui.

D'autre part, lorsque le Gouvernement du Canada choisit des médias canadiens pour communiquer avec le public, il renforce les canaux de communication du Canada, encourage le journalisme professionnel, améliore les relations du gouvernement avec les citoyens, assure la communication fiable et efficace de ses messages et assure la sécurité de notre système de gouvernement et de démocratie.

Rôle de Postes Canada

Un système fiable de communications papier et électronique entre les Canadiens et entre les citoyens et leurs gouvernements est un élément essentiel de ce réseau canadien sécurisé d'échange d'information.

Le Canada est rendu possible en tant que nation par son système de gouvernement, son réseau de transport, et son réseau de communications, y compris Postes Canada et les médias d'information, des journaux locaux à Radio-Canada.

La relation entre Postes Canada et les journaux devrait être une relation de partenariat étroite et mutuellement avantageuse. C'est malheureusement maintenant une période de concurrence et de tension.

Une occasion importante de bâtir ce partenariat sain a été ratée lors de la fermeture du système de distribution du Publisac l'an dernier. Postes Canada a imposé ses nouveaux clients journaux à plus de deux fois le prix – dans certains cas plusieurs fois le prix – et en retirant la possibilité d'inclure les circulaires à ces clients. Ses problèmes de main-d'œuvre amènent maintenant bon nombre de ces journaux au bord de la faillite, et la classification de ses clients de journaux non adressés comme des circulaires menace davantage notre viabilité et celle de Postes Canada.

Environ le tiers des 137 membres d'Hebdos Québec utilisent Postes Canada pour leur distribution. Cela représente une activité estimée à 5 millions de dollars pour Postes Canada par année. Avec la fermeture du réseau Publisac l'an dernier, les deux tiers de ces membres ont choisi de ne pas utiliser Postes Canada, ce qui représente une perte de revenus estimée à 10 millions de dollars par année. Aujourd'hui, avec la grève, beaucoup d'entre nous envisagent de mettre en place un système de distribution alternatif, ce qui signifie que Postes Canada pourrait perdre 5 millions de dollars de plus d'affaires, pour un total raté de 15 millions de dollars par année, et transformer ses clients journaux en véritables concurrents.

Établir un partenariat sain entre Postes Canada et les journaux communautaires

Les journaux ne sont pas des circulaires. Ils publient du journalisme professionnel, qui est maintenant menacé au Canada et qui est pourtant si crucial pour nos vies en tant que Canadiens et pour nos gouvernements. Ceux d'entre nous qui paient pour des livraisons généralisées dans des marchés géographiques donnés peuvent être classés comme du courrier non adressé, mais une catégorie distincte pour les journaux, à la fois non adressés et adressés, servirait mieux les intérêts de tous les Canadiens.

Le Haut-Saint-François payait 17 000 \$ par année au Publisac pour sa distribution. Nous payons maintenant environ 40 000 \$ à Postes Canada, soit environ 0,14 \$ l'exemplaire. À Gatineau, dans la circonscription de Greg Fergus, le *Bulletin d'Aylmer* payait 0,04 \$ par exemplaire au Publisac. Il n'utilise pas Postes Canada pour l'instant, mais espère avec impatience le faire pour que sa publicité puisse concurrencer efficacement les médias sociaux appartenant à des intérêts étrangers.

Les journaux sont donc un client important de Postes Canada, mais ils ont besoin d'une catégorie spéciale et de tarifs spéciaux pour pouvoir demeurer clients. Grâce à ces changements, il sera possible d'établir un partenariat solide entre les journaux et Postes Canada, ce qui permettra de préserver un réseau de communication essentiel entre les Canadiens et leurs gouvernements.

Service rural

Les bureaux de poste ruraux et les services de livraison en milieu rural constituent une partie importante de ce réseau, dans les collectivités où les activités économiques sont essentielles à l'économie canadienne, notamment l'agriculture, la foresterie et l'exploitation minière. Dans des collectivités comme Chartierville, La Patrie et Scotstown, les bureaux de poste ruraux s'apparentent à des journaux locaux : ce sont des institutions centrales où les gens se rencontrent, échangent de l'information, reçoivent leur courrier et leurs messages d'autres Canadiens et de leurs gouvernements, et discutent avec leurs voisins.

Dans de nombreuses collectivités, le bureau de poste est la seule présence évidente du Gouvernement du Canada.

Les boîtes postales communautaires peuvent être une solution de rechange nécessaire à la livraison à domicile, mais elles doivent être aussi proches que possible des citoyens et, si nécessaire, mises en œuvre lentement. Le sentiment antigouvernemental alimenté par les médias sociaux est répandu dans des régions comme la nôtre, et les boîtes postales communautaires pourraient être des cibles faciles. Elles sont très différentes de la boîte aux lettres appartenant au voisin au bout de son entrée.

Ces boîtes postales communautaires limitent également la capacité des Canadiens à communiquer séparément sur papier, puisque les boîtes postales individuelles privées seraient abandonnées. Les boîtes postales communautaires doivent donc prévoir des moyens permettant aux particuliers – et aux journaux locaux – de se livrer des messages les uns aux autres sans avoir à dépendre d'une société d'État soumise à des actions syndicales ou à d'autres problèmes. Par exemple, cela aurait aidé les municipalités locales et régionales à communiquer des informations électorales essentielles aux citoyens du Québec le mois dernier, lorsque la livraison à domicile n'était pas disponible en raison de la grève.

Conclusion

Les communications sont aussi fondamentales dans nos vies que nos systèmes alimentaires, financiers et de transport. En cette nouvelle ère de changements technologiques rapides et de contrôle par de grands intérêts étrangers, nous espérons qu'en travaillant ensemble sur ces questions structurelles, les journaux, Postes Canada et le Gouvernement du Canada pourront renforcer le service essentiel que nous offrons tous aux Canadiens et Canadiennes.