

**L'économie sociale
et
Le Ministère de la Culture et des Communications**

**Quelques éléments de définition
et
de problématique**

**par
le Chantier de l'économie sociale**

Juin 2002

Table des matières

Table des matières.....	1
1. L'entreprise d'économie sociale	2
2. L'entreprise d'économie sociale dans le secteur culturel	3
3. L'entreprise d'économie sociale dans le secteur des médias communautaires et dans le secteur des technologies de l'information et de la communication.....	4
4. Les principales problématiques	6
4.1. Dans le secteur culturel.....	6
4.1.1. La non-reconnaissance.....	6
4.1.2. Le sous-financement.....	6
4.1.3. Précarité des emplois.....	6
4.1.4. Le réseautage	7
4.2. Dans le secteur des médias communautaires	7
4.2.1. L'application du décret gouvernemental qui concerne le 4% de placement publicitaire.....	7
4.2.2. Le financement inhérent à la recherche et au développement (capitalisation).....	7
4.2.3. L'implantation des infrastructures technologiques adaptées aux nouvelles réalités	8
4.2.4. Des programmes de soutien au développement de la main-d'œuvre	8
4.3. Dans le secteur des TIC.....	8
5. Pistes d'action	9

1. L'entreprise d'économie sociale

Pour définir l'entreprise d'économie sociale reprenons le projet de définition mis de l'avant dans le cadre du positionnement gouvernemental eu égard aux entreprises d'économie sociale :

L'entreprise d'économie sociale est issue d'initiatives du milieu. Située dans le secteur marchand et revêtant un caractère entrepreneurial qui s'articule autour d'une finalité sociale, une telle entreprise présente les caractéristiques suivantes :

Sa finalité première est de produire des biens et des services répondant à des besoins économiques et sociaux, individuels ou collectifs;

Centrée sur la personne, ses principes et ses règles de fonctionnement reposent sur :

- *un cadre réglementaire qui assure un processus de gestion démocratique,;*
- *des activités favorisant chez les membres ou les clients la participation et la prise en charge individuelle et collective;*
- *la primauté de la personne et du travail sur le capital, notamment dans la répartition des surplus et des revenus ;*
- *une propriété collective des capitaux et des moyens de production.*

Sa contribution se mesure à l'aune de son incidence sur le développement local et des collectivités, notamment par la création d'emplois durables, le développement de l'offre de nouveaux services, l'amélioration de la qualité de vie, etc.;

Elle est soit une entreprise privée autonome dotée du statut d'OBNL ou de coopérative, soit un projet autonome porté par les autres composantes de l'économie sociale que sont les organismes communautaires et les entreprises d'insertion. Dans les deux cas, ils sont gérés selon une philosophie entrepreneuriale .

Sa viabilité économique repose principalement sur les revenus autonomes qu'elle tire de ses activités marchandes auprès de consommateurs privés ou publics. Une intervention de l'État, ponctuelle ou récurrente, peut être nécessaire puisque ces entreprises, bien qu'actives dans le secteur marchand de l'économie, interviennent dans des activités économiquement moins rentables ou caractérisées par un marché restreint ou insuffisant.

2. L'entreprise d'économie sociale dans le secteur culturel

Au-delà des critères mentionnés plus haut, les entreprises culturelles en économie sociale s'inscrivent résolument dans le mouvement de démocratie culturelle; "formulée simplement, la démocratie culturelle est le fait d'une société organisée de façon à susciter le maximum de créativité pour tous et toutes, ainsi qu'à promouvoir la consommation la plus intelligente et la plus accessible"¹.

La démocratie culturelle privilégie "une plus large participation à la vie culturelle, non seulement dans la fréquentation des œuvres, mais dans la production de la culture, dans l'engagement au sein d'associations volontaires et dans la prise en charge des pouvoirs culturels"². Dans sa réalisation, la démocratie culturelle appelle nécessairement à une participation plus active des citoyens et à une répartition plus équitable du pouvoir et des ressources entre les autorités publiques, les artistes et les citoyens.

Comme le souligne Lise Santerre, le modèle de la démocratie culturelle "reconnaît la portée sociale de la culture, qui peut contribuer à la revitalisation du lien social, au renforcement de l'identité culturelle, à l'intégration de groupes minoritaires ou des exclus... elle (la démocratie culturelle) privilégie la participation active à la vie culturelle, notamment via les pratiques en amateur"³. Les entreprises d'économie sociale en culture ont adopté manifestement la voie de la démocratie culturelle en favorisant l'expression d'une véritable citoyenneté par une plus grande prise en charge des communautés locales de leur vie culturelle et surtout une meilleure intégration à la vie en société.

Pour les entreprises d'économie sociale, le choix de la démocratie culturelle ne doit pas être mis en opposition aux actions gouvernementales pour la démocratisation, mais il doit être vu comme une tentative de pousser plus avant la démocratisation culturelle. Par ailleurs, bien que plusieurs organismes voués exclusivement à l'action artistique aient également des revendications en termes de reconnaissance et de financement, ils ne seraient pas associés à la présente démarche.

¹ Bellefleur, Michel. *Loisir et démocratie culturelle*, Communication présentée à l'ACFAS, mai 1999

² Santerre Lise et Gilles Bellavance., texte de présentation de la session *Démocratisation de la culture ou démocratie culturelle, deux paradigmes de l'action culturelle publique*, 67^e Congrès de l'ACFAS, mai 1999.

Au-delà de la forme de propriété OBNL ou coopérative qui les caractérise, les entreprises d'économie sociale se définissent par un ancrage territorial ou sectoriel déterminé entre autres par l'appel à une participation bénévole importante, l'appui d'instances locales, un public cible local ou régional, des réseaux de diffusion et de communication qui ont aussi des ramifications locales, régionales ou nationales. Notons aussi que des entreprises se sont donné des mandats nationaux pour répondre à des problématiques sectorielles

Ces entreprises ont des revenus autogérés via la vente de biens et services, des dons et commandites. Elles jouent aussi un rôle important aussi sur le plan de l'embauche.

L'étude réalisée par l'entreprise Pythagore pour le Comité sectoriel de main-d'œuvre économie sociale et action communautaire⁴ conclue que les entreprises collectives du secteur culturel reflètent les valeurs de l'économie sociale soit celles :de contribuer au développement social et économique de leur territoire et de contribuer à une forme alternative de vie économique en entreprenant autrement⁵.

3. L'entreprise d'économie sociale dans le secteur des médias communautaires et dans le secteur des technologies de l'information et de la communication

Avec des connotations particulières, les entreprises collectives des secteurs des médias communautaires et des technologies de l'information et de la communication (TIC) véhiculent les mêmes valeurs et objectifs propres à l'ensemble des entreprises d'économie sociale. Là aussi l'accent est mis sur la démocratisation, l'accessibilité, la prise en charge, le développement local et régional. Relevant d'une définition large de la culture, ces entreprises participent pleinement aux efforts pour contrer l'homogénéisation culturelle un des effets négatifs de la mondialisation.

³ Op.cit. p.10.

⁴ Marie-Jeanne Disant et Joël Le Bossé. *Portrait des organismes culturels de 6 régions du Québec*, Québec, Chaudières-Appalaches, Bas-St-Laurent, Mauricie, Abitibi-Témiscamingue, Laurentides, Québec, novembre 2001, 58 p.

⁵ *ibid.* p.55

En tant qu'entreprises d'économie sociale et communautaire, les médias communautaires autonomes permettent une grande visibilité et contribuent à l'essor économique, culturel et social de chacune des régions du Québec. Par leur accessibilité et leur intérêt à la communauté qu'elles desservent, ces instruments d'information intensifient le lien d'appartenance et le sentiment de fierté des citoyens.

Les médias communautaires offrent un service d'information extrêmement précieux et apprécié des populations qu'ils desservent. Présents dans toutes les régions, tant en milieu rural qu'urbain, ces médias ne couvrent cependant pas toutes les localités. De tailles diverses et dans des formats différents (radios, télé, journaux et magazines), ces médias jouent un rôle d'information locale ou spécialisée fort important dans un contexte de régionalisation et de pouvoirs plus grands assumés par les communautés. Généralement bien structurés, ces médias communautaires sont néanmoins fragilisés par les nombreuses mutations qui affectent le milieu de l'information : nouvelles technologies, automatisation, internet, concentration des grandes entreprises de presse, saturation de certains marchés publicitaires, etc.

Dans ce contexte, ces entreprises d'économie sociale sont confrontées à des défis multiples : élargissement de leurs champs d'activités, accroissement de la diffusion de leur production et professionnalisation de leurs services pour mieux répondre aux besoins de leur milieu.

Pour leur part, les entreprises des TIC participent aussi au mouvement de démocratisation propre aux entreprises d'économie sociale en tant que ressource technique pour permettre l'intégration et l'utilisation des TIC par le mouvement associatif et d'économie sociale. D'autres agissent plus particulièrement au niveau local comme centre d'accès communautaire à Internet ou, de façon sectorielle en travaillant avec des groupes ciblés. D'autres encore interviennent au niveau régional, en offrant, par exemple, des services de fournisseur d'accès à Internet.

Les TIC sont et seront, au cours des prochaines années, un secteur en plein développement. Cette croissance ne devrait pas être limitée au seul commerce électronique généré par l'entreprise privée. L'économie sociale y a toute sa place. Ne pas appuyer ce secteur qui favorisera l'intégration effective des TIC dans notre société résulterait en une « fracture numérique », en un fossé de plus en plus profond entre les inforiches et les infopauvres, en un écart accru entre les milieux ruraux et urbains. Les TIC deviendraient ainsi, non pas un facteur de développement, mais un facteur supplémentaire d'exclusion.

4. Les principales problématiques

4.1. Dans le secteur culturel

4.1.1. La non-reconnaissance

Plusieurs groupes ont de la difficulté à faire comprendre leur mission et leurs actions par les intervenants locaux politiques et économiques. Il s'agit à la fois d'un problème de communication et de perception face aux normes et standards déjà établis. Ces groupes transgressent régulièrement leur mandat afin de réussir à s'intégrer dans les normes des programmes existants. C'est la reconnaissance de ces entreprises comme de véritables entreprises d'économie sociale qui permettra d'en assurer le développement.

4.1.2. Le sous-financement

Malgré les politiques de soutien mises de l'avant par l'État, les gestionnaires de ces nouveaux leviers économiques perçoivent souvent avec difficulté les impacts structurants et les retombées de la culture et des arts sur une économie locale et du point de vue de la consolidation du lien social. On exige de la part des groupes qu'ils démontrent leur rentabilité financière alors que ceux-ci œuvrent avant tout dans une vision de développement dont le premier capital demeure l'individu dans une perspective d'acquisition de connaissances et d'enracinement dans son milieu.

Par ailleurs, les entreprises traditionnelles de la culture, les institutions culturelles et, à plus forte raison, l'industrie culturelle, voient souvent dans ces nouvelles entreprises des concurrents avec lesquels ils devraient partager les déjà maigres subsides de l'État. Il n'est donc pas surprenant qu'ils voient dans l'arrivée de nouveaux joueurs une menace réelle à leur équilibre. Les institutions culturelles tenant le discours convenu de la consolidation, contre le «saupoudrage», excluent de leur rang les nouveaux joueurs. Notre position n'est pas d'encourager le saupoudrage mais de permettre à tous les intervenants du monde culturel de jouer leur rôle.

4.1.3. Précarité des emplois

Privées de programme du ministère de la Culture et des Communications, ces entreprises se tournent vers le Fonds de lutte à la pauvreté, les Fonds d'initiatives locales, les CLD et Emploi-

Québec. Plusieurs emplois sont ainsi créés par le biais de programmes ou de subventions salariales. Généralement, ces emplois arrivent à terme au moment où les connaissances acquises pourraient véritablement être mises au profit à la fois des organismes et des personnes embauchées.

4.1.4. Le réseautage

Plusieurs responsables d'organismes rencontrés manifestent le besoin d'un soutien à la gestion et au développement organisationnel. Il faut aussi combler les besoins d'informations des organismes et palier à leur manque de réseautage. La naissance d'un réseau provincial d'organismes qui ont une intervention essentiellement locale ou régionale mis de l'avant par FDM est un début de solution qu'il faut mener à terme. . La reconnaissance et le support au réseau associatif des organismes nationaux de loisir culturel et scientifique dans la perspective de valorisation des potentialités en économie sociale favoriseraient le développement de l'offre d'activité, de produits et services au bénéfice de l'ensemble des citoyennes et des citoyens et contribueraient à la création d'emplois partout au Québec.

4.2. Dans le secteur des médias communautaires

4.2.1. L'application du décret gouvernemental qui concerne le 4% de placement publicitaire

L'approche incitative privilégiée par le gouvernement en 1995 visait à pouvoir rendre rapidement opérationnelle l'intention politique de consacrer une plus grande part des budgets de publicité gouvernementale aux médias communautaires (cf. mémoire présentée au Conseil des ministres le 14 février 1995 par la ministre déléguée à l'Administration et à la Fonction publique). Cet objectif a effectivement été atteint; la croissance a été rapide. Mais du fait de son caractère essentiellement incitatif, l'objectif de 4 % n'est pas atteint. On stagne plutôt autour de 2,5 %. L'heure est venue de mettre en œuvre de nouveaux mécanismes afin d'obtenir les résultats espérés

4.2.2. Le financement inhérent à la recherche et au développement (capitalisation)

Dans les médias communautaires, la facturation de produits et services représente environ 33% des revenus annuels. Ces revenus ont connu une croissance régulière pendant plusieurs

années. Le développement des revenus dans les médias communautaires est cependant limité par des contraintes de saturation de certains marchés publicitaires, de réglementation ou encore par le peu de ressources dont elles disposent en recherche et développement.

Les médias communautaires se doivent donc d'explorer de nouvelles avenues de financement, de chercher de nouvelles opportunités et d'en évaluer le potentiel économique. Au cours des ans, plusieurs médias ont eu accès à du financement ponctuel pour faire des études de marché. Dans certains cas, ils se sont regroupés pour faire des études. Quoi que cela réponde à certains besoins, nous croyons que c'est insuffisant pour insuffler au secteur le vent de nouveauté dont il a besoin.

4.2.3. L'implantation des infrastructures technologiques adaptées aux nouvelles réalités

Pour l'ensemble des médias communautaires comme pour l'ensemble de l'industrie médiatique la survie passe par le renouvellement des infrastructures technologiques. Pensons au mode de diffusion "analogique" à "numérique" pour les télévisions communautaires, à la programmation assistée par ordinateur ou l'augmentation de puissance de diffusion pour les radios, ou encore la mise à niveau des outils de production des médias écrits; les défis sont immenses.

4.2.4. Des programmes de soutien au développement de la main-d'œuvre

Le Comité sectoriel de main-d'œuvre de l'économie sociale et de l'action communautaire est en train de réaliser, en concertation avec les trois réseaux de médias communautaires, un diagnostic du secteur dressant un portrait des ressources humaines de ces entreprises et de leurs besoins de formation. Lié au double défi qui les confronte - élargissement des activités et professionnalisation des services dans un contexte d'intégration des nouvelles technologies de l'information - l'examen de ce diagnostic sectoriel devrait nous indiquer des pistes de développement intéressantes et les conditions de réussites requises tant aux niveaux de formations diversifiées, adaptées et spécialisées de la main-d'œuvre que de développement de nouveaux emplois.

4.3. Dans le secteur des TIC

Voici les priorités qui ont été identifiées pour ce secteur :

- Soutenir le développement de l'expertise par la recherche, la diffusion des expériences novatrices, le développement de contenus communautaires francophones.
- Disposer de ressources pour favoriser l'accès et l'initiation de la population à Internet.
- Développer l'infrastructure et des solutions techniques innovatrices afin de réduire les coûts.
- Mettre en place des ressources en formation pour assurer une participation pleine et entière de toutes et tous à cette société dite du savoir.

5. Pistes d'action

Il est essentiel que le MCC intègre dans son champ d'intervention l'ensemble des entreprises d'économie sociale qui jouent un rôle dans les secteurs de la culture, des médias communautaires et des TIC. Pour ce faire, il est essentiel que le Chantier de l'économie sociale et ses composantes s'entendent avec le MCC sur une définition large et inclusive des entreprises d'économie sociale.

Nous proposons la création d'un groupe de travail qui s'attardera dans un premier temps à cerner cette définition et à identifier des pistes de solutions aux problématiques existantes dans les trois secteurs (culture, médias communautaires et TIC). Il y aura lieu par la suite d'évaluer la pertinence de mettre en place un lieu d'échanges permanent.

Après cette première rencontre pour statuer sur la définition, chaque secteur sera invité à déposer au groupe de travail, d'ici le début juillet, ces demandes financières. Une réaction du MCC serait attendue pour la fin du mois d'août, avec comme objectif la conclusion d'entente pour septembre 2002.