

**METRIKS** 


Lancement



# Instabilité politique

À l'échelle mondiale, on se retrouve dans une grande instabilité politique. Le retour de Donald Trump à la Maison Blanche, la démission du premier ministre français juste avant Noël, la montée d'un mouvement de droite un peu partout, etc.

Le Canada n'y fait pas exception et observe aussi des changements sur son échiquier politique. Il y aura des élections en 2025 et ce n'est pas évident de savoir qui prendra les commandes et si des changements sont à prévoir dans les appuis financiers disponibles pour les médias canadiens.



Le chef du Parti conservateur fédéral, Pierre Poilievre, ne croit pas que les médias qui desservent les « déserts d'information » du pays méritent une aide financière.

Source - Août 2024

L'argent du gouvernement fédéral a permis à des centaines de journalistes de conserver leur emploi au Canada. Mais le programme est sur le point d'expirer.

Source - Février 2024

Le chef conservateur a critiqué la validité de l'Initiative de le journalisme local.

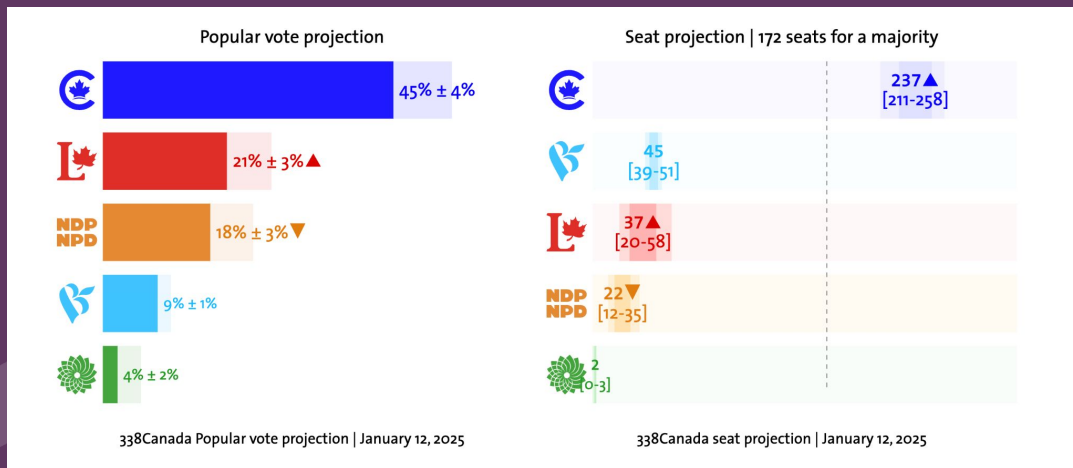
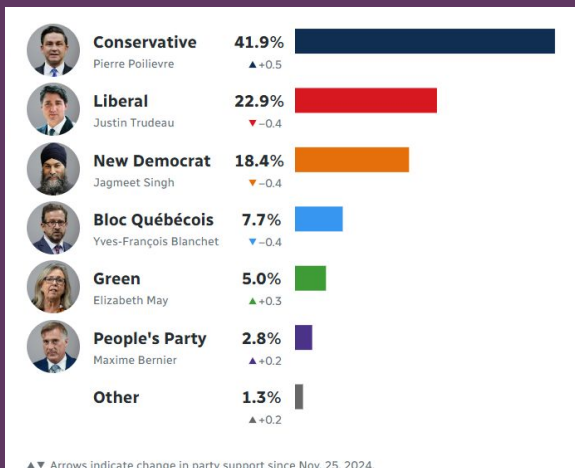
Source - Août 2024

Les intentions de vote sont toujours largement en faveur d'un gouvernement conservateur.

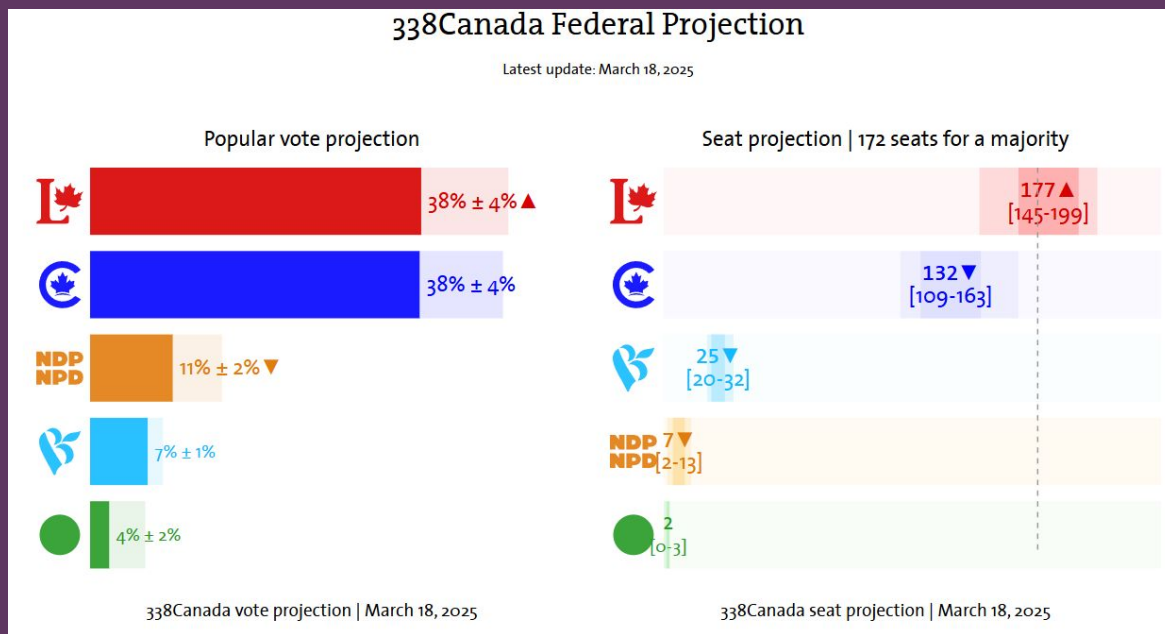
Source - Novembre 2024



# Prévisions des intentions de vote en temps réel de 338Canada



# Prévisions des intentions de vote en temps réel de **338Canada**





# Et si les subventions venaient à disparaître, qu'advierait-il de votre média local ?

1

Les revenus des annonceurs nationaux sont en baisse



2

Les coûts d'impression papier sont toujours croissants



3

La distribution est aussi coûteuse et risquée



## Est-ce que votre média est viable dans une autre forme sans subvention ?

Et si les subventions venaient à disparaître,  
qu'advierait-il de votre média local ?

**slido.com**  
**#1671 421**

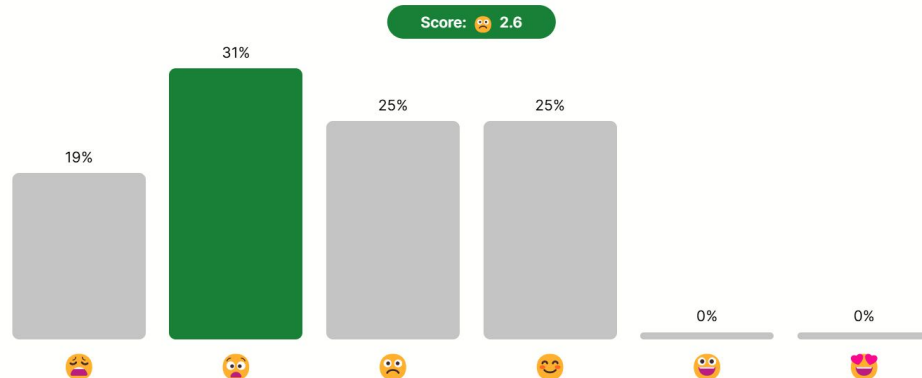


# Et si les subventions venaient à disparaître, qu'advierait-il de votre média local ?



Et si les subventions venaient à disparaître, qu'advierait-il de votre média local ?

😞 - Pessimiste 🥳 - Optimiste



## Qu'est-ce que la communauté va perdre si votre organisation, sans subvention, décide d'abandonner sa mission ?

Qu'en est-il de tous les artisans qui gravitent et dépendent de votre média :

- s'engager auprès d'une communauté qui leur est chère ?
- créer des relations dans leur milieu ?

**Qu'en est-il de vous, comme direction ?  
Qu'est-ce que vous abandonnez si votre organisation décide de jeter la serviette ?**



Cette vision amène un lot de questions existentielles. Mais plus encore, elle permet d'ouvrir la conversation sur ce qui est essentiel :

**Un média de langue officielle en milieu minoritaire est un indice de la vitalité de cette communauté.** [Source](#)

Si il y a un lien étroit entre la vitalité d'une communauté et un média de langue officielle dans celle-ci, est-ce que la communauté est prête à soutenir son média en absence de subventions ?

Quels sont les mécanismes que vous avez mis en place pour mesurer la qualité de cet appui de l'ensemble de la communauté que vous représentez ?

# Un média local est vital pour sa communauté car...



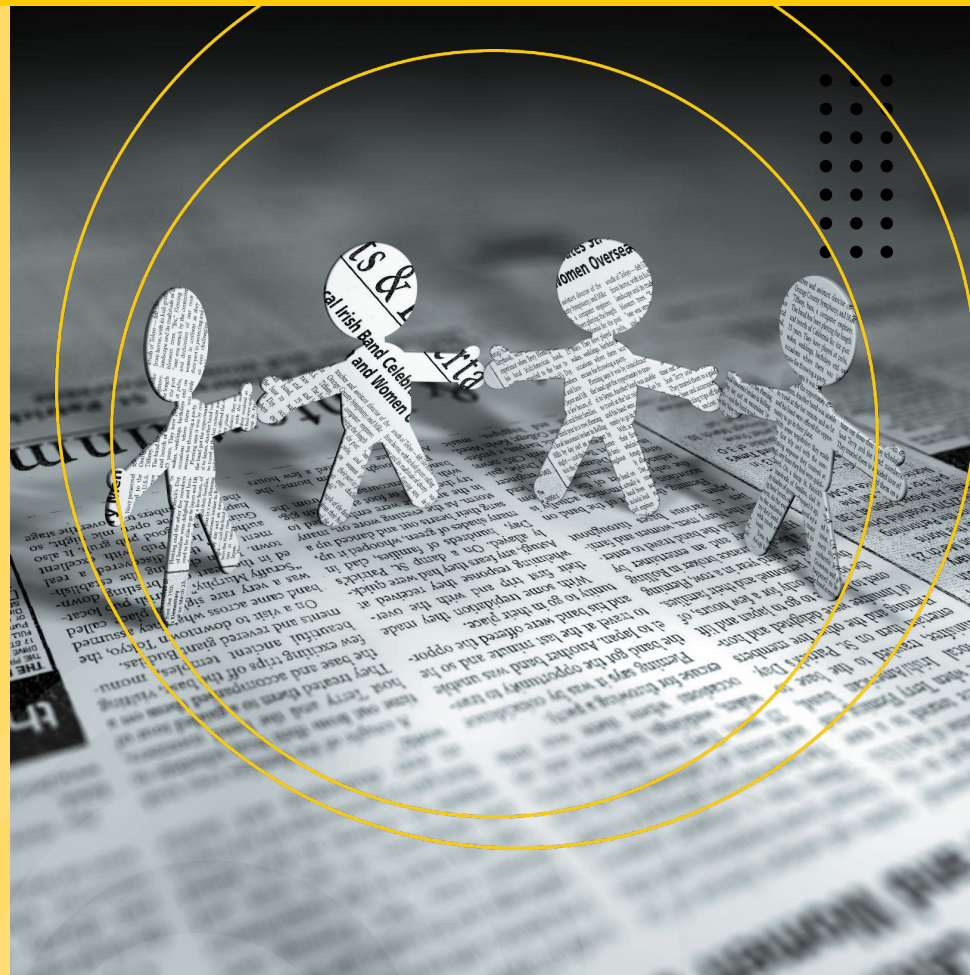
Un média :

- est une autorité de confiance pour une communauté;
- est une entité qui rassemble les gens autour d'une langue;
- est un défenseur des droits des communautés;
- est un lieu de rencontre et un point de convergence de la communauté;
- est un espace d'échange des point de vues de la communauté;
- est une mémoire collective des activités de la communauté;
- est un acteur principal du tissu social de la communauté.

**C'est ce que votre communauté pourrait perdre si votre média abandonne son avenir.**

**Si votre média joue très bien son rôle pour tout ce qui a été énuméré ci haut, est-ce que la communauté se désolerait de perdre son média local ?**

Est-ce que la communauté est prête à prêter main-forte à son média pour qu'il survive à une chute, voir une disparition, des subventions des différents gouvernements ?



# Je ne suis pas certain

Si vous n'êtes pas certain que la communauté est prête à soutenir votre média et que ce dernier survivrait la perte des subventions, c'est l'opportunité toute désignée pour participer à la communauté de pratique METRIKS.

Cette communauté de pratique vous guidera dans la découverte des opportunités qui permettront d'engager votre communauté pour mobiliser son soutien.



## Je suis certain...

Si vous êtes certain que la communauté est prête à soutenir votre média et que ce dernier survivrait à la perte des subventions, le programme METRIKS vous permet de prioriser les actions critiques pour mobiliser cette communauté.

Cette communauté de pratique vous évitera les pertes de temps et vous guidera vers les actions à plus haut potentiel de rendement.



# Des exemples de succès de médias entièrement supportés par sa communauté

En Italie, le média numérique [Il Post](#) n'a pas de paywall et a lancé un programme d'adhésion en 2019. Avec sa stratégie éditoriale axée sur servir l'intérêt des lecteurs, [à la fin de 2023](#), 75 % de ses revenus provenaient de l'adhésion de membres à la mission du média.

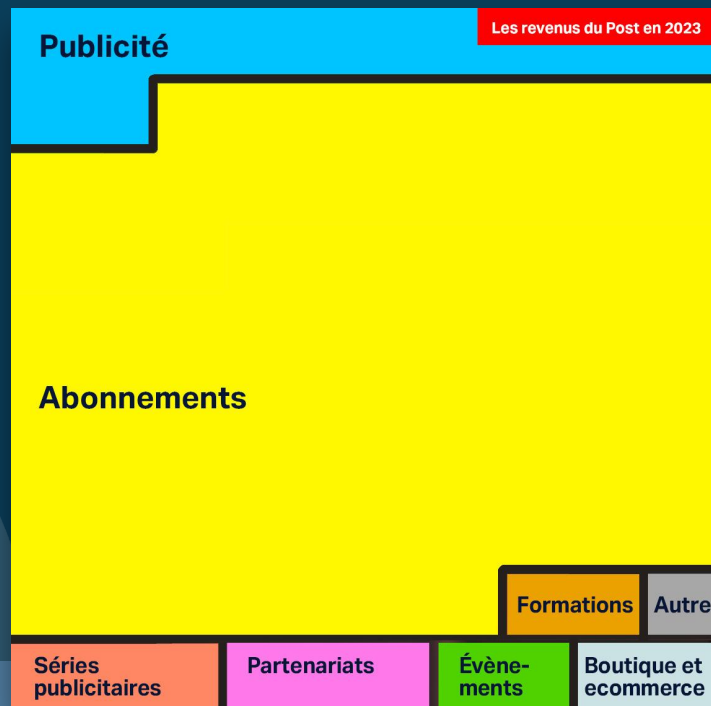
Devenir abonné coûte 80 euros par année, et donne les privilèges suivants :

- Lire le site sans publicité
- Accéder des émissions en direct
- Recevoir les lettres d'information pour les abonnés
- Commenter des articles
- Recevoir des invitations à des réunions en personne
- Recevoir des escomptes sur le Post shop.

The screenshot shows the homepage of the Italian digital news outlet 'ilPOST'. The navigation bar includes 'Newsletter', 'Podcast', and a search function. The main content area features a headline 'Tre giorni movimentati per la politica tedesca' (Three eventful days for German politics) with a sub-headline 'L'estrema destra tedesca, negli ultimi ottant'anni' (The far right in Germany, in the last 80 years). Below the headline is a photograph of several men in suits sitting at a table in what appears to be a parliamentary or council setting, clapping. To the right of the main article, there are several smaller news snippets with dates and brief headlines, such as '06:57 È partita verso l'Italia la nave con a bordo 143 migranti il cui trattamento in Albania non era stato convalidato' and '06:34 Circa 40 persone sono state uccise negli scontri tra soldati e un gruppo di militanti nel Belucistan, in Pakistan'. At the bottom of the page, there is another article snippet titled 'Israele ha liberato 183 prigionieri palestinesi, in cambio di tre ostaggi israeliani' (Israel has freed 183 Palestinian prisoners, in exchange for three Israeli hostages) with a small image of a man in military uniform. The footer of the page includes the text 'IN EVIDENZA' and 'Perché gennaio sembra non finire mai'.

# Des exemples de succès de médias entièrement supportés par sa communauté

Répartition des revenus  
du média // *Post*



# EnergeticCity.ca

## Fort St-John, Colombie-Britannique

- Petit média local à Fort St-John
- Population totale environ 65,000
- Établi son public cible à 25-70 ans, ce qui représente 43,000 individus (Statistique Canada)
- Site web génère en moyenne 94,000 visites par mois / 1.1 million par année.
- Infolettre rejoint environ 18% du public cible, plus de 7000 abonnés
- Chaque membre engagé envers ce média le consulte environ 2.5 fois par mois / 30 fois par année
- La valeur économique générée par un lecteur engagé est entre 1\$ et 2\$ par engagement.

Energetic  city.ca



Population 65,000  
Public cible 43,000

94,000 visites par mois  
(1.1 million par an)  
Lecteur engagé consulte  
2.5 fois par mois  
(30 fois par an)

+ 7000 abonnés à l'infolettre

1\$ à 2\$ par engagement

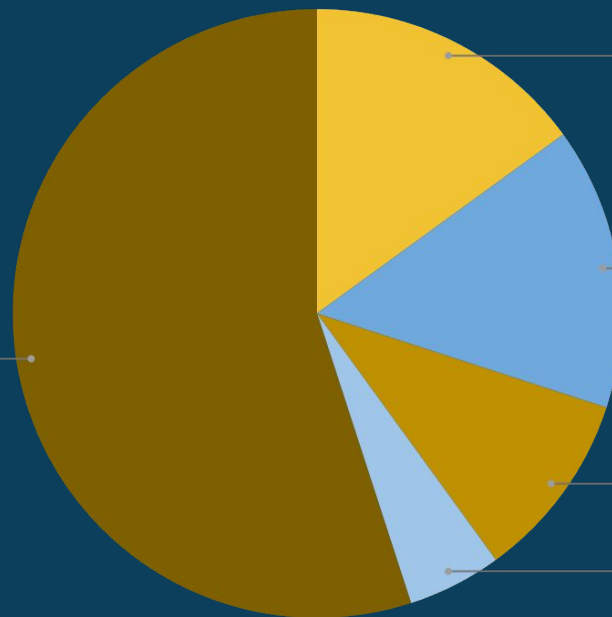
# EnergeticCity.ca

## Fort St-John, Colombie-Britannique

### Répartition des revenus de Energetic City

9 employés à temps plein  
associés au média.

Services supplémentaires  
55.0%



Publicités sur le web  
15.0%

Subventions  
15.0%

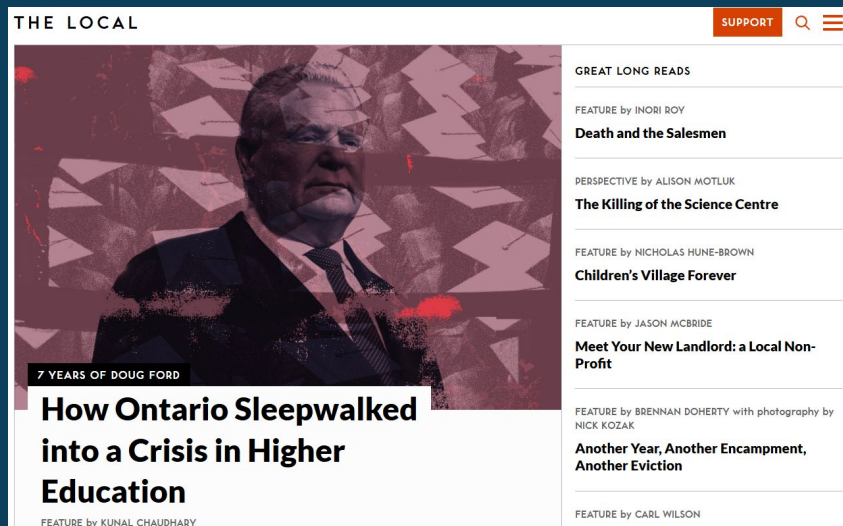
Google C-18  
10.0%

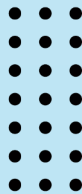
Revenus des lecteurs (dons et autres)  
5.0%

# Des exemples de succès de médias entièrement supportés par sa communauté

## The Local à Toronto

- Petit média local qui a démarré en 2019
- Population desservie sont les publics minoritaires, dans des secteurs en pauvreté de nouvelles locales
- Établi son public cible à 35-65 ans
- Site web génère, en 2025, en moyenne 50,000 visites par mois
- Les dons des lecteurs représentent +25% des revenus, dons moyen = 250\$ par année, plus de 400 abonnés
- Aucun revenus publicitaires, mais budget annuel de +500,000 \$





## **Tout comme les entreprises de produits et services, les médias d'information se retrouvent dans un environnement très concurrentiels :**

- L'information, autant fausse que vérifiée est plus que jamais abondante et disponible;
- Les médias se livrent à une compétition féroce pour avoir l'attention du public;
- Les annonceurs ont une panoplie de possibilités pour joindre leurs clients cibles.



# À propos du programme METRIKS

METRIKS est une démarche de travail qui a été développée par l'équipe d'Eskalad Stratégie Marketing.

Cette démarche permet un regard 360 sur les activités qu'une organisation peut mettre de l'avant pour mieux se positionner dans son marché et dans un environnement très concurrentiel.

**METRIKS** 



# La communauté de pratique permettra d'identifier les activités à fort potentiel afin d'atteindre des résultats rapidement.

La démarche METRIKS permet de guider l'organisation dans les activités clés afin d'atteindre des objectifs stratégiques tel que :

- gagner des parts de marché
- mobiliser sa communauté
- augmenter ses revenus
- diversifier ses canaux de distribution
- améliorer son positionnement et sa confiance

## Le Rapprochement des associations

L'organisation de Gatineau, un OBNL communautaire orienté vers la communauté d'affaires avait comme mission de réunir les différentes associations dans un projet de mobilisation commun.

La forte compétition entre les différents réseaux, et les intérêts personnels de leurs dirigeants et conseil d'administration, étaient toujours un obstacle aux collaborations.

La participation communautaire à son événement annuel vacillait depuis plusieurs années.

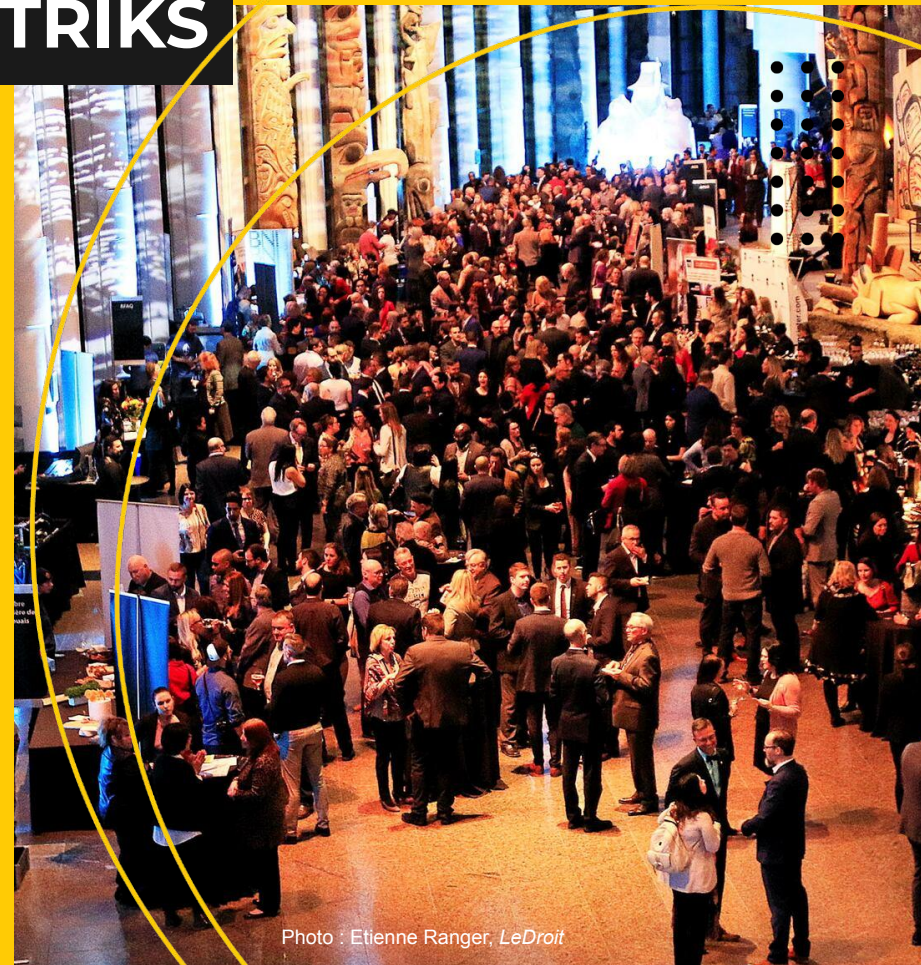


Photo : Etienne Ranger, LeDroit

# Cas de réussite avec METRIKS

## En passant se prêtant à l'exercice METRIKS, l'organisation :

- a clarifié son positionnement et sa proposition de valeur;
- a ancré son message dans une image de marque forte;
- a créé des mécanismes de valeur pour tous les acteurs;
- a tissé des liens « triple gagnant » avec les intervenants clé;
- a développé des campagne d'engagement en continue;
- est devenu le plus gros 5@7 d'affaires récurrent au Québec avec 1000+ participants (2017, 2018, 2019);
- est devenu un mécanisme lucratif et ultra pertinent pour toute la communauté d'affaires.

\* Note : Le Rapprochement des associations a cessé ses opérations en mi-covid (2022/2023) à la demande des associations partenaires qui souhaitent recentrer les efforts de mobilisation chacun de leur côté.

PRÉSENTÉ PAR  
**DB DUCLOS BLAIS**  
avocats - lawyers

PARTENAIRE TECHNOLOGIQUE  
**Freebees**

PARTENAIRE MEDIAS  
**ENERGIE 104.1** **94.9 rouge** **le 5@7 AFFAIRES** **ICI Ottawa-Gatineau**

**CONNECTÉ PLUS QUE JAMAIS.**  
LE NOMBRE FAIT LA FORCE

**20**  
JANVIER 2021

## Service Automobile ML

L'organisation de l'Outaouais, une entreprise privée du secteur de l'automobile, avait comme mission de gagner une part importante du marché de l'entretien automobile en Outaouais.

Le secteur de l'automobile est très compétitif avec une panoplie de concessionnaires et de services de mécanique indépendants.

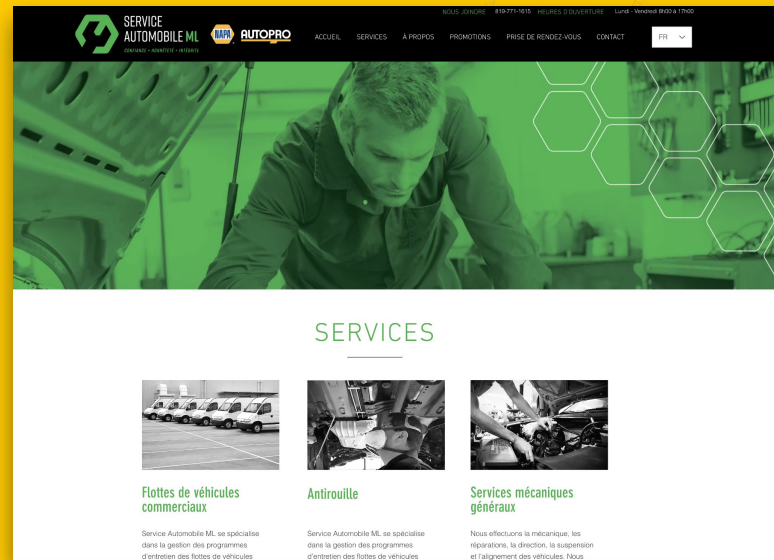
Depuis quelques années, l'entreprise ne réussissait pas à dépasser le plafond qu'elle avait atteint jusqu'à présent.



# Cas de réussite avec METRIKS

En se prêtant à l'exercice METRIKS, l'organisation :

- a clarifié son positionnement et sa proposition de valeur;
- a ancré son message dans une image de marque forte;
- a développé une meilleure gamme d'outils de communication;
- a créé des mécanismes de valeur ajoutée pour ses clients;
- a tissé des liens avec des partenaires qui sont devenus des leviers d'accélération d'affaires;
- a développé des campagnes d'engagement en continu;
- est devenu le plus gros centre de service indépendant en Outaouais avec 12 espaces mécaniques.



## Témoignages sur le succès de la démarche

« La démarche METRIKS a été, pour Service ML, un outil incontournable dans le succès et la croissance de l'entreprise en Outaouais. Le plan d'action simple et concret a permis de mettre en place des actions qui ont donné des résultats, qui une fois cumulées, ont permis à notre entreprise de devenir le plus gros centre de service indépendant en Outaouais et un partenaire de vérification technique du Gouvernement du Québec. »

Alexandre Tremblay, président



## Témoignages sur le succès de la démarche



« L'analyse Metriks nous a encouragés à repenser et réimaginer notre façon de voir l'entreprise et à réévaluer des éléments que l'on croyait immuables à travers une analyse facile à comprendre et un accompagnement continu. »

Julien Cayouette, ex-rédacteur en chef, Journal *Le Voyageur*

**Soyez des  
nôtres en 2025!**

