

COOPMEDIAS

La coopérative citoyenne des alternatives médiatiques libres et indépendantes

“La liberté d’opinion est une farce si l’information sur les faits n’est pas garantie et si ce ne sont pas les faits eux-mêmes qui font l’objet du débat.”

Hannah Arendt

<u>Résumé</u>	<u>2</u>
<u>1. Pourquoi lancer une coopérative de soutien aux médias libres et indépendants ?</u>	<u>2</u>
<u>Un paysage médiatique “conventionnel” en crise, mettant en péril l’équilibre démocratique.</u>	<u>2</u>
<u>Une indépendance menacée par l’influence des intérêts privés et politiques</u>	<u>2</u>
<u>Une liberté et un pluralisme défiés par les institutions</u>	<u>3</u>
<u>Des alternatives porteuses à consolider</u>	<u>4</u>
<u>Une offre de médias libres et indépendants dynamique mais fragile</u>	<u>4</u>
<u>Un modèle coopératif citoyen qui a porté ses fruits</u>	<u>5</u>
<u>2. Coopmédias. se structurer pour se renforcer</u>	<u>6</u>
<u>Projet, principes et valeurs</u>	<u>6</u>
<u>Pourquoi une SCIC ?</u>	<u>6</u>
<u>Missions</u>	<u>7</u>
<u>Les parties prenantes</u>	<u>8</u>
<u>Le modèle économique</u>	<u>8</u>

Résumé

Le projet CoopmédiAs consiste en **la création d'une société anonyme sous forme de coopérative (SCIC), rassemblant citoyens, médias, associations et coopératives souhaitant œuvrer pour le soutien, la diffusion massive et la défense des alternatives médiatiques libres et indépendantes**. La coopérative agira principalement sur 4 leviers :

- **Le financement**, via divers mécanismes d'aides et soutiens (subventions, avances remboursables, prise de participation, levées de fonds...);
- **Le soutien**, via du partage d'expérience, du conseil aux médias (lancement, innovation éditoriale, nouveau support ...), de la mutualisation de moyens et outils;
- **La diffusion / commercialisation**, via des actions de communication, un portail web agrégateur d'articles permettant la commercialisation d'abonnement et de formule de paiement au clic, la vente d'une compilation d'articles au format papier distribuée via des réseaux traditionnels et alternatifs (dépôt-vente ...);
- **La défense**, via de la communication et un plaidoyer auprès des instances politiques et institutionnelles comme du grand public, en faveur du pluralisme, de l'indépendance éditoriale et de la pérennité financière de l'ensemble des médias.

1. Pourquoi lancer une coopérative de soutien aux médias libres et indépendants ?

Un paysage médiatique "conventionnel" en crise, mettant en péril l'équilibre démocratique.

Le citoyen doit avoir accès à une diversité de regards sur la société pour exercer ses droits démocratiques, à partir de points de vue idéologiques variés, de débats d'idées éclairés, d'informations fiables et vérifiées... Or, aujourd'hui, certains médias dominants jouent de moins en moins ce rôle indispensable de contrepouvoir, privilégiant, par intérêt financier ou politique, la polémique et la polarisation des débats ainsi que la banalisation idéologique de la violence et l'intolérance.

Une indépendance menacée par l'influence des intérêts privés et politiques

Aujourd'hui en France, **9 milliardaires possèdent plus de 80% des médias et ce chiffre monte à 91,4%**¹ si l'on compte uniquement les quotidiens nationaux généralistes. Outre l'investissement, le plus souvent à perte, des actionnaires, la plupart des grands médias traditionnels sont également en grande partie financés par la publicité, avec une part allant d'1/3 à presque 100% des recettes, notamment pour les médias en ligne.

Ces influences financières diverses ont d'importantes conséquences, particulièrement en termes de pluralisme des idées et d'indépendance éditoriale. Les propriétaires et annonceurs (souvent liés ou issus des mêmes groupes) ne se privent pas pour régulièrement faire pression sur les rédactions en fonction d'intérêts commerciaux ou politiques : déprogrammation d'enquête, surexposition d'idéologie politique, biais, désinformation...

¹ Politis, N°1684-1685-1686, 15 décembre 2021

Ainsi, les français jugent que les médias sont soumis aux partis et au pouvoir politique, ce qui entraîne une **perte de confiance généralisée dans l'indépendance des rédactions**. En novembre 2023, 57% des personnes interrogées ne font pas confiance aux médias, considérant qu'ils ne restent pas aux pressions financières (55%) et ne sont pas indépendants face aux parties et pouvoir politique (59%)². Un tiers des personnes se détournent ainsi des médias "traditionnels" pour privilégier les réseaux sociaux, paradoxalement plus dépendants des revenus publicitaires et des GAFAM.

Une liberté et un pluralisme défiés par les institutions

Le modèle de financement public des médias, dont les objectifs sont pourtant de soutenir : *"le développement de la diffusion, la défense du pluralisme, la modernisation et la diversification du paysage médiatique"*, ne permet plus aujourd'hui de garantir l'existence d'un contre-pouvoir indispensable à l'équilibre démocratique. Ces aides sont pour la majeure partie concentrées sur quelques titres papiers historiques, principalement contrôlés par une poignée d'industriels. Comme le regrette régulièrement la Cour des comptes³, elles ne sont ni transparentes, ni évaluées, ni soumises à objectifs, ce qui favorise selon le syndicat pour la presse libre un système de *"rente sans contrepartie"*⁴. Ainsi, Bernard Arnault a touché 14 millions d'euros d'aides publiques en 2022 pour seulement deux de ces journaux : Les Echos et Aujourd'hui/Le Parisien. Par ailleurs, malgré l'évolution du modèle d'abonnement payant en ligne par rapport au papier (x10 entre 2008 et 2021 contre une diminution de moitié), les aides publiques restent majoritairement concentrées sur les titres papiers traditionnels au détriment de nouveaux médias avec des lignes éditoriales proposant des angles innovants et des visions critiques du discours hégémonique.

Cette uniformisation du contenu éditorial joue sur l'intérêt des Français à l'égard de la presse. Parmi les premières préoccupations citées par les participants à une grande étude organisée par make.org et une dizaine de médias, figure : *"Privilégier un traitement moins rapide et plus approfondi de l'information"* et donner *"plus de place à l'investigation"*⁵.

D'autres **menaces d'ordre juridique** pèsent également sur le paysage médiatique avec la multiplication de lois et règlements remettant en cause la liberté et l'indépendance de la presse ainsi que le principe du secret des sources : loi Dati sur le secret de sources, loi sur le secret des affaires, loi sur le secret défense. Ces lois sont par ailleurs de plus en plus régulièrement détournées au profit de "procédures bâillonnées" ayant pour objectif de mobiliser les énergies des petits médias à travers des procédures judiciaires longues et coûteuses.

Fort de ces constats, l'association Reporter Sans Frontière a classé la France seulement **26^e dans son classement sur la liberté de la presse**. Elle souligne l'inquiétante concentration et uniformisation des grands médias, les cas d'ingérence politique et de pressions économiques exercées sur les journalistes ainsi que les diverses atteintes aux droits, notamment sur la protection du secret des sources... Ce classement peu flatteur souligne la nécessité urgente de créer un environnement propice à une presse indépendante et diversifiée en France.

² Baromètre Kantar Public, La Croix, 22 novembre 2023

³ Cour des Comptes, RAP 2008 à 2020, PLF 2008 à 2020, DataGouv, ministère de la Culture, Ademe, Sénat, Arcep,

⁴ Syndicat pour la Presse Indépendant d'Information en Ligne, panorama des aides de la presse 2021

⁵ Make.org, consultation médias et citoyens, 2019

Des alternatives porteuses à consolider

La France dispose aujourd'hui d'une offre médiatique libre et indépendante particulièrement riche et variée tant au local qu'au national. Elle fait cependant face à de nombreux défis : difficulté à se financer auprès des institutions traditionnelles (publiques, bancaires ...), barrières financières et techniques à la diffusion, manque de visibilité, de structuration et d'organisation... Une structuration de l'écosystème sous la forme de coopérative telle que proposé dans le projet Coopmédiat pourrait permettre de mieux armer l'écosystème et initier un changement d'échelle afin de challenger en termes de force et de visibilité les médias traditionnels.

Une offre de médias libres et indépendants dynamique mais fragile

Le paysage des médias libres et indépendants en France présente une **diversité croissante de voix alternatives** et rassemble chaque jour une audience toujours plus importante, les français prêts à payer pour une information de qualité étant de plus en plus nombreux, notamment les jeunes (55%).⁶

Des plateformes nationales installées telles que Mediapart, Basta!, Reporterre ou encore l'Age de faire, aux médias locaux comme Marsactu ou Médiacités en passant par des journaux satiriques, des radios locales, les newsletters... Tous **se démarquent par leur engagement dans le journalisme d'investigation, leur indépendance éditoriale, et leur volonté de traiter des sujets souvent négligés par les médias traditionnels**. Ces médias offrent ainsi un contrepoids essentiel en investissant des créneaux et médiums innovants, tout en fournissant une couverture approfondie et critique des enjeux, notamment sociaux, politiques et environnementaux.

La montée en puissance de ces médias indépendants reflète la demande croissante du public pour une information indépendante et de qualité, mais également innovante, particulièrement dans les modes et les formes de consommation. Ainsi, parmi les médias adhérents au Syndicat pour la Presse Indépendant d'Information en Ligne (SPIIL) : 26 % ont adopté un modèle payant ; 19 % un modèle gratuit ; 21 % un modèle mixte ; et 33 % un modèle autre (dons, financement participatifs, prestas : formations etc.).⁷

Cependant, les médias indépendants font face à **divers enjeux qui peuvent affecter leur viabilité et leur capacité à exercer une influence significative**.

- **Financement** : Les médias indépendants dépendent souvent de sources de financement alternatives, telles que les abonnements, les dons ou les financements participatifs. Ils ont moins accès aux ressources liées à la publicité et au financement public. L'équilibre financier peut donc représenter un défi financier constant, complexifiant d'autant leurs accès aux crédits.
- **Ingénierie** : Du fait de la taille limitée des rédactions, ces médias ont moins de moyens et d'opportunité pour intégrer leurs fonctions support et réaliser des économies d'échelle.
- **Visibilité** : Les médias indépendants peuvent avoir du mal à rivaliser avec les grands médias en termes de visibilité. Les algorithmes des plateformes en ligne leur sont moins favorables, la concentration des médias traditionnels dans des empires industriels facilite la saturation de l'espace... Par ailleurs, les modes de distribution traditionnels, notamment papier, représentent des coûts toujours plus conséquents.
- **Pressions politiques** : Les médias indépendants peuvent être confrontés à des pressions et des menaces politiques, y compris la censure ou la diffamation, en

⁶ Baromètre Kantar Public, La Croix, 22 novembre 2023

⁷ Syndicat pour la Presse Indépendant d'Information en Ligne, rapport moral 2022

particulier s'ils s'engagent dans un journalisme d'investigation qui expose des sujets sensibles. Leurs moyens limités les rendent plus fragiles pour lutter face à des procédures bâillons.

- **Crédibilité** : La profusion d'information et de désinformation, particulièrement en ligne, peut être un défi pour les médias indépendants. Ils doivent constamment travailler à établir et à maintenir la confiance du public dans leur intégrité journalistique.

Le secteur accuse également du retard, tant dans son **organisation collective** que dans sa capacité à **mobiliser de nouveaux soutiens**. Cela génère des difficultés pour enclencher un véritable changement d'échelle et de s'imposer durablement comme une alternative dans le paysage médiatique français. Ainsi, le SPIIL existe depuis moins de 10 ans, le Fond pour une Presse Libre (FPL) depuis 4 ans...

Un modèle coopératif citoyen qui a porté ses fruits

Poussés par la nécessité de **développer des alternatives aux modèles traditionnels** afin de garantir leur indépendance financières et éditoriales, de nombreux médias se sont tournés vers des statuts variés : associations, fonds de dotation, coopératives... Ainsi, parmi les 3 177 SCOP et SCIC répertoriés en France début 2018, 32 seraient des entreprises de presse, 6 en SCIC et 26 en SCOP.⁸

Ces **modèles d'actionnariat salarié et citoyen** sont particulièrement adaptés au domaine des médias, leur permettant de lever des fonds, tout en protégeant leur capital et leur indépendance éditoriale. Ils reposent sur un fonctionnement démocratique, où un sociétaire détient une voix en assemblée générale, quelle que soit la part de capital détenue. Le partage des bénéfices et du pouvoir qu'ils induisent inscrit ce statut dans une histoire et une philosophie particulière, faisant écho aux aspirations éthiques de ces types de médias.

Le modèle coopératif a permis l'émergence et le développement de nombreuses **structures souhaitant proposer des alternatives face aux leaders "traditionnels"** de certains secteurs et marchés de masse : Enercoop dans l'énergie, la Nef dans le secteur bancaire, Mobicoop pour le co-voiturage, Windcoop sur le transport maritime de marchandises, Commown dans l'informatique... Grâce à la participation de centaines de milliers de citoyens, ces sociétés ont pu lever plusieurs millions d'euros pour leur lancement et leur développement ; les sociétaires de ces coopératives les soutiennent également en continuant de s'impliquer tout au long de la vie des projets.

L'actualité des rachats par Bolloré de nombreux titres classiques et les dérives qui s'en sont suivies ouvrent aujourd'hui une réelle opportunité pour **promouvoir un outil multiacteur de soutien à la presse libre** en y associant ses principaux contributeurs : les médias et les citoyens.

Fort d'un réseau de plusieurs dizaines de milliers de citoyens engagés activement et financièrement sur des projets d'alternatives, le Collectif pour une Transition Citoyenne **souhaite apporter son réseau et son expertise** pour soutenir les médias libres et indépendants dans une nouvelle structuration sous forme de coopérative d'intérêt collectif.

⁸ Confédération générale des SCOP (CGScop), 2018

2. Coopmédias, se structurer pour se renforcer

Projet, principes et valeurs

Proposer de structurer, dans une logique multi-partenariale, l'écosystème des médias libres et indépendants sous la forme d'une Société Coopérative d'Intérêt Collectif, afin d'associer des centaines de milliers de citoyens au soutien, à la diffusion massive et à la défense des alternatives médiatiques libres et indépendantes

Principe de non concurrence : Coopmédias n'a pas pour objet d'être un nouveau média, d'entrer en concurrence avec ses membres ou d'exacerber la concurrence du secteur. Son objectif est au contraire de renforcer l'existant et développer l'écosystème pour conquérir de nouveaux lecteurs. Chaque décision se fera au regard et en conformité avec ces impératifs (financement, formules d'abonnement, édition du magazine ...).

Principe de non-ingérence : Coopmédias s'engage à ne pas influencer le travail éditorial et journalistique des membres de la coopérative ou des projets financés. De même, la coopérative n'a pas vocation à s'impliquer dans la gouvernance des projets financés en fonds propres, sauf demande expresse dudit média. À ce titre, elle privilégie les participations minoritaires. Des dispositifs seront mis en place pour garantir l'autonomie et l'indépendance des médias associés à l'écosystème Coopmédias (statuts, règlements, chartes, conventionnement ...).

Principe de gouvernance horizontale, partagée et inclusive : Au-delà du statut SCIC, qui garantit en lui-même un certain nombre de principes essentiels au fonctionnement et à l'éthique du projet, Coopmédias a pour vocation de s'inscrire pleinement dans les valeurs de l'économie sociale et solidaire. À ce titre, elle privilégie des modes de gouvernances et des outils participatifs et horizontaux.

Pourquoi une SCIC ?

La société coopérative d'intérêt collectif est un statut qui bénéficie de nombreux avantages pour le projet, tout en s'inscrivant dans la philosophie des médias libres :

- **Possibilité de lever rapidement et massivement de l'épargne citoyenne** via des parts sociales donnant droit à des réductions d'impôts.
- **Gouvernance multi-partenariale, permettant d'associer les diverses parties prenantes de l'écosystème** dans la construction d'un commun : médias, salarié·es, associations, syndicats, éditeur·rices, abonné·es, contributeur·rices, lecteur·rices...
- Promotion d'un système de **gouvernance ouvert, partagé et démocratique** : un sociétaire = une voix en assemblée générale, quelle que soit la part de capital détenue.
- **Protéger et sécuriser le capital** de la société et des parties prenantes : bénéfices plafonnés et réinjectés, capital figé à sa valeur d'acquisition, lucrativité limitée...

Un réseau et une base de donnée qualifiée importante pour démarrer le projet

Fort de son historique de travail sur les coopératives de la transition, le Collectif Transition Citoyenne et le collectif Licoornes, initiateurs du projet, disposent d'une base de données de plus de 600 000 citoyennes et citoyens engagés financièrement dans la transition. Ils animent également un important réseau très implanté dans les territoires (35 000 adhérents, 30 000 bénévoles, 3 millions de bénéficiaires, des milliers de lieux physique : ressourcerie, magasins, tiers lieux) qui constitue un potentiel de relais / distribution pour la coopérative et ses membres.

Missions

Soutenir et promouvoir les alternatives médiatiques libres et indépendantes en permettant au citoyen d'être un acteur central de leur développement et renforcement.

Proposition de définition de médias libres et indépendants :

- Médias opérant en dehors des structures traditionnelles de propriété et de contrôle, revendiquant la transparence, l'indépendance et l'autonomie vis-à-vis des pressions politiques, économiques ou idéologiques.
- Médias d'intérêt public portant des valeurs humanistes de bien commun, d'accès équitable à l'information et la promotion de la diversité des perspectives.

La coopérative sera active sur les axes suivants :

- **Financement** de l'écosystème : lever des fonds "citoyens" via le sociétariat ou l'émission de titres participatifs pour financer sous différentes formes les médias libres et indépendants (subventions, avances remboursables sans garants, prise de participation, aide à la levée de fonds ...)
- **Promotion** de l'écosystème :
 - **Visibiliser : Web portail des médias libres**⁹ : porter/soutenir un portail des médias libres, véritable porte d'entrée des lecteurs vers l'univers des alternatives médiatiques libres et indépendantes, dont le but est de visibiliser et mettre en valeur la diversité et la richesse des médias membres via différents outils : agrégateur d'articles, édito, présentation de l'écosystème, collaboration, campagne de communication...
 - **Commercialiser : Portefeuille ou Formules d'abonnements multimédias** : proposer des formules d'abonnement panachés et des offres de portefeuille avec paiement au clic afin d'initier et de convaincre les lecteurs occasionnels sans risquer de cannibaliser les abonnés. À titre d'exemples, 48% des Français interrogés préféreraient souscrire à un seul abonnement leur donnant accès à de multiples sources d'informations. C'est particulièrement le cas des plus jeunes (18-24 ans) qui sont 57% à préférer cette solution¹⁰.
 - **Diffuser : Magazine "courrier de la presse libre"** : éditer un magazine papier comportant une sélection d'articles issus de la presse libre mis en récit. Le distribuer via les réseaux traditionnels (abonnement et kiosque) ainsi

⁹ À développer sur la base du portail Bastamag!

¹⁰ Baromètre YouGov, STRIP, 2021

qu'à travers des canaux alternatifs tels que dépôt-vente dans les réseaux des sociétaires : tiers-lieux, librairies, cafés associatifs, cinémas, boutiques, commerces ...)

- **Renforcement de l'écosystème** : mutualisation de moyens, d'outils ou de compétences entre plusieurs médias, sur des fonctions supports ; développement d'espaces d'entraide et d'échange de pair à pair.
- **Défense de l'écosystème** :
 - Promouvoir auprès du grand public, via de l'événementiel et des campagnes de communication / mobilisation, l'intérêt d'un paysage médiatique riche et pluriel ainsi que la plus-value sociétale apportée par l'écosystème des médias libres et indépendants.
 - construire un plaidoyer politique et institutionnel pour garantir les conditions d'émergence et de soutenabilité d'un paysage médiatique libre et indépendant au local comme au national.

Les parties prenantes

- Les médias libres et indépendants
- Les éditeurs et distributeurs libres et indépendants
- Les associations de défense de la presse libres : Fond presse libre, Un bout des médias, SPILL ...
- Les soutiens : Collectif pour une Transition Citoyenne, Collectifs Licoornes
- Les lectrices et les lecteurs
- Les citoyennes et citoyens

Le modèle économique

Afin d'assurer son fonctionnement et développer ses activités, la coopérative se financera via divers mécanismes.

- **Le capital-investissement** : les fonds levés à taux zéro par la coopérative auprès des citoyennes et citoyens sont réinvestis dans les médias à un taux légèrement supérieur à zéro générant un faible intérêt. Ce modèle a fait ses preuves dans de nombreux projets de transition tels que la foncière Terre de lien ou Énergie partagée investissement.
- La réalisation de **prestations et de conseils** au sein ou à l'extérieur de la coopérative : mutualisation de personnel, développement d'outils, accompagnement au financement
- **L'apport d'affaires** : chaque abonnement, paiement ou dons supplémentaires passés depuis une campagne ou un outil Coopmédias génèrera une faible commission au bénéfice de la coopérative au titre de l'apport d'affaires.
- **L'édition, la distribution et la vente** du magazine papier.