

VENDREDI 4 MAI 2012

LE DEVOIR.com

Libre de penser

[Accueil](#) > [Société](#) > [Médias](#) > **C'est triste à Voir - Hour et deux hebdomadaires culturels ferment**

C'est triste à Voir - Hour et deux hebdomadaires culturels ferment

Stéphane Baillargeon 4 mai 2012 Médias

Sale temps pour les médias gratuits. Avant-hier, le géant Rogers euthanasiait sept de ses sites de nouvelles, dont Branchez-vous !, un lot payé 25 millions de dollars il y a à peine deux ans. Hier, c'était au tour de Communications Voir de sabrer ses médias. L'arrêt de mort est prononcé pour le journal anglophone montréalais Hour Community et pour deux éditions régionales de l'hebdomadaire Voir (au Saguenay et en Mauricie).

Les publications cessent immédiatement. Les employés permanents des publications sont congédiés (un par hebdomadaire) de même que des dizaines de pigistes et chroniqueurs.

La direction lie le sabotage aux pertes de revenus publicitaires. Toutes les publications socioculturelles du groupe sont gratuites et se financent uniquement par la pub, le plus vieux du lot, Voir/Montréal, depuis 25 ans.

« Il ne s'agit nullement d'un désintérêt de la part des lecteurs ; en fait, le lectorat est là et même à la hausse si l'on se fie aux récents résultats des études PMB, dit le communiqué diffusé hier. C'est tout simplement le marché, les annonceurs, qui n'ont pas la capacité de supporter un journal gratuit dont l'unique source de revenus repose sur ses ventes publicitaires. » Il a été impossible d'obtenir une entrevue avec la direction du groupe indépendant, non associé à un conglomérat.

Le responsable de l'édition Saguenay - Alma croit que le transfert croissant de publicité vers les médias sociaux a joué un rôle dans l'effondrement de son hebdomadaire. « L'avènement des nouvelles plateformes commence à gruger une part importante des clients en publicité, dit Joël Martel en entrevue au Devoir. Quelque chose se passe en ce moment. En plus, en région comme ici, on fait face à un attachement profond des annonceurs pour les vieux médias établis depuis des décennies. »

Comme M. Martel, son collègue Kevin Laforest, responsable du Hour, part sans aucune rancune et se dit déçu de perdre un travail qu'il appréciait beaucoup. « En même temps, je comprends la situation pénible pour certains médias, dit-il. Quand je suis arrivé au Hour il y a un an, c'était clairement avec une espèce de mission pour sauver une entreprise déjà en difficulté à cause de la situation économique. On a tout tenté avec nos moyens réduits et beaucoup de passion. Ça n'a pas redémarré : moins il y a de pub, moins on fait de pages ; moins on fait de pages, moins il y a de pub. Dommage ! On dirait que ce n'est pas possible de faire survivre un autre hebdo anglo gratuit avec le Mirror à Montréal. »

Sur Internet

La déclaration officielle promet que les portails des publications seront maintenus en activité. Reste à savoir avec quels journalistes ils seront alimentés.

« À moins que quelque chose ne m'échappe, je crois que c'est une figure de rhétorique, commente M. Martel. Moi, par exemple, je peux bien me partir un site Internet, ne pas l'alimenter pendant quatre ans et répéter qu'il existe. On se comprend, mais je tiens aussi à dire que Communications Voir a tout donné pour maintenir ses journaux et, honnêtement, je crois que l'entreprise agit avec la meilleure foi possible. »

Comme son collègue de Montréal, Joël Martel trouve la fermeture d'autant plus dommage que son média rayonnait dans un créneau et un milieu bien particulier, « avec 95 % de contenu original », précise-t-il. « On avait pris soin de choisir des rédacteurs qui connaissent très bien leurs secteurs. Cette disparition va créer un énorme vide culturel. »

fermeture, journal, voir

Haut de la page

Recommander

Tweeter { 0

0