

L'INNOVATION AU SEIN D'UN JOURNAL COMMUNAUTAIRE



Ce document est un outil de formation destiné aux journaux communautaires, membres de l'AMECQ.

RÉDACTION

Élisabeth Caron-Sergerie

COORDINATION

Yvan Noé Girouard

RÉVISION

Patricia Garceau

GRAPHISME

Ana Jankovic



Publié par l'AMECQ
86, boulevard des Entreprises, bureau 206
Boisbriand (Québec) J7G 2T3
Tél. : 514 383-8533
1-800-867- 8533
medias@amecq.ca
www.amecq.ca

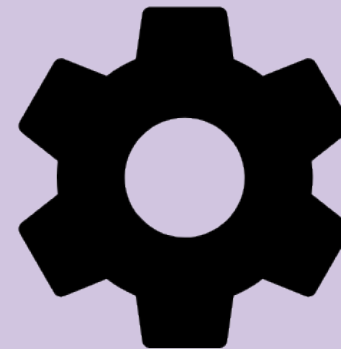
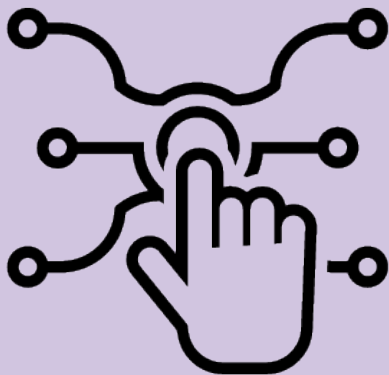
novembre 2021



L'Association des médias écrits communautaires du Québec reçoit le soutien du ministère de la Culture et des Communications.

SOMMAIRE

- 4 Comment les médias écrits de l'AMECQ se démarquent-ils de la masse?
- 5 Les médias de l'AMECQ, un patrimoine prêt à mutualiser et innover?
- 8 Parlons de virage numérique
- 9 Changement de paradigmes et culture organisationnelle
- 10 Sources



Depuis près de deux ans, la série des mémos numériques de l'AMECQ vous a présenté différents outils et concepts numériques (tels que les réseaux sociaux, les nouvelles méthodes de financement, l'intelligence artificielle et plus encore) dans le but de vous initier à ces nouvelles façons de faire, de mettre à jour vos connaissances et de vous sensibiliser à l'évolution des technologies et de la société.

En lançant ce projet, l'équipe de l'AMECQ avait la volonté d'accompagner ses membres dans leur transformation numérique, et de les aider à utiliser de nouveaux formats et canaux de communication.

Vous aurez remarqué que les technologies sont en évolution constante. Il est donc fort probable que des éléments d'information que comportent certains mémos ne soient plus adaptés au contexte des médias de l'AMECQ dans quelques années. Par exemple, le mémo de janvier 2020 concernant la valorisation des communautés sur les réseaux sociaux n'est déjà plus autant d'actualité que lorsqu'il a été écrit. Aussi, les spécialistes en marketing ne cessent de répéter que les technologies et les fonctionnalités des diverses plateformes, applications et outils numériques changent continuellement. Il est de votre devoir de rester à l'affût de ces changements pour, d'une part, être à l'avant-garde des autres médias, et d'autre part assurer la pérennité de votre journal dans le temps.

LES MÉDIAS DE L'AMECQ, UN PATRIMOINE PRÊT À INNOVER?

Les médias écrits de l'AMECQ font partie du patrimoine québécois. Ils doivent continuer à exister et être connus et lus par toutes les générations. Il faut trouver des solutions adaptées au contexte actuel pour que les nouveaux publics développent un attachement envers leur média local.

Pour y arriver, vos équipes doivent penser à de nouvelles façons de faire innovantes pour répondre à vos objectifs et assurer la pérennité de vos médias. La création d'un partenariat entre les médias et les organismes de leur milieu semble être un bon point de départ pour plusieurs d'entre vous.

Les médias écrits de l'AMECQ sont uniques et partagent tous une vision et des valeurs qui se distinguent drastiquement de l'information de masse qui circule un peu partout sur les divers canaux numériques.



Que signifie innover ?

Selon le dictionnaire *Oxford Language*, innover signifie « apporter des changements à quelque chose d'établi en introduisant de nouvelles méthodes, produits et idées ». Si on creuse la réflexion un peu plus loin, Joseph Schumpeter, un économiste autrichien, a écrit dans son ouvrage *Théorie de l'évolution économique* que l'innovation peut se décliner en cinq types de « grands changements », soit :

- La fabrication d'un bien nouveau ;
- L'introduction d'une méthode de production nouvelle ;
- La réalisation d'une nouvelle organisation ;
- L'ouverture d'un débouché nouveau ;
- La conquête d'une nouvelle source de matière première ;

Il faut que vous sachiez que toute nouveauté implantée au sein d'un média ne fait pas nécessairement de celle-ci une innovation. L'innovation a le dos large. Elle n'est ni un succès que vous pouvez atteindre du jour au lendemain, ni quelque chose d'incommensurable. Elle est parfois un processus lent et invisible qui nous fait progresser à long terme.

L'innovation peut parfois être mal perçue à cause des paradigmes et de la culture organisationnelle d'une entreprise et de son équipe. L'innovation implique la destruction de valeurs existantes, et constitue parfois un changement drastique.

Si un média décide d'innover, il est fort possible que certaines habitudes, savoir-faire, façons de penser, modèles d'affaires soient remplacés par de nouvelles façons de faire. Il est cependant nécessaire que l'in-

novation réponde à la question « pourquoi ? ». Il doit y avoir une logique derrière ces changements. Le projet innovant doit être une valeur ajoutée maintenant et avoir une rentabilité plus tard. Un exemple pourrait être la création d'un nouveau poste pour atteindre la réalisation d'objectifs dans le présent et dans le futur.

L'incertitude fait peur. Il est important de faire une bonne analyse de la situation actuelle de votre organisation (vos forces et vos faiblesses) et que vos objectifs soient clairs et préalablement définis avant d'entreprendre une telle initiative. Être capable d'anticiper ce qui est à venir est un atout dans la réalisation de projets innovants.

L'innovation n'est pas :

- Quelque chose d'uniquement tangible ;
- Quelque chose de dispendieux ;
- Seulement en lien avec les technologies et le numérique ;
- Seulement réservée aux grandes entreprises et aux grands médias ;
- Une personne ou un département de votre journal. Il s'agit plutôt d'un tout, le résultat d'une collaboration ou d'un « brainstorming » avec une équipe multidisciplinaire ;
- Le fait d'avoir nouvellement un site internet ou une page Facebook. Il s'agit plutôt de faire les choses différemment des autres médias, d'ajouter une proposition de valeur pour vos lecteurs ;
- Réservée uniquement pour les équipes jeunes et créatives. Au contraire, elle est accessible à tout le monde !

PARLONS DE VIRAGE NUMÉRIQUE

S'il est vrai que l'intelligence artificielle, les réseaux sociaux et le télétravail prennent de plus en plus de place dans nos vies, l'innovation ne se doit pas d'être uniquement associée aux technologies et à la transformation numérique. Le virage numérique dont il est question depuis plusieurs années n'impose pas aux médias communautaires de mettre leurs fondations par terre et de tout recommencer en se basant exclusivement sur le numérique. Lorsqu'on parle de complémentarité, personne ne vous demande d'avoir une présence sur l'ensemble des réseaux sociaux populaires (TikTok, ClubHouse, Instagram, Twitch, etc.).

Le virage numérique n'est pas une compétition pour déterminer qui est le plus présent sur le plus de plateformes. Au contraire : si vous en avez une, voire deux, en plus d'un site internet et de votre journal papier, et que vous les maîtrisez bien, cela est bien plus pertinent pour vos lecteurs et encourageant pour votre équipe.

Avec la mise en place de la mesure 120 du Plan culturel numérique, qui a permis l'embauche d'une agente de développement numérique, on a vu que la transformation numérique pouvait signifier plusieurs choses selon le contexte, les valeurs et la mission d'un média. Pour certains, la transformation numérique peut simplement être la mise en place d'une infolettre. Pour d'autres, il peut s'agir de développer un partenariat avec un autre type de média pour exploiter de nouveaux canaux de diffusion, ou créer une chaîne YouTube.

La solution parfaite pour vous ne sera pas forcément la même pour un autre média. Enfin, la mission et les valeurs d'un média sont un bon point de départ pour se questionner (répondre à la question « pourquoi ? ») et définir des objectifs.



CHANGEMENT DE PARADIGMES ET CULTURE ORGANISATIONNELLE

Le changement de paradigmes et la transformation de la culture d'une entreprise sont des processus longs et ardu. Plusieurs d'entre vous ont sans doute déjà entamé une réflexion quant aux changements à entreprendre pour réaliser leur transformation numérique. Cela dérange et altère peut-être la représentation même du journalisme pour certains d'entre vous. Est-ce que le numérique rendra le métier de journaliste désuet? Est-ce que le changement de modèle d'affaire publicitaire causera la fermeture de journaux locaux?

Le numérique et le changement de culture organisationnelle créent beaucoup d'incertitude dans plusieurs médias. Toutefois, cette « rupture » entre tradition et innovation doit être adoptée par les médias membres de l'AMECQ pour assurer leur survie.

À l'AMECQ, nous croyons en la capacité des médias communautaires à innover et à s'adapter aux changements. Même si vos lecteurs ont les mêmes habitudes de consommation de l'information depuis toujours, même si vous croyez que le changement apporté par le numérique ne s'adresse pas à eux, il est important que vous ayez une vision pour l'avenir de votre média.



Sources

- <https://amecq.ca/amecqdot/survivre-a-la-destruction-creatrice-des-medias/>
- Cours de Fabian Moreno au HEC, « Gestion de l'innovation et de la créativité », session automne 2021
- <https://journals.openedition.org/rfsic/1097>
- <https://www.lapresse.ca/affaires/techno/2021-10-26/les-nouvelles-revelations-deferlent-sur-facebook.php>
- <https://medium.com/@JaimeRLevy/without-value-innovation-we-are-making-digital-garbage-eedb0df35c3f>
- <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/innovate>
- <https://www.sastre-asociados.com/10-things-that-are-not-innovation/>
- <https://www.washingtonpost.com/technology/2021/10/22/facebook-new-whistleblower-complaint/>