



MÉMOIRE DÉPOSÉ A L'OFFICE DE
CONSULTATION PUBLIQUE EN FAVEUR
DU 2-22 RUE STE-CATHERINE PAR
CIBL 101,5 FM RADIO-MONTRÉAL



**As-tu
à l'oreille
montréal?**

1. PRÉSENTATION

« Parce qu'une radio bien implantée dans son milieu contribue à valoriser le débat, susciter l'action, diffuser les cultures, rapprocher les citoyens et faciliter la compréhension mutuelle et la recherche d'un mieux vivre collectif ! »

CIBL c'est...

- ... un organisme qui oeuvre depuis 29 ans à faire éclore des talents en étant un véritable lieu d'apprentissage et d'expérimentation pour les jeunes animateurs, journalistes, techniciens et artistes;
- ...un média d'action, défenseur de la pertinence, de l'indépendance et de l'intégrité journalistique;
- ...la radio citoyenne de Montréal, une citoyenne éthiquement et écologiquement éveillée qui croit aux changements sociaux et qui travaille chaque jour à faire une société meilleure ancrée dans son identité historique toujours en devenir. Chaque semaine, elle donne la parole à des maisons de jeunes, des centres de femmes en difficulté, des groupes environnementaux afin de sensibiliser la population à différentes problématiques sociales tout en soutenant les initiatives innovatrices du tissu et des infrastructures urbaines;
- ...un acteur de marque en matière de culture et d'information qui offre des émissions innovatrices qui témoignent de la diversité culturelle, économique et sociale de Montréal. CIBL Radio-Montréal couvre essentiellement l'actualité métropolitaine et est sans doute l'une des toutes dernières salles de presse indépendantes de Montréal;
- ...le point d'entrée des nouvelles formes d'expression et de création culturelles montréalaises ainsi qu'un appui continu à la relève culturelle sans être constamment dans la marginalité;
- ...une programmation qui reflète une cohérence de propos et de valeurs dans le respect de la liberté et de la créativité de ses 275 artisans bénévoles;
- ...l'une des toutes premières radios communautaires québécoises qui diffuse vingt-quatre heures sur vingt-quatre, sept jours sur sept. De plus, elle est la seule radio communautaire de la province à servir à ses auditeurs une programmation comptant vingt heures d'émissions exclusives par jour;
- ...une entreprise d'économie sociale qui travaille avec et pour toute la communauté montréalaise, en offrant une alternative à ce que proposent les médias de masse;
- ...un défenseur de la langue française qui favorise l'inclusion et l'intégration des communautés culturelles.

La Maison mondiale de la radio communautaire c'est...

Le projet de création de la maison mondiale de la radiophonie communautaire est une initiative de l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec (ARCO), de l'Association Mondiale des radios communautaires (AMARC) et de CIBL Radio-Montréal. Ce sont plus de 3000 radios communautaires réparties à travers la planète qui se verraient représentées en un même lieu.

Mission pour la maison mondiale de la radio communautaire (MMRC)

La MMRC est un lieu dédié à la promotion et au développement de la radiophonie communautaire dans le monde.

Visibilité et rayonnement

La MMRC a choisi le coeur du futur quartier des spectacles de Montréal comme lieu de résidence. Cet emplacement stratégique aura comme effet d'augmenter la visibilité de la radio communautaire non seulement auprès des montréalais mais aussi auprès des milliers de touristes et gens d'affaires qui fréquentent Montréal chaque année.

Le partenariat avec Radio-Montréal qui sera aussi présent sur les mêmes lieux offre une opportunité supplémentaire de tenue d'événements de promotion consacrés à la radiophonie communautaire

Vers une expertise mondiale

Deux associations représentant plus de 3000 radios et un lieu de production/diffusion : une synergie au service de la radiophonie communautaire. La mise en commun des expériences et des activités de R&D est une formidable opportunité pour créer une expertise unique en matière de développement mais aussi dans la création d'une offre de produits et services pour les radios.

Voici quelques exemples des retombées possibles :

- Création d'une agence de presse citoyenne, ayant des correspondants aux quatre coins du monde
- Élaboration de contenus de formations
- Mise sur pied d'un centre de formation à distance
- Offre de produits et services reliés aux nouveaux médias
- Production et distribution de contenus radiophoniques
- Projets de recherches sur les enjeux de la radio communautaire
- Centre de référence mondial pour les chercheurs, journalistes, citoyens, etc. intéressés par le secteur

Montréal, plaque tournante de la radio communautaire

Le modèle québécois en matière de développement de la radio communautaire fait figure de proue partout à travers le monde. L'ARCO et l'AMARC y ont installé leurs sièges sociaux et leur regroupement en un seul lieu permettrait un positionnement international encore plus fort de Montréal au niveau des communications communautaires.

Un lieu consacré à la radiophonie communautaire est aussi une opportunité pour l'économie locale. En effet, des événements, congrès, formations pourront être tenus sur place ou dans les environs amenant un achalandage supplémentaire.

Le projet : Déménager pour mieux rayonner

Imaginer maintenant cette radio, sur la rue, au coeur du carrefour socio-culturel des citoyens. Une porte ouverte vers le micro. Un parvis médiatique. Une agora qui invite les citoyens à s'asseoir et à prendre part au débat...

La direction et le conseil d'administration de CIBL a entrepris en janvier 2005 une réflexion stratégique qui s'est terminée en novembre 2006 et qui a permis de cibler les enjeux majeurs du développement de CIBL Radio-Montréal. Cette réflexion a mis en lumière l'importance de doter la station d'outils qui permettraient d'assurer sa pérennité et de réaliser pleinement sa mission dans un fonctionnement renouvelé. Cette démarche a permis de consulter les acteurs des milieux socio-politique, légal, économique et culturel de Montréal, de sonder les membres, les bénévoles et les auditeurs, de faire une analyse de tous les environnements et surtout de donner une vision claire et commune du développement de la station.

Afin de devenir une référence en information montréalaise, de renforcer sa présence dans le milieu culturel montréalais, de capitaliser sur la proximité avec l'auditoire, d'assurer la pérennité de l'organisation, de permettre une augmentation de la visibilité, de favoriser le recrutement de bénévoles, la Radio communautaire francophone de Montréal, CIBL, doit prendre possession d'un lieu qui renforcera ses valeurs et qui favorisera le débat, l'action et le rapprochement.

2. INTÉRÊT PORTÉ AU PROJET

Actuellement située au 1691, boulevard PIE-IX à Montréal, au deuxième étage du Pavillon d'Éducation Communautaire d'Hochelaga Maisonneuve, il devient primordial de recentrer CIBL sur Montréal en continuité avec son mandat de servir la communauté montréalaise. De plus, la situation physique actuelle ne répond plus aux axes de développement, n'est pas à proximité de l'auditoire, des bénévoles et limite le développement de l'organisation. Compte tenu des ententes avec les milieux de formation, la station ne répond plus aux demandes en ce qui a trait à la disponibilité des studios, de l'équipement et de l'encadrement.

Actuellement, ces locaux se détériorent : les plafonds coulent, un danger d'effondrement plane dû au poids de la discothèque, l'éclairage et le chauffage sont mal adaptés, l'insonorisation des studios est déficiente, la fenestration est défectueuse, la division de l'espace est mal adaptée, etc. Pour un média en plein développement, ces déficiences sont de plus en plus problématiques et contreviennent au bon fonctionnement de l'organisme pour plusieurs raisons. Le danger d'effondrement est au cœur des préoccupations puisqu'il menace la sécurité des quelques 250 bénévoles qui viennent chaque semaine. D'ailleurs, le nombre de bénévoles est grandissant mais les limites techniques de l'organisme se font de plus en plus sentir : les studios d'enregistrement et de formation ne répondent plus à la demande, l'équipement se fait désuet et ne représente pas un équipement adéquat pour une école de formation radio. Après 19 ans au deuxième étage du PEC et plus de 29 ans d'existence, CIBL Radio-Montréal a vu passer des milliers de personnes - bénévoles, artistes, politiciens, citoyens - venir exprimer leurs passions et parler à la grande population montréalaise. Le rêve de ses fondateurs a depuis éclos : des milliers d'acteurs montréalais se réunissant et se croisant sur ce perron d'église électronique aussi un lieu d'engagement et de communication dans la société. Un carrefour d'idées important et primordial pour des milliers des personnes.

Ce rêve doit cependant continuer de vivre et de grandir afin de faire de CIBL un carrefour citoyen central pour la métropole, au centre du va-et-vient de celle-ci. Il faut situer CIBL au croisement de ses artères pour lui permettre de rayonner de plus en plus loin et d'augmenter sa voix citoyenne.

Après l'évaluation de plusieurs possibilités la direction de CIBL Radio-Montréal prévoit se porter acquéreur d'un étage du 2-22 afin d'y installer 6 studios de productions, ses bureaux administratifs et offrir ses installations pour recevoir 75 équipes de productions (300 bénévoles) toutes les semaines. Elle prévoit aussi installer son studio principal au rez-de-chaussée devant un espace public afin que les citoyens et citoyennes puissent participer à l'enregistrement des émissions.

Cet espace public n'est pas accessoire, il est la raison même de la relocalisation. Une extension physique de la mission de la station, une volonté réelle et structurelle de mettre le Montréalais au centre de nos préoccupations de et des ondes comme ci-haut mentionné.

3. PRÉOCCUPATIONS LIÉES AU PROJET

Parties prenantes du projet du 2-22 depuis maintenant deux ans, les administrateurs et la direction de la station ont émis de nombreux commentaires à ce jour et nous sommes satisfaits de la manière dont le promoteur a répondu à nos attentes et a apporté les modifications nécessaires au projet. Les demandes de la station portaient principalement sur l'existence d'un espace public près des studios, le positionnement des studios et des locaux et l'aménagement d'un espace commun entre les trois promoteurs de la Maison mondiale de la radio communautaire.

Le conseil d'administration et la direction de la station ont trois préoccupations majeurs quand au projet du 2-22 :

1. Le respect des délais de construction et d'aménagement
2. La prise en compte des besoins des locataires et des propriétaires
3. La gouvernance du projet

Le respect des délais de construction et d'aménagement

La perception du changement, si elle est ouvertement affichée comme étant positive, comporte toutefois un important potentiel anxiogène. Cette dimension, très largement documentée, peut entraîner, durant la période de flottement que j'évoquerai plus bas, une résistance psychologique aux changements dont les manifestations doivent être identifiées par les responsables de la gestion du changement envisagé.

Les processus de changements, notamment lorsque ceux-ci sont accompagnés d'un déplacement physique des installations sont, par définition, des processus longs et parsemés d'étapes qui échappent souvent aux employés¹.

Ainsi, de l'annonce officielle du changement (déménagement) jusqu'à l'implantation effective des changements ou le déplacement réel des installations, plusieurs mois (années) peuvent s'écouler. Si le changement est appréhendé avec crainte, cette période de flottement peut donner lieu à une augmentation importante des tensions et du stress pouvant même entraîner une insidieuse démotivation. Dans le cas d'un changement généralement perçu comme positif (le déménagement de CIBL), cette période de flottement peut entraîner également une baisse de l'intérêt et de la motivation allant parfois jusqu'à l'incrédulité des différents acteurs.

L'annonce du changement, en l'occurrence du déménagement, a provoqué une vague d'enthousiasme qui n'a d'égal que le défi que représente le maintien de cette fièvre et de cette énergie positive. La « période de flottement » qui, au plan de la gestion, est essentielle à la planification et aux différentes étapes d'implantation, est aussi une période névralgique au plan des ressources humaines. Plus cette période de flottement est longue, plus les mesures d'entretien (communication/ formation/ implication etc.) doivent être soutenues et pertinentes. Et il est abondamment documenté que cette période pose autant de défis dans le cas d'un changement perçu comme positif et souhaitable et que ces défis sont du même ordre.

¹ L' utilisation du terme « employé » dans ce document, inclut les personnes rémunérées et les bénévoles impliqués au niveau de la programmation et/ou du soutien.

De plus, nous nous questionnons sur la capacité de notre organisation à maintenir un momentum fort et rassembleur à long terme. Il va de même des coûts importants (architectes, acousticiens..), de la rétention de la main d'œuvre, des opportunités ratées, des dangers physiques des locaux actuels pendant cette période de flottement. Il va donc de soi qu'on espère que le projet respecte les dates de livraison.

La prise en compte des besoins des locataires et des propriétaires

Sans rien enlever au processus de consultations publiques qui pour nous est primordiale et qui favorise les mêmes objectifs que ceux associés à la mission de la station, nous avons tout de même la crainte que le fragile équilibre obtenu entre les différents locataires, propriétaires et le promoteur ne soit pas pris en compte dans l'évaluation du dossier.

Le projet du 2-22 est composé de plusieurs propriétaires (tous OSBL culturels) sous formule condos d'affaires et d'une multitude de locataires. Chacun des organismes dispose d'une multitude de contraintes quant à la mission de leur organisation et au bon fonctionnement de leurs opérations.

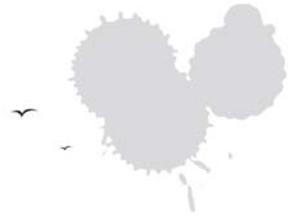
Nous espérons donc que les recommandations de l'Office ne viennent pas compromettre les opérations des occupants et la liberté de ceux-ci d'organiser leurs activités. Nous sommes fort enthousiastes quant aux expertises autour de la table et que nous réussirons à faire vivre ce lieu comme il se doit.

La gouvernance du projet

Sans lien nécessairement avec l'office de consultation publique nous nous posons beaucoup de question sur la gouvernance du projet après sa réalisation. Il sera impératif que la structure mise en place respecte les responsabilités légales des entreprises propriétaires quant aux décisions administratives et de la planification immobilière. Ceci dit il nous apparaît primordiale, devant l'importance culturelle de l'immeuble et devant l'intérêt porté au projet par les gens du milieu et du milieu culturel que la structure de gouvernance prévoit une place importante aux gens du milieu, aux partenariats du Quartier des spectacles, aux partenaires culturelles et que la ville ainsi que le promoteur favorise l'ancrage et la mobilisation des acteurs par une saine gouvernance et des investissements adéquats quand à la concertation et à l'animation de l'immeuble et du milieu de vie.

4. CONCLUSION

Pour nous, il est évident qu'une radio bien implantée dans son milieu contribue à valoriser le débat, susciter l'action, diffuser les cultures, rapprocher les citoyens et faciliter la compréhension mutuelle et la recherche d'un mieux vivre collectif. Nous sommes impatients de contribuer à revitaliser le milieu et de travailler avec ses nombreux partenaires à atteindre nos objectifs communs.



Bonjour à tous,

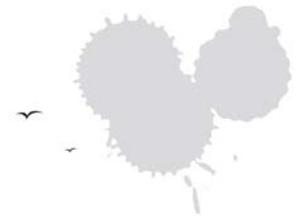
Dans le cadre des audiences de l'Office de consultations publiques de Montréal, nous profitons de l'occasion pour mieux vous informer sur le projet de déménagement de CIBL et sur le rôle d'un média citoyen au cœur d'une place publique.

CIBL Radio-Montréal veut s'installer au 2-22 Sainte-Catherine avec la ferme intention de continuer à réaliser sa mission, d'agir positivement sur son milieu, d'animer le débat et d'offrir une vitrine à la relève culturelle, à la diversité sous toutes ses formes et à l'information locale. C'est en capitalisant sur ses 285 bénévoles de 15 à 75 ans, provenant de la diversité montréalaise et sur ses 30 ans d'histoire d'action citoyenne que nous croyons être un partenaire de premier ordre afin de contribuer à l'atteinte de ces objectifs.

Nous avons assisté aux audiences concernant le 2-22 autant celles organisées par la Société de développement Angus que celles organisées par l'Office de consultations publiques de Montréal. De plus, nous avons nous-mêmes tenus des rencontres de consultations avec le milieu, nos bénévoles et nos partenaires. Nous avons écouté avec intérêt les enjeux soulevés par les diverses parties quant à l'importance d'avoir une diversité culturelle, sociale et économique autour du Quartier des spectacles. Nous avons aussi pris bonne note de la complexité du tissu social du quartier et nous comprenons les défis qui y sont reliés. Cependant, il est difficile pour nous de penser que la simple construction d'un immeuble puisse modifier drastiquement le paysage, améliorer les conditions de vie, faciliter le mieux-vivre collectif et la compréhension mutuelle. Par contre, nous croyons qu'avec la contribution des autres locataires, du promoteur, de nos partenaires et avec les gens du milieu nous serons à même d'agir de façon positive sur le milieu et de travailler à atteindre nos objectifs communs.

Partout dans le monde, quand un média électronique, télévisuel ou radiophonique, s'installe sur la place publique cela suscite la curiosité grâce notamment aux invités, à la présence des artistes et à la création en direct. Une fois l'intérêt suscité, c'est à nous tous de faire prendre conscience aux curieux qu'ils sont dans un quartier culturel, un quartier vivant et animé. Pour vous donner un exemple de l'attrait provoqué par une station de radio, voici une petite anecdote:





CIBL Radio-Montréal loge dans un 2^e étage inaccessible pour les passants. Il y a deux semaines, le chanteur Jean Leloup est passé à 2 reprises dans nos studios et ceci a provoqué un grand engouement avec la venue d'un grand nombre de curieux. Pourtant aucune publicité n'avait été produite, seulement de la curiosité, de l'intérêt, un mouvement collectif.

CIBL Radio-Montréal reçoit en performance chaque année :

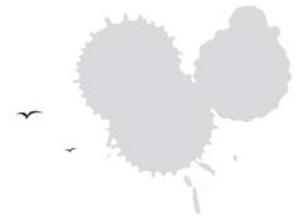
- 515 artistes en performances musicales
- Plus de 730 entrevues avec des gens du milieu culturel
- Plus de 680 entrevues en direct avec des citoyens de milieux sociaux, économiques et communautaires
- Plus de 150 personnes par jour passent dans nos locaux
- Plus de 500 bénévoles transitent par nos studios

Pour nous, il est évident qu'une radio bien implantée dans son milieu contribue à valoriser le débat, susciter l'action, diffuser les cultures, rapprocher les citoyens et faciliter la compréhension mutuelle et la recherche d'un mieux vivre collectif. Avec le projet d'installation au cœur du Quartier de spectacles, nous espérons multiplier ces résultats et inciter les citoyens à construire un espace de débat public et participatif si nécessaire à une vie démocratique montréalaise. Nous tenons de plus à souligner que CIBL Radio-Montréal diffuse actuellement en direct plus de 21 heures par jour et que nous souhaitons progressivement et, en concertation avec les locataires du 2-22 ainsi que les gens du milieu, accéder vers une ouverture 24 heures sur 24 des studios de la station.

Pour nous une station citoyenne comme CIBL Radio-Montréal a plusieurs atouts distinctifs qui nous permettent de croire que nous serons en mesure de mieux animer la rue qu'une boutique de biens et services ou un restaurant.

Nous sommes conscients de l'existence des enjeux d'animation publique, d'animation visuelle de même que du besoin impératif de respecter l'auditeur avant tout et c'est pourquoi nous nous sommes entourés d'équipes de spécialistes, de designers, d'architectes, d'acousticiens, d'artistes, de créateurs afin de trouver des idées originales d'organisation spatiale du studio au rez-de-chaussée en lien avec un ancrage montréalais et un design attractif.





Nous sommes par le fait même certains que nos partenaires, la ville de Montréal et l'Arrondissement Ville-Marie travailleront dans le même sens que nous pour ce qui de la diffusion sur rue de la radio afin de capitaliser sur l'effet auditif et ce dans le respect du milieu et de nos voisins.

En terminant, nous voulons simplement souligner que la venue de CIBL dans l'édifice du 2-22 s'inscrit dans une logique d'intensification des liens avec le citoyen. Nous voulons créer un lieu de rencontres et sommes convaincus que l'emplacement du 2-22 est idéal pour ce type de projet. Soyez également assurés que la venue d'une station de radio citoyenne comme CIBL Radio-Montréal participera à la revitalisation du quartier tout en assurant une animation sur ce coin de rue névralgique.



Eric Lefebvre
Directeur général
Pour l'équipe de CIBL Radio-Montréal

