

**L'APPEL DE
MÉDOR
POUR UN
JOURNALISME
ROBUSTE**

A vous qui lisez cet appel, laissez-nous vous présenter ce « journalisme robuste » que Médor entend développer. Médor est un projet qui a mûri au coin de tables de cuisine, entre 2012 et 2014. Après deux ans passés à s'embraser sur de grandes idées (encourager le journalisme d'enquête en Belgique) et s'engueuler sur des détails (le nom « Médor » est-il vraiment sérieux ?), une coopérative est née, qui compte aujourd'hui plus de 1 800 membres. En novembre 2015, le premier numéro de notre magazine trimestriel est sorti. Il s'est vendu à 9 833 exemplaires, sur un demi-pays qui compte moins de 5 millions d'habitants. Pour vous donner une idée, le magazine « Society », qui cartonne en France (68 millions d'habitants), se vend à un peu plus de 45 000 exemplaires. La comparaison nous est favorable. Dans un contexte où la presse de demain risque d'être la sidérurgie d'hier, votre soutien a toujours été important ; le succès inespéré. Et, malgré un tassement des ventes, il l'est encore.

Depuis son lancement, Médor développe des pratiques journalistiques et un mode

d'organisation unique afin d'offrir à notre territoire, la Belgique, un magazine indépendant, surprenant, artisanal et de qualité.

En près de dix ans de publication, nous bossons toujours avec nos tripes. Sans rien changer à nos valeurs. Mais nous voulons aujourd'hui réaffirmer notre volonté de faire de Médor un média généreux, éthique et robuste.

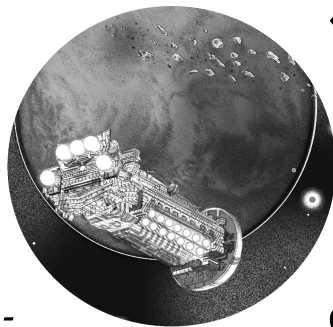
Ce concept de « robustesse » est chipé au biologiste Olivier Hamant.

Il le développe dans son essai

« La troisième voie du vivant » comme alternative à la performance, qui finit par épuiser les ressources et faire disparaître la diversité. La monoculture intensive d'un champ de blé peut, par

exemple, produire un rendement optimal à court terme mais elle finit par appauvrir le sol, fragiliser l'écosystème et empêcher l'adaptation aux perturbations à venir. À l'inverse, en choisissant différentes variétés complémentaires et en tenant compte des équilibres du vivant, on produit moins mais mieux, et bien souvent de manière plus durable.

Ce modèle robuste encourage la sobriété, la sous-performance et la coopération entre les individus pour mieux se transformer et absorber les chocs. C'est exactement dans cet esprit



Être bons, heureux, utiles. Et durer longtemps.

que nous voulons poursuivre Médor. Ne pas créer une usine à burn-out et mourir à petit feu, en multipliant les appels à l'aide. Nous voulons être bons, utiles et heureux. Et durer longtemps. Pour cela, Médor identifie un cadre viable et un état d'équilibre financier, qui nous permettent de continuer à créer, sans chercher à mesurer nos relations à coups d'algorithmes et de likes. Notre objectif n'est pas d'en faire plus mais de faire mieux, ensemble. Cela nous permettra, dans les périodes de chaos qui se succèdent, de mieux amortir les tensions et de nous y adapter. C'est une autre leçon de la robustesse. Olivier Hamant cite la loi de Goodhart : « Quand une mesure devient une cible, elle cesse d'être une bonne mesure. » Entendez par là que la volonté de tout quantifier peut devenir une fin en soi et conduire à tout autoriser. En sport, la mesure d'une performance (comme un record du monde) en vient à justifier le dopage ou une violence de



l'entraînement. Le sens même du sport s'égaré. Dans un projet médiatique, l'obsession des ventes pourrait conduire à écrire ce qui plaît plutôt que ce qui nourrit, photocopier le déjà-lu plutôt que de faire confiance à votre curiosité. Ne pas laisser la mesure prendre possession de Médor signifie que la vente, si elle est indispensable, n'en devient pas notre cible. Pour être viables, nous devons vendre 6 300 exemplaires par numéro. Nous sommes en dessous. Pour l'atteindre, nous n'abîmerons pas notre journalisme.

Nous avons toujours été transparents et nous devons l'être plus que jamais : ces chiffres de vente, nous n'y sommes pas. Chaque numéro se vend

actuellement à plus ou moins 5 500 exemplaires. C'est énorme, à l'échelle de notre territoire. Mais ce n'est pas suffisant pour continuer.

Les librairies ferment, le coût du chauffage, du papier et des patates a augmenté mais notre prix de vente au numéro, lui, n'a pas bougé depuis notre lancement en 2015.

Le coût engendré par les menaces de procès augmente, lui aussi. À chaque révélation délicate sur des milieux de pouvoir, nous devons faire appel à notre avocate et nous préparer à ces « procédures bâillons », censées

décourager les journalistes de creuser trop profond.

Nous pensons qu'à son échelle, Médor a apporté un regard inventif sur le monde des médias. Au-delà des nombreux prix, belges et internationaux, qui ont récompensé notre journalisme et notre organisation, Médor a, modestement, influencé le paysage médiatique. Structure en coopérative, rédaction en chef tournante, recours aux logiciels libres, goût de l'investigation, etc. D'autres titres de presse, d'autres structures de l'économie sociale s'inspirent de nos expériences.

Nos amis du collectif de médias « Kiosque », dont nous faisons partie, méritent d'ailleurs aussi d'être

Ne pas en faire plus, mais faire mieux.

soutenus.

Par notre travail d'enquête, nous avons aussi contribué à influencer sur le débat politique, obligé des décideurs et décideuses à clarifier leurs positions, fait émerger des sujets dont on ne parlait pas jusque-là. Est-ce que l'investigation donne une vision déprimante du monde ? Nous pensons

surtout qu'elle permet la lucidité et la nuance, d'où peut émerger un monde plus juste et solidaire. Nous avons démarré de rien. Nous n'avons pas de puissants soutiens. Ou plutôt nous en avons mille. Nos épaules ne sont pas plus solides que d'autres mais elle sont plus nombreuses.

Dans les pages qui suivent, nous vous présentons notre journalisme et nos engagements concrets pour les dix ans à venir.

Soit notre vision d'un journalisme robuste convainc, soit nous la replions. Et on démonte la tente. Merci d'être avec nous. ☺

L'équipe de Médor



Que faites-vous là maintenant, immédiatement ou après avoir lu la suite de cet appel ? Si vous avez envie de prendre un abonnement, pour vous ou pour offrir, ne postposez pas votre geste. Une adresse pour combler, ensemble, le trou dans notre budget :

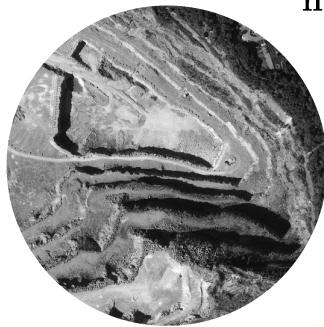
medor.coop/abo

Nos lignes de force

ENQUÊTE

La veille du lancement du premier numéro de Médor, en novembre 2015, l'entreprise pharmaceutique Mithra a tenté de faire interdire la publication de notre enquête sur ses pratiques. Les soutiens sont venus de toutes parts, des libraires qui nous vendaient sous le manteau jusqu'au Conseil de l'Europe. Après deux semaines de blocage, la justice nous a donné gain de cause. Médor était libre. La censure est interdite dans notre pays. Et nous n'avons pas l'intention de nous empêcher d'enquêter. Sur qui ou quoi que ce soit.

Depuis, nous avons publié un paquet d'investigations, sur des entreprises aux pratiques douteuses, des abus de pouvoir, mais aussi sur des sujets de



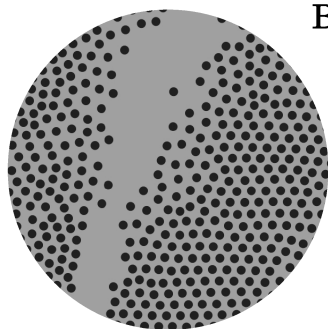
société plus larges : l'hypersurveillance de notre société, le marché des antidouleurs, les violences chez les scouts, les inégalités dans l'enseignement ou, parce qu'on n'a peur de rien, la spécialité culinaire des pêches au thon ou les imitations belges de grottes de Lourdes.

Cette liberté unique de porter le regard partout, dans un petit territoire où l'on est vite copains, nous est offerte par notre modèle économique. Médor est le premier média en Belgique francophone à s'être structuré en coopérative à finalité sociale. Cela signifie que le pouvoir de décision économique repose sur des milliers d'épaules citoyennes, celles de nos coopérateurs et coopératrices. Ce sont eux et elles, au final, qui valident nos budgets, plans financiers et bilans. Une personne qui achèterait 1 000 parts n'aurait pas plus de pouvoir que celle qui

n'en détient qu'une (selon le principe « une personne = une voix »).

Aucun actionnaire, aucune association, aucune ONG, aucun pouvoir public n'a d'intérêt économique dans notre projet. Nous ne publions pas de contenu avec des partenaires autres que des médias de qualité (comme Apache). Médor ne développe pas de projets hors journalisme. Les publicités sont limitées à maximum 3% de notre budget et nous veillons au caractère éthique des annonceurs. Il n'y a pas de projets inventés de toutes pièces pour coller à des subsides. Nos recettes viennent à 82% de nos lecteurs et lectrices et à 16% de l'aide à la presse octroyée par la Fédération Wallonie-Bruxelles. Nous veillons scrupuleusement à ce que nos journalistes ne soient pas dans une situation de conflit d'intérêts quand ils travaillent pour nous. L'éthique n'est pas qu'une obligation morale, c'est une manière de garantir notre liberté journalistique.

Médor n'a qu'une seule idéologie: la force des faits. Ni journalisme

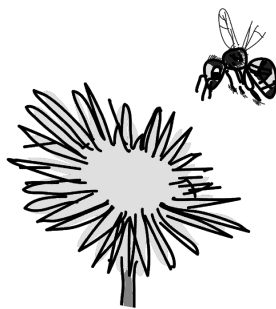


de commentaire ou de militance, ni tribunes ne trouvent leur place chez nous. Nous ne calquons pas nos écrits sur vos centres d'intérêt (aussi palpitants soient-ils). Nous tentons de proposer, au contraire, des infos qui nous sortent de nos bulles, réelles ou algorithmiques. La diversité de nos sujets et de nos approches invite à penser collectivement le monde de demain. Dans toute sa complexité.

Médor est le premier média en Belgique à avoir lancé une bourse « inclusion », afin de favoriser la diversité au sein de la rédaction et dans nos choix d'articles. Mais nous refusons que les identités individuelles d'un.e journaliste déterminent sa légitimité à traiter un sujet d'intérêt public. C'est le temps passé à approfondir un sujet et à l'aborder avec nuances qui valide notre démarche. Le brassage d'idées, de cultures et d'identités crée la richesse et non leur segmentation. Nos enquêtes nourrissent votre possibilité d'agir pour une société plus juste. ✍

ARTISANAT

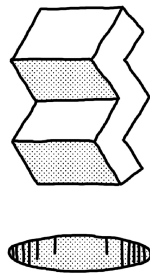
Médor n'écrit pas en Arial ni en Comic sans MS. Ses articles ne sont pas mis en page dans InDesign. Son serveur n'est pas hébergé de l'autre côté d'un océan. Nous partageons avec les cordonniers et les boulangers le goût du pain fait maison et du talon qui tient. Dans un monde qui n'en finit plus de se lisser et de s'uniformiser, nous tentons, d'un bout à l'autre de la chaîne, de fabriquer des outils sur mesure – de nos logiciels de mise en page jusqu'à nos typos. Nous développons un travail collectif d'atelier et transmettons un savoir-faire, tout en faisant appel à des actrices et acteurs locaux. Pour créer un média non standardisé. Médor a décidé de ne pas se choisir de rédac chef ni de



directeur ou directrice artistique mais d'inventer la « rédaction en chef collective et tournante » (une équipe pilote un numéro et passe ensuite le relais à une autre), afin de partager le pouvoir de décision, de varier les regards, d'éviter la pantouflisation des personnes « en place » et, si possible, le burn-out. La dignité du travail est, pour nous, une priorité. Médor réinvestit l'essentiel (68%) de ses rentrées

financières dans les rémunérations. C'est pas Knokke-le-Zoute, loin de là, mais on est en route pour la plage. Notre méthode d'enquête repose sur le temps long, le travail de terrain et l'accompagnement par les pairs. La dernière enquête consacrée au « Profil des journalistes belges » menée par l'Association des journalistes professionnels est alarmante : les journalistes quittent de moins en moins les fauteuils à roulettes des

rédactions. Alors qu'ils étaient 42,5% à « se rendre sur le terrain toujours ou presque » en 2018, ils ne sont plus que 16,9% à le faire en 2023. Gloups. Médor n'attend pas que les infos arrivent par voie de communiqué de presse ou sur le fil d'un réseau social. Il arpente son territoire, en profondeur – ce que nous avons appelé à nos débuts le « deep journalism ». Avec la conviction que c'est en insistant, en allant toujours plus loin, que l'on découvre et comprend les faits qui sont importants pour tout le monde. Le journalisme du temps court, du quotidien, de l'urgence reste indispensable à notre compréhension du monde. Simplement, Nous proposons un regard complémentaire. Médor ne sait pas bien ce qu'être belge veut dire. Mais il porte son attention sur ce bout de territoire commun, qui passe par Binche et Zwijnaarde. Du grand reportage de proximité, de l'enquête près de chez nous. C'est déjà ambitieux. Ce pays d'enquêtes est aussi un



territoire graphique, que nous explorons à travers l'illustration, la photo documentaire (en voie de disparition dans la presse), la BD et même le choix des fontes (polices de caractères). Avez-vous reconnu celle du logo « Médor » ? C'est l'ancienne typo des chocolats Côte d'Or.

Rien n'est laissé au hasard. Ni la production du magazine ni sa distribution (Médor a même contribué à la création d'un réseau de livraisons à vélo). La promotion de nos articles privilégie le contact direct, la coopération avec des librairies indépendantes ou le secteur associatif.

Médor revendique son imperfection, ses essais-erreurs et son mobilier de récup. C'est une aventure humaine, qui fait perdre du temps mais gagner du sens. Dans une société qui s'accélère et cherche l'efficacité, notre modèle exige beaucoup de dialogue, de patience et de solidarité. Nous cherchons à avancer ensemble dans un projet qui ne nous rend pas performants mais robustes. ●

SURPRISE

Un jour, Médor a fait un trou. En plein milieu de son magazine. 4 cm de diamètre. On a déjà vu plus petit...

Un autre jour, Médor a passé une petite annonce pour se trouver « un fakir ou une fakira, capable de marcher sur des clous en gardant le sourire ».

Parce que « directeur·ice », c'était déjà pris. Et que c'est pas toujours top.

Un jour encore, Médor a trouvé que, pour sauver le monde, il était urgent de s'échanger des poèmes d'amour et des casseroles en fonte. Nous avons donc innové avec un truc vieux comme la presse : des petites annonces – sur papier exclusivement. Médor veut rematérialiser les échanges, dans les réseaux sociaux physiques et pas uniquement numériques.

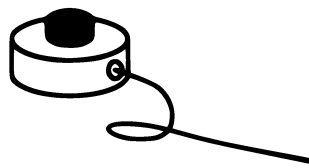
Un énième jour, Médor a décidé de

se taire sur le coronavirus, quand tout le monde ne parlait que de ça. Nous revendiquons un journalisme d'initiative, généraliste et non ciblé. Nous ne cherchons pas à embrayer sur des coups

médiatiques ou satisfaire une clientèle. Ni à viser une cible. Médor ne traque pas ses membres. Ne dissèque pas son lectorat. Et nous ne choisissons jamais nos sujets en fonction des

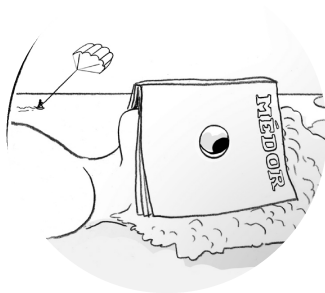
« attentes » du public. Nous ne voulons pas prendre l'autoroute de l'information mais plutôt les Ravel à contre-sens. Pour défricher des sujets qui ne sont pas à l'agenda médiatique.

En vous informant, nous voulons prendre du plaisir – et vous en donner. Mais nous ne pratiquons pas pour autant, de manière systématique, un journalisme de « bonnes nouvelles » qui mettrait l'accent uniquement sur les initiatives sympathiques. Médor veut contribuer à ce que nous



comprenions mieux la société dans laquelle nous vivons. Parce que c'est en comprenant le monde qu'on peut commencer à le changer.

Médor est un laboratoire. Depuis nos débuts, nous « tentons » des trucs : des réunions médorwares sur le modèle des Tupperware pour vendre des abonnements dans vos salons, un numéro illustré uniquement par des animaux empaillés, des Médor Tours avec déplacements de la rédaction dans des villes de Wallonie. On s'est lancé dans la confection d'un gâteau représentant la Belgique pour une couverture de feu (et personne n'a jamais rien capté). On mise même notre survie sur cet appel-affiche-campagne (ce que vous lisez, là) qui ratera son coup si vous ne vous abonnez pas tout de suite. 🐦



NOS 7 ENGAGEMENTS

L'un des fondements assumés de Médor, c'est son côté perfectible. On essaie de bien faire mais on ne s'en cache pas : il reste du chemin. Nous avons identifié sept axes de développement pour les années à venir, dans lesquels nous nous engageons à investir du temps et de l'énergie. Chaque année, au moment de l'AG, nous les passerons en revue, ferons publiquement leur état d'avancement et définirons des actions concrètes pour l'année suivante.

Nos sept engagements pour plus de robustesse :

1. Défendre un journalisme artisanal
2. Soutenir la création visuelle en Belgique
3. Appuyer notre indépendance
4. S'affranchir des GAFAM
5. Faire de la diversité une force
6. Être généreux et respectueux des gens et de l'environnement
7. Continuer à se marrer.

1 DÉFENDRE UN JOURNALISME ARTISANAL

Circuit court, qualité, contact humain, transmission, dignité : notre journalisme ne se fabrique pas dans un grand entrepôt mais dans un petit atelier. En novembre dernier, le « Monde diplomatique » soulignait qu'il devenait rare qu'un article de presse soit encore corrigé par deux personnes. Chez nous, chaque autrice, chaque auteur est épaulé et relu par une équipe de pilotage. On n'a pas dit que ça faisait gagner du temps. Mais bien du plaisir et de la qualité.

Et maintenant, on fait quoi ?

— **Les yeux ouverts sur les « déserts médiatiques ».** C'est ainsi que la Fédération européenne des journalistes appelle les régions sous-couvertes par les médias. Médor a déployé des efforts pour mieux s'ancre dans les provinces de Luxembourg et de Hainaut et enquêter sur des enjeux locaux. Nous voulons continuer à mettre notre nez dans des sujets et des lieux désertés.

— **Un soutien aux projets collectifs européens.** La collaboration avec des journalistes flamands ou européens permet d'augmenter la qualité de nos enquêtes et de mieux cerner nos



problématiques locales.

— **Pas de diversification.** Médor fait du journalisme, c'est déjà énorme. L'augmentation de nos recettes servira, en priorité, à assurer des salaires dignes à nos auteurs et autrices.

— **Rénovation de notre plateforme de mise en page et mise en ligne.** Nous mettons à jour nos outils pour assurer notre indépendance.

— **Une nouvelle rédaction.** Médor doit déménager. Nous rêvons d'un atelier proche d'une gare bruxelloise, au rez-de-chaussée, ouvert sur la rue, où nous pourrions échanger et travailler ensemble. Propositions bienvenues.

— **Un lien renforcé avec les librairies indépendantes.** Nos points

de vente ferment les uns après les autres ou finissent par ne plus faire que des paris sportifs ou du stockage de colis. Médor a créé un réseau de librairies amies (livrées à vélo), qui elles, continuent à privilégier le contact humain et le conseil. Nous avons des choses à faire ensemble.

2 SOUTENIR LA CRÉATION VISUELLE EN BELGIQUE

Rien ne raconte mieux un territoire que les images qu'il produit. Fait-on chez nous les mêmes photos qu'ailleurs, les mêmes BD, les mêmes illustrations ? Non ! À moins de ne puiser que dans des banques d'images mondialisées, d'avoir recours à l'intelligence artificielle et de suivre les esthétiques les plus instagrammables plutôt que celles qui portent du sens. En Belgique francophone, la photographie documentaire ou la BD reportage, fruits d'un long travail sur le réel, peinent à trouver leur place dans les médias. Médor a intégré, dès le départ, la dimension visuelle dans son projet journalistique, en choisissant de publier dans chaque numéro un long portfolio, une bande dessinée complète, des illustrations originales. Nous avons l'ambition plus large de parvenir à repenser le rapport textes-images, en commençant la réflexion visuelle en même temps que la réflexion journalistique - nous en sommes encore loin.

Et maintenant, on fait quoi ?

— **Un soutien réaffirmé à la photographie documentaire,** qui raconte la Belgique. Médor choisit le

camp du réel et ne publiera pas de photo générée par une intelligence artificielle. La photo étant un métier qui dépasse la possession d'un smartphone, nous ne demandons pas non plus aux journalistes de prendre des clichés vite faits pour illustrer leurs articles.

— **Pas de shopping dans les banques d'images**, à moins d'y ajouter un sérieux supplément d'âme et de création. Toutes nos illustrations sont créées ou retravaillées artisanalement et en circuit court. L'immense majorité d'entre elles sont publiées sous des licences ouvertes (licences libres ou Creative Commons) et donc accessibles gratuitement aux projets non commerciaux qui souhaitent les réutiliser.

— **Un rapport textes-images revisité.** Plus facile à énoncer qu'à financer ou à mettre en pratique, cette volonté reste fondamentale pour nous. Dans un monde où la place du visuel est devenue prépondérante et en constante évolution, notre journalisme réunit dans un même atelier les gens « de lettres » et « d'images ».

3

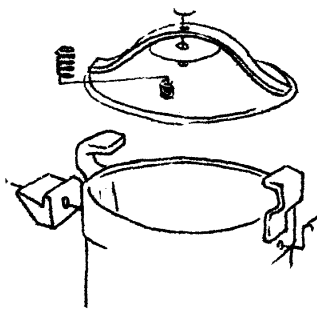
APPUYER NOTRE INDÉPENDANCE

« Est-ce qu'on peut relire votre article avant publication ? »

« Noooooooooooooon ! »

Si on nous pose tout le temps la question, c'est parce que cette pratique, contraire à la déontologie journalistique, s'installe pépère dans certaines rédactions. Tu écris sur mon super-projet d'upcycling ? Allez, je relis, comme ça, on est sûr que ça colle avec ma com. Cette demande de « droit de regard », nous devons

l'entendre (on ne compte plus le nombre de mauvaises expériences avec la presse qui nous sont relatées), mais nous devons surtout continuer à nous y opposer ! Médor défend son indépendance à tous les étages : recettes qui proviennent à 82% des ventes, place limitée pour la pub (maximum 3% de notre budget), structure en coopérative qui partage le pouvoir de décision entre des milliers de membres, refus de s'associer avec des organisations, même si nous partageons leurs valeurs. Nous veillons aussi à ce que nos journalistes, qui travaillent sous statut d'indépendants et peuvent



donc cumuler les collaborations, ne soient jamais en situation de conflit d'intérêts. Et que toute proximité avec un sujet soit affichée clairement. Ces positions ne sont pas neuves chez nous mais nous voulons mieux les soutenir et les communiquer.

Et maintenant, on fait quoi ?

— **Une position claire par rapport aux demandes de relectures** : la règle générale est de refuser toute relecture complète d'un article mais d'accepter éventuellement les relectures de citations ou d'interviews ; les exceptions sont possibles mais devront être justifiées (par la protection particulière d'une

source, par exemple) et exposées dans l'article. Médor s'engage à mieux communiquer sur cette question, envers ses journalistes et le lectorat.

4

S'AFFRANCHIR DES GAFAM

Cinq firmes américaines (Google, Apple, Facebook/Meta, Amazon et Microsoft), dites « GAFAM », contrôlent aujourd'hui la façon d'échanger, de chercher de l'info, de la mettre en forme et de la diffuser, partout dans le monde. À force, on va finir par avoir tous la même tronche, se faire piquer nos dernières données privées, aider à financer le tourisme spatial et perdre un savoir-faire graphique et informatique - qu'il est pourtant aussi urgent de relocaliser que la production de haricots ou la fabrication de vêtements. Lutter contre le monopole des outils informatiques, c'est gagner en robustesse, quitte à perdre en efficacité. Depuis son démarrage, Médor agite ses petits bras pour fabriquer ses outils informatiques sur mesure, proposer d'autres modes de mise en images et remettre l'humain au cœur des échanges sociaux. Médor s'engage, en tant que média, à poursuivre ce largage progressif des outils des GAFAM, mais aussi à encourager cette démarche chez ses membres et tous ceux et celles qui veulent nous suivre.

Et maintenant, on fait quoi ?

— **Pas de traque de données**, pas de cookies dispensables à la navigation. Nous ne cherchons pas à collecter vos données ou à réaliser des enquêtes qui nous permettraient de vous offrir du contenu

« individualisé ».

— **Pas de sponsoring** (contenu « boosté ») sur Meta/Facebook. Ni hier ni demain. Nous mettons l'argent ailleurs.

— **Un usage modéré des réseaux sociaux.** N'investissons pas de temps dans une course au clic, n'ajoutons pas du bruit et de l'agitation là où il y en a déjà trop. Médor explore des plateformes comme Mastodon. Il organisera plusieurs semaines de « périodes blanches » (sans publication). Et, surtout, nous privilégions les réseaux réels : via des rencontres avec nos librairies-partenaires ou nos lecteurs et lectrices ou notre réseau de petites annonces qui rematérialisent les échanges.

— **Une reprise en main des outils.** L'équipe de salariés de Médor (trois personnes) n'utilise pas de Google Forms, de tableaux Excel ou de Dropbox. À l'avenir, nous voulons mieux partager cette expérience de sevrage des GAFAM, notamment via des formations pour nos collaboratrices et collaborateurs indépendants.

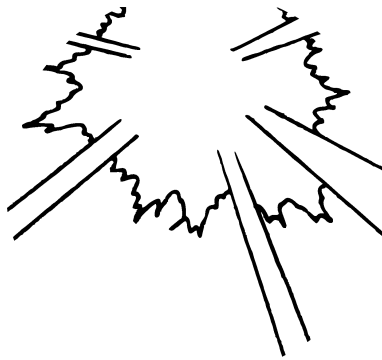
5

FAIRE DE LA DIVERSITÉ UNE FORCE

Il y a dix ans, nous avons choisi de ne pas préciser notre ligne éditoriale, de ne pas nous spécialiser dans une thématique (sport, politique, développement durable, moto), de ne

pas nous choisir un public cible, de ne pas nous engouffrer dans l'actu chaude. Nous voulions faire un magazine d'enquêtes et de récits sur la Belgique.

Ce côté généraliste n'est pas un non-choix. C'est, au contraire, l'une de nos plus grandes forces. Les réseaux sociaux, qui alimentent les conversations réelles, ne font que traquer vos préférences et vous offrir des contenus qui collent avec vos centres d'intérêt et vos idées. Nous faisons l'inverse des algorithmes : nous vous emmenons vers de nouveaux horizons. Et le support



papier, auquel nous tenons, renforce cet effet de découverte. La condition de ce journalisme de proposition, c'est la diversité des équipes. Médor a lancé, pour la première fois en Belgique, une bourse annuelle destinée à des journalistes qui ne se reconnaissent pas dans le profil majoritaire de la profession (homme, blanc, universitaire, éventuellement chiant).

Résultat : nous comptons aujourd'hui plus de femmes qu'avant, une certaine diversité d'âges, des minorités de genre, mais encore peu de diversité d'origines.

Peu de journalistes d'ascendance non européenne, porteurs d'un handicap, sans diplôme ou vivant hors des grandes villes.

Et maintenant, on fait quoi ?

— **Des bourses « inclusion » réinventées.** L'objectif initial était de recruter des journalistes capables de mener des enquêtes. Peut-être devrions-nous, pour la suite, penser à d'autres modes de collaboration, plus ouverts, plus flexibles, plus faciles d'accès pour ceux et celles qui n'ont pas encore beaucoup d'expérience ?

— **Un soutien au journalisme féministe.** Nos consœurs du magazine « Axelle » en parlent mieux que nous (voir leur dossier « Pour un journalisme féministe », janvier-février 2023). Une nouvelle éthique se met en place, qui transforme les façons de faire du journalisme. Nous voulons suivre ce mouvement, « pour mettre des mots justes sur des réalités injustes ».

— **Une réponse nuancée à la question de la légitimité.** Des étudiants, étudiantes et jeunes journalistes nous interpellent souvent : puis-je écrire sur l'endométriose si je n'en souffre pas ? sur le viol si je suis un homme ? sur des réfugiés africains alors que je suis une bourgeoise blanche ?

S'interroger sur nos identités et nos biais est une démarche salutaire, si elle améliore notre journalisme. Exposer notre proximité à un sujet augmente la confiance des sources et du lectorat. Mais nous refusons que le « journalisme situé » soit la seule voie possible, qui enfermerait les personnes dans leur identité. Notre journalisme dépasse nos expériences personnelles, transcende les anecdotes et vise une dimension politique et collective. Nous voulons, ensemble, améliorer ce monde.

6

RESPECTER LES GENS ET L'ENVIRONNEMENT

Il y a dix ans, il n'existait pas de réseau de livraison à vélo permettant de couvrir toutes les grandes villes de Wallonie. Ça ne nous arrangeait pas : nous avons fait la promesse que Médor serait livré à vélo. Pour les besoins de la cause, trois coopératives se sont alors organisées en réseau. Un réseau qui s'est ensuite maintenu pour d'autres demandes. Petit coup de pédale pour une diminution de notre empreinte carbone. Il y a dix ans, déjà, nous ne pouvions dessiner un projet le plus respectueux possible de l'environnement sans tenir compte d'autres urgences sociales. Dans ses articles comme dans son organisation, Médor ouvre les yeux sur la précarité, la crise du logement, le mal-être au travail ou l'épuisement. Nous sommes le seul média « Article 27 ». Au nom du droit d'accès à la culture et à l'information, les personnes en difficultés financières détentrices d'un ticket modérateur Article 27 peuvent se procurer le magazine gratuitement.

Et maintenant, on fait quoi ?

— **De la bienveillance envers nos sources et envers nos collègues.** Le journalisme d'investigation est traditionnellement un monde dur et viril, où il convient d'être « costaud » pour sortir de bonnes infos. Cela éloigne de nous certains publics, certains sujets, certaines personnes qui ont besoin d'un cadre plus rassurant et bienveillant pour s'exprimer. Nous voulons mieux prendre en compte l'impact, positif et négatif, de nos manières de travailler sur nos sources et nos collaborateurs et collaboratrices.



— **Le partage de l'info.** La majorité des articles et illustrations de Médor sont publiés sous une licence Creative Commons, qui vise à favoriser le partage, de façon gratuite. Cela signifie que vous pouvez les photocopier et les diffuser (avec quelques conditions, quand même). Nous proposons aux collaborateurs et collaboratrices d'opter pour la licence avec laquelle ils et elles se sentent le plus à l'aise.

— **Une augmentation des rémunérations.** Boucher le trou, c'est aussi envisager, le plus vite possible, d'augmenter les tarifs et les salaires de toute l'équipe et des collaboratrices et des collaborateurs. Médor est un des médias francophones qui paye le mieux à la

pige, mais nous savons que cela n'est pas suffisant.

— **Des mesures pour éviter la voiture.** Médor encourage ses journalistes à envisager la mobilité douce, notamment les combinaisons « train + voiture partagée » ou « train + vélo » pour explorer les tréfonds du pays.

— **Un traitement médiatique des enjeux sociaux et environnementaux.** Nous continuerons à porter notre regard critique sur les grandes questions d'aujourd'hui : les défis de la transition, la précarité, la santé, le logement. Sans complaisance.

7

CONTINUER À SE MARRER

C'est la promesse ultime, celle qui nous a poussés à nous lancer dans ce projet fou, celle qui nous a fait tenir et qui nous donne envie d'être encore là dans dix ans. On veut continuer à délirer sur des trous dans un magazine, des sujets impubliables ailleurs et des pages de petites annonces imprimées comme au siècle dernier.

Et maintenant, on fait quoi ?

— **Une réflexion sérieuse sur l'humour, la légèreté et la convivialité.** Nos articles sont trop longs, trop compliqués, trop déprimants, nous dit-on parfois. Comment continuer à traiter de sujets graves sans vous abattre et en vous offrant, au contraire, des moyens d'agir et de décoller ? Nous voulons faire en sorte que l'information soit un plaisir. Plaisir de mieux comprendre, de découvrir, de penser, de faire bouger. Un plaisir à partager.

— **Des fêtes !**

S'abonner à Médor, c'est participer à :

☂ La lutte contre l'accélération, l'uniformisation et la polarisation de l'information. Médor est un média de temps long et de nuances.

✂ La création d'un modèle **artisanal**. Nous prenons le temps d'aller sur le terrain et de construire une pratique d'atelier, où l'info se pense aux côtés de la maquette et de la diffusion.

🔍 Un journalisme qui assure sa qualité en créant une structure de travail éthique, **collective et innovante**. Nous ne cherchons pas la performance mais la robustesse.

✈ La survie d'un journalisme d'**enquête** en Belgique, libre de travailler sur n'importe quel sujet. Médor n'est adossé à aucun groupe de presse, aucun groupe commercial, aucune association ou organisation publique.

😊 **Une fête** où l'expérimentation et la surprise sont mises à l'avant-plan. Dans un laboratoire permanent, Médor adore bricoler, se marrer et, même, inventer.

🖨 Un projet en rupture avec les outils qui lissent nos idées et nos images. Médor **s'affranchit des GAFAM**, travaille avec des logiciels libres et fabrique ses propres solutions graphiques.

📶 Un magazine qui ne cherche pas à être le beau gosse de la cour de récré. Nos illus ne courent pas derrière l'esthétique à la mode mais derrière le sens.

🌿 Un média **généreux**, qui partage ses infos et ses outils avec le plus grand nombre. Médor est accessible à prix coûtant pour les personnes qui ne peuvent payer le prix fort. Son contenu est presque entièrement publié sous une licence qui favorise le partage.



🌐 Un nouveau modèle économique, qui garantit la liberté et la qualité du projet. Médor est d'ailleurs le premier média en Belgique francophone à s'être structuré en **coopérative**.

S'abonner à Médor, c'est aussi et surtout recevoir, chaque trimestre, notre magazine de 128 pages dans votre boîte aux lettres, ainsi qu'un accès illimité à nos archives et à nos enquêtes en ligne.

www.medor.coop/abo

**Médor n'est pas un chien.
C'est  un magazine
de 128 pages, d'enquêtes
et de récits, centré
sur la Belgique ;
 un labo-
ratoire de pratiques
et d'expé-
rimentations
collectives ;
 une coopérative
de plus de 1 800
citoyens
et citoyennes.**

**Soutenir ce projet, c'est se
donner de la liberté, du
plaisir, de l'espoir et des
moyens d'action face à un
monde en crises. Faites-le
tout de suite :**

medor.coop/abo

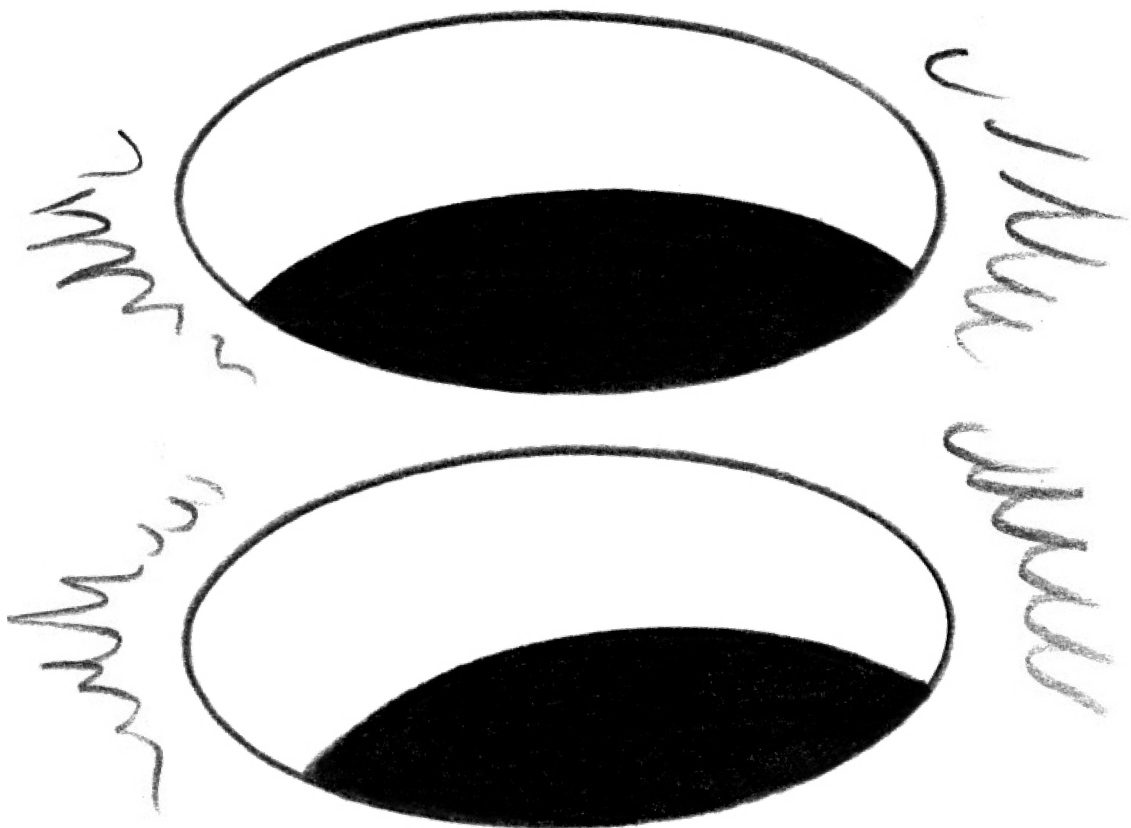


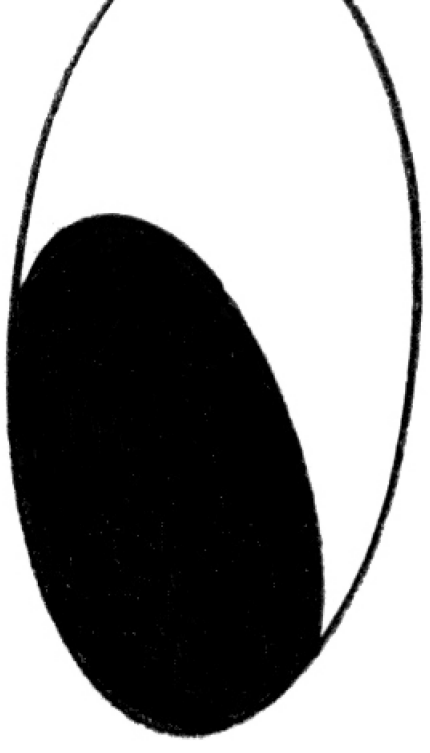
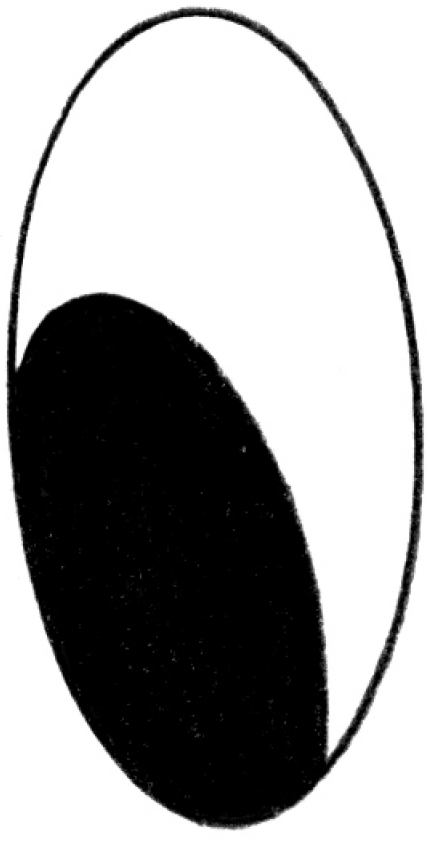
**Vous avez lu cet appel
et souhaitez nous soutenir ?
Abonnez-vous, ou offrez
un abonnement.**

medor.coop/abo

**Faites tourner cet appel
autour de vous. Il est
disponible en ligne.**

medor.coop/appel





Handwritten scribbles



Handwritten scribbles

