

ALLIÉS POUR LE DÉVELOPPEMENT ET LE MIEUX-ÊTRE DES COLLECTIVITÉS

Expérience innovante de partenariat entre l'économie sociale et le monde municipal

Mise en ondes en 2007, la radio communautaire CKBN est une coopérative de solidarité dotant les citoyens et les organisations des municipalités régionales de comté (MRC) de Bécancour et de Nicolet-Yamaska de leur propre outil de communication. En offrant une programmation et des services de qualité, elle vise à favoriser le développement économique, social et culturel et à renforcer le sentiment d'appartenance de la population envers sa communauté.

CENTRE-DU-QUÉBEC

Station de radio CKBN

Coopérative de solidarité radio communautaire
Nicolet-Yamaska/Bécancour

Partenaires municipaux :

**MRC de Bécancour
et MRC Nicolet-Yamaska**

Autres partenaires : CLD de Bécancour et Nicolet-Yamaska,
Conseil de bande des Abénakis de Wôlinak,
Conseil de bande des Abénakis d'Odanak

Personne-ressource : Raymond Noël,
directeur général de CKBN

www.ckbn.ca

Une communauté sans média parlé est dans l'ignorance de ses ressemblances et de ses différences; elle est orpheline de ses courants de pensée, de ses valeurs, de ses sentiments, de sa culture, de son âme profonde.

Raymond Noël, directeur général de CKBN

Historique

Plusieurs leaders du milieu (dont des représentants du Centre local de développement (CLD) et de la MRC Nicolet-Yamaska, l'évêque du diocèse, des organismes communautaires et des citoyens) constataient qu'une part importante de la population ne pouvait pas identifier leur MRC de résidence et que les communautés se connaissaient peu entre elles. À l'exception du journal hebdomadaire, les citoyens des MRC ne disposaient pas de moyen de diffusion. En réponse à ce besoin, ces leaders ont mis sur pied un comité, à l'automne 1993, pour discuter du projet d'une radio FM communautaire.

En 2000, ce comité a formé un conseil d'administration intérimaire pour travailler à la constitution légale de l'organisme. Le choix du statut de radio communautaire plutôt que commerciale s'est imposé puisque cette formule permettait de constituer un outil de développement collectif pour le milieu. Elle facilitait aussi l'obtention d'une licence auprès du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC).

Par la suite, un sondage mené auprès des commerces de détail, des organismes publics et sociocommunautaires ainsi qu'auprès des citoyens du territoire a confirmé le besoin réel d'une station de radio locale. La mise en place de CKBN 93,9 FM est donc le résultat du travail acharné et de l'appui de nombreuses personnes et organisations.

Type d'entente et de partenariat

Ce projet a permis de rallier les territoires des MRC Bécancour et Nicolet-Yamaska qui, jusqu'à 2013, y octroyaient chacune 30 000 \$ annuellement (le financement de la MRC de Nicolet-Yamaska inclut un apport de son CLD). Dès 2014, cet engagement financier ira en diminuant car la radio a atteint un seuil de rentabilité.

Par ailleurs, les CLD de Bécancour et Nicolet-Yamaska disposent chacun d'un poste d'observateur au conseil d'administration. Ces délégués accompagnent également les porteurs du projet dans les prises de décision liées à la gestion et les soutiennent.

La radio est située sur le territoire du Conseil de bande des Abénakis de Wôlinak, qui lui offre un local à prix abordable. Le Conseil de bande des Abénakis d'Odanak contribue aussi au financement des activités de la station radio.

En échange de ces appuis financiers, CKBN offre du temps d'antenne sous forme de chronique ou de publicité. Ainsi, les deux préfets et plusieurs organisations du milieu disposent d'une chronique hebdomadaire et les deux conseils de bande peuvent promouvoir leur territoire.

Le conseil d'administration de CKBN est composé de représentants des secteurs municipal, scolaire et communautaire ainsi que des utilisateurs. En tant que coopérative, la radio a récolté de nombreuses parts sociales variant entre 20 \$ et 5000 \$ selon la catégorie de membre, ce qui témoigne d'un fort appui du milieu.

Impacts et retombées

La présence d'une station de radio communautaire permet de promouvoir de façon efficiente les services et les produits des organismes et commerces de la région, autrefois relativement méconnus. Cette nouvelle vitrine encourage l'achat local et prévient l'évasion commerciale, c'est-à-dire l'achat dans les centres urbains hors du territoire. La station participe aussi à faire connaître les entreprises d'économie sociale et leurs activités, par la diffusion de différentes capsules publicitaires et d'un babillard communautaire.

CKBN est devenu un outil privilégié d'information pour les MRC qui éprouvaient des difficultés à joindre leurs propres élus et citoyens. Grâce à la chronique hebdomadaire, les préfets disposent d'une tribune pour faire connaître l'actualité locale des différentes municipalités.

La population bénéficie d'un outil d'information, d'échange, d'expression et de divertissement dans lequel elle se reconnaît. Son sentiment d'appartenance envers sa communauté s'en trouve renforcé. Les citoyens se sont approprié cet outil d'information en l'écoutant de plus en plus longtemps et fréquemment. La radio contribue ainsi au développement du territoire aux plans économique, social et culturel.

Aperçu des retombées

» Économiques :

- Augmentation du nombre d'employés de 5 à 13 au cours de l'année 2013
- Chiffre d'affaires doublé en deux ans (230 000 \$ en 2011 et 460 000 \$ en 2013)

» Environnementales :

- Participation à la promotion de circuits courts de commercialisation, contribuant ainsi à faire connaître la disponibilité à proximité de certains produits ou services locaux auprès des gens du territoire

» Culturelles :

- Diffusion de musiques d'ici et de créneaux plus spécialisés (jazz, instrumental, country, etc.)
- Tribune pour plusieurs organismes culturels désireux d'annoncer leurs activités

» Sociales :

- Implication bénévole de plusieurs membres de la communauté, ce qui contribue à renforcer le sentiment d'appartenance

Défis rencontrés et à venir

Le conseil d'administration de la radio a dû investir beaucoup d'efforts pour trouver le financement nécessaire à son démarrage. Plusieurs défis techniques

ont également dû être surmontés, comme l'obtention d'une licence de radiodiffusion du CRTC et l'installation d'une nouvelle tour de télécommunication (un avion a percuté la précédente). Dans ce cas, il a fallu trouver de nombreuses solutions et innover pour repérer un nouvel emplacement, effectuer une nouvelle étude d'impact et déposer ensuite un nouveau dossier au CRTC.

Bien que CKBN se positionne au deuxième rang des auditoires des deux MRC, la station souhaite poursuivre sa croissance et trouver un équilibre entre sa mission de service à la communauté et ses objectifs commerciaux. Ayant atteint récemment un seuil de rentabilité financière, elle doit continuer à générer des revenus autonomes par la publicité et par des activités d'autofinancement. Pour ce faire, elle mise sur le soutien de la communauté et sur l'amélioration continue de son contenu.

Apprentissages tirés de cette expérience

Le soutien de la communauté et des organismes locaux de développement est une condition indispensable au succès d'un projet. Dans celui-ci, la volonté politique était présente, car les élus étaient conscients que la radio favoriserait le développement du milieu et deviendrait une référence en matière d'information locale et régionale.

Les porteurs du projet ont employé plusieurs stratégies pour bâtir la crédibilité de CKBN. On évite notamment de placer la radio communautaire en compétition avec les radios commerciales. On tente plutôt de s'en différencier et de la compléter en privilégiant l'information locale et certains créneaux musicaux. Des animateurs-vedettes ont été engagés pour attirer un plus large auditoire, même si cela représentait un investissement financier supplémentaire. Les activités d'autofinancement, comme la diffusion hebdomadaire du bingo, permettent de fidéliser l'auditoire tout en récoltant des fonds. Enfin, les sondages BBM¹ sont incontournables pour mesurer l'avancement de l'écoute au fil des mois et appuyer ainsi la vente publicitaire.

Ce projet a nécessité une large mobilisation de même qu'une grande dose de patience, d'appui et de conviction puisque son démarrage a été beaucoup plus long et ardu que prévu. On a malgré tout compris qu'il faut persévérer pour faire éclore un projet qui réponde au besoin de la population de s'entendre et de s'écouter. ■

¹ Sondages BBM est un organisme sans but lucratif, tripartite, régi par ses membres et qui est en exploitation depuis 1944.

Bon nombre de projets structurants qui favorisent le développement économique et le mieux-être des populations sont le fruit d'alliances entre des municipalités et des acteurs de l'économie sociale. Les domaines investis sont variés (gestion des matières résiduelles, récréotourisme, développement culturel, infrastructures collectives, etc.), mais dans tous les cas, on mise sur le potentiel des communautés pour trouver une réponse novatrice aux besoins recensés.

Cette série de fiches présente des expériences innovantes de partenariats entre des entreprises d'économie sociale et des administrations municipales. Destinées à inspirer les décideurs du monde municipal et les réseaux d'économie sociale dans le déploiement de nouvelles façons de faire en matière de services aux collectivités, elles constituent les premiers éléments d'une recension qui pourrait s'élargir. Le contenu de ces fiches pourrait aussi éventuellement être réinvesti dans le cadre de différentes activités de diffusion et de transfert.

Le bref recueil de pratiques qu'elles composent est donc un outil appelé à évoluer au fil du temps, dans sa forme, dans son contenu et dans sa finalité.

Une analyse synthèse a également été produite et présente, entre autres, des ingrédients de réussite, tirés des apprentissages réalisés à travers les douze cas étudiés. Cette synthèse est notamment disponible sur le site Internet du TIESS.

La publication de cette fiche s'inscrit dans les suites du Forum Économie sociale et municipalités, tenu à Longueuil le 29 avril 2014 et organisé conjointement par le TIESS et le Chantier de l'économie sociale, en collaboration avec le Pôle de l'économie sociale de l'agglomération de Longueuil.



www.tiess.ca
info@tiess.ca