

Rapport d'activité et de gestion 2021

Tour d'horizon des projets de Médor et des chiffres qui les accompagnent

1. Le Projet Coopératif

Médor est un média. C'est aussi un projet sociétal innovant. L'assemblée générale et ce rapport d'activité sont l'occasion de rappeler nos fondements.

Médor n'a à sa tête ni grand·e patron·ne ni puissant groupe d'entreprises. Pour un projet de presse indépendant, se constituer en coopérative était une évidence. La force et l'intelligence du collectif nous permettent chaque jour de poursuivre en toute liberté notre travail d'intérêt public. Plus de 1700 personnes sont aujourd'hui garantes de notre indépendance. Cette coopérative est la prunelle de nos yeux.

Les valeurs d'indépendance, de solidarité et de transparence guident les choix structurels et éditoriaux de Médor depuis ses débuts. Ils se retrouvent ainsi à de nombreux niveaux de la structure.

L'organisation interne et fonctionnement

L'organisation interne de Médor a été réfléchi de manière horizontale, afin d'encourager la collaboration des corps de métiers et éviter des formes de prises de pouvoirs individuelles au sein du média.

Trois salariés assurent les fonctions de coordination du projet. Ce pôle, baptisé « sortie d'usine », gère la stratégie financière, la communication, la diffusion et la participation.

Le pôle « producteur de sens » (éditorial et iconographique) est piloté par des freelances sur un principe de responsabilités tournantes.

Simple d'apparence, cette organisation a pourtant demandé la mise en place d'outils de transmission efficaces pour assurer la bonne communication interne. En 2021, le travail a été poursuivi sur des chantiers tels que le profil des fonctions de « pilote » (journalistes et visuels), l'organisation de réunions de passation trimestrielle et la mise à plat de l'entièreté de l'entreprise, notamment en retravaillant un organigramme de la structure (voir rapport de gestion)

Les outils libres

Imaginer un média qui construit autrement l'information avait-il du sens, si on le réalisait avec des outils propriétaires (où le code est fermé et dont la licence pour les utiliser obligatoirement payante)? Les logiciels qui font Médor, papier comme web, sont libres (ou open source). Cela vaut aussi pour nos polices de caractères, que l'on dénicher dans des fonderies open source ou que nos graphistes créent. Le site est, lui, hébergé par Gandi, sur un domaine public. Enfin, nous encourageons nos collaborateurs et collaboratrices à adopter des licences Creative Commons pour faciliter le partage de leurs articles.

La participation

En 2021, Médor a continué de développer sa dimension participative. Notre journalisme participatif cherche, d'une part, à impliquer les citoyen·nes en amont des enquêtes pour qu'ils et elles amènent de l'information aux journalistes et, d'autre part, à mobiliser des communautés spécifiques pour qu'elles saisissent des résultats de l'enquête et les fassent circuler.

Pour porter ce projet ambitieux, Médor dispose depuis 2019 d'un chargé de participation, en la personne d'Esteban Debrulle. En 2021, il a notamment accompagné la conclusion des thématiques « travail » et « hopitaux » développées sur le web et l'enquête sur l'hypersurveillance.

L'inclusivité

Médor est trop blanc, trop mec, trop chiant ? À la rédac, on a décidé de s'activer et de lancer un gros plan diversité.

Pour la deuxième année consécutive, nous avons invité les journalistes moins visibles dans l'espace médiatique, ou ayant moins facilement accès aux rédactions, à proposer des projets d'investigation ou de reportages approfondis sur la Belgique. C'est notre fameuse « bourse inclusion » qui offre 2000€ et un accompagnement à la personne (ou groupe de personnes) lauréate. En 2021, Karim Aït-Gaçem a été choisi et a signé des articles dans les numéros 23 et 24. On peut dire qu'il est, depuis, devenu un collaborateur régulier.

Un chantier sur l'écriture inclusive a également été ouvert en 2021. Après plusieurs tables de discussion avec les pilotes édito et icono, des collaboratrices régulières et notre correcteur Eddy Boumans, Médor a abouti à une liste de suggestions et de références à destination des journalistes. Mais puisqu'il y a 40.000 manières de faire, Médor assumera dans ses pages la diversité des pratiques, sans imposer des normes strictes (ce qui, en somme, vaut pour beaucoup d'aspects de Médor, ce rapport d'activité en est la preuve).

Par ailleurs, Médor a des typographes à l'inventivité débordante. Ces têtes chercheuses réfléchissent à une graphie, des lettres qui intègrent de manière harmonieuse l'inclusivité et/ou la non-binarité.

Toujours accompagné·es de la cellule diversité d'Actiris en 2021, nous avons continué à mettre en place des actions comme un plan de formation autour de la diversité pour le personnel de Médor, la valorisation du parcours de nos stagiaires.

Accessibilité

Rien de nouveau cette année, nous gardons la même politique de prix qu'à nos débuts : une seule formule éditoriale, accessible à différents prix (petit revenus, juste prix, prix de soutien). Nous souhaitons absolument éviter que le prix devienne un obstacle à l'accessibilité de l'information.

Il existe aussi plusieurs façons d'accéder aux contenus de Médor, librement et gratuitement :

- Grâce à notre partenariat avec l'asbl Article 27 Wallonie, toute personne

détentrice d'un ticket modérateur peut se procurer le magazine gratuitement par simple demande mail. En 2021, nous avons ainsi pu offrir 222 exemplaires.

- Sur la page d'accueil, les huit derniers articles Médor sont toujours en accès libre. Certaines autres publications sont également gratuites, à durée indéterminée.
- Via la période d'essai d'un mois, sur le site, gratuite et sans engagement
- Nos magazines se trouvent dans de très nombreuses bibliothèques et centres de documentation à travers le pays.
- Enfin, Médor encourage ses membres et ses lectorices à prêter leurs magazines une fois lus. L'information, ça se partage Et nous insistons aussi sur la période d'essai d'un mois gratuit pour pouvoir consulter tout Médor en ligne (archives des magazine, magazine en cours et exclus web).

Accompagnement

Dans sa volonté de s'ouvrir et renouveler son vivier de collaboratrices, Médor collabore avec de très nombreux-ses journalistes ou illustratrices freelances. Tous et toutes n'ont pas le même mode de facturation et, pour certains, c'est parfois leurs premières factures. Nous prenons donc le temps de les accompagner au mieux dans ces premiers pas administratifs (via la Smart, Merveille, des contrats étudiants,...).

En 2021, nous avons également eu le plaisir d'accueillir et d'accompagner des stagiaires aux profils aussi variés que Jamila Boulaya (bureautique), Antonio Morettini (sciences politiques et big data), Léo Gossens (sociologie et gestion de l'environnement) et Sirine Elkoulali (communication)

Plusieurs étudiant-es ont choisi Médor comme cas d'école, dans le cadre de leurs travaux universitaires. Les sujets de recherche sont souvent liés à l'intelligence collective, l'organisation en coopérative ou notre modèle commercial. Nous en avons rencontré une quinzaine en 2021.

2. Le projet éditorial

La rédaction de Médor

L'offre éditoriale de Médor inclut 4 magazines par an, disponibles sur papier et en ligne, des exclusivités web, des séries (« Histoires » et « Questions ») et, en 2021, une grande enquête participative.

Les rédactions papier et web ont été pilotées à tour de rôle par Chloé Andries, Olivier Bailly, Philippe Engels, Céline Gautier et Quentin Noirfalisse.

Organisée en trios changeant chaque trimestre, la rédaction choisit les sujets, lance les articles et les fait aboutir, gère le rythme des publications, les relectures, les rencontres avec les journalistes, les publications. Ce trio prend aussi en main la vie de la rédaction : les réunions, les propositions de collaborations ou innombrables demandes de stage ou de participation à des colloques, conférences, soupers moules-frites, etc.

Premier trimestre : Olivier Bailly, Philippe Engels et Céline Gautier
Deuxième trimestre : Céline Gautier, Quentin Noirfalisse et Chloé Andries
Troisième trimestre : Philippe Engels, Chloé Andries et Olivier Bailly
Quatrième trimestre : Quentin Noirfalisse, Olivier Bailly et Philippe Engels

Les visuels de Médor

Pour chaque numéro, un duo de pilotes « icono » (graphistes et auteures visuel·les) prend en charge l'univers visuel de Médor (magazine, web, affiches, sets de table et autres productions) pendant six mois avant de passer le relais à un autre duo.

Premier trimestre : Antoine Gelgon et Quentin Jumelin
Deuxième trimestre : Colin Delfosse et Quentin Jumelin
Troisième trimestre : Ludi Loiseau et Antoine Gelgon
Quatrième trimestre : Louis Garrido et Alexandre Leray

Dans les pages de Médor

De quoi a-t-on causé, dans les pages de Médor, en 2021 ?

Chaque numéro est ouvert par un éditorial, esquissant les thématiques qui seront traitées dans les pages qui suivent, à travers les récits et enquêtes ou l'armée de thématiques. Parmi ces thématiques, certaines ont été fidèles au poste, dans chacun des quatre numéros : Enquêteke, Sexe de Médor, Trait belge, Moment flamand, Portfolio, Entretien, BD et Nombriil de Médor. D'autres étaient récurrentes, comme l'Étude du milieu, Fulguropoint, Portrait, Médor à jouer, Aire libre et On n'en a pas fini.

À partir du numéro 19, les contenus numériques ont fait une incursion dans le papier, avec la rubrique « Médor web » qui présente, dans les grandes lignes, les chantiers menés sur le web et ce qui les rapproche ou les différencie.

Sur Médor-point-coop

Depuis son développement en 2019, le site web est véritablement pensé comme le deuxième pilier de Médor, complémentaire du magazine papier. Étendre l'offre éditoriale de Médor au web a permis à la fois d'augmenter la quantité de productions journalistiques et d'élargir le public. Ce public est dorénavant considéré comme un ensemble de « membres d'une communauté » plutôt que d'« abonné·es passif·ves » et le site de Médor a été spécifiquement conçu pour permettre un journalisme participatif.

En 2021, deux thématiques ouvertes en 2020 (« Mon travail, mon enfer » et « L'enquête de santé »), ont été clôturées pour laisser place à de nouveaux formats et d'une grande thématique transversale, toujours exclusivement publiés sur le site. Ils seront développés dans les points suivants.

Mon travail, mon enfer

De janvier 2020 à janvier 2021, Médor a mis en évidence les logiques d'exploitation comme conséquences directes de la fraude sociale organisée. Les conclusions des enquêtes ont souligné que les mêmes mécanismes de fraude se répètent dans différents secteurs et que, malgré l'ampleur du phénomène, l'État reste inactif.

C'est ainsi qu'est né "l'Appel des 100 pour un marché du travail décent", un court argumentaire qui débouche sur une recommandation claire : la mise en place d'une Commission d'enquête parlementaire sur les carences de la lutte antifraude. 100 personnalités ou organisations ont signé cet Appel, diffusé le 25 février 2021.

Le texte de l'Appel ait été remis à Eliane Tillieux, Présidente de la Chambre et, pour marquer le coup, une vidéo a été réalisée. Celle-ci rappelle les bases de l'enquête et la nécessité démocratique de lutter contre la fraude. Elle a été diffusée en décembre 2021.

L'enquête de santé

Les 3 premiers mois de 2021 ont permis de conclure l'enquête sur les failles de notre système de soins. Le fonctionnement des hôpitaux est de plus en plus soumis à des logiques d'économies budgétaires, à une rationalisation des services qui pousse le personnel soignant à bout.

Enfin, pour rassembler les témoignages, révélations et données récoltés tout au long de cette thématique, Médor a coproduit avec la RTBF le documentaire sonore « L'hôpital qui chavire », diffusé en mars 2021.

Histoires

À partir de janvier 2021, Médor a proposé à ses membres deux nouveaux rendez-vous mensuels (hormis les mois de publication des numéros papier), en exclusivité sur le site.

Le premier était une « histoire », un portrait phénoménal, insolite ou dramatique, en trois parties.

Huit histoires ont été diffusées : « Profession, démineur », « Quels soins pour mon fils ? Il est en prison », « Les fantasmes de George », « Donnez-moi tort », « Pierre s'en allait en guerre », « Autopsie d'une étrange mort en cellule », « Un corps hors-norme » et enfin, « Les juges et l'ado. »

Questions

Parallèlement aux « histoires » étaient publiées les « questions. » Leurs séquençages et leurs rythmes de publication sont similaires à ceux des histoires. Mais alors que les histoires sont des récits organisés autour d'une personne, ce format-ci cherche à répondre à une question d'investigation.

2021 a compté huit questions : « La Belgique va-t-elle bousiller son patrimoine ciné ? », « Des frites, oui, mais à quel prix ? », « La Belgique, pays labo ? », « Où sont passées nos allumettes ? », « Et si on donnait nos embryons ? », « L'ecstasy, ça pollue combien ? », « Parlement wallon : c'est qui le patron ? » et « Comment échapper à la Justice (quand on s'appelle Stéphane Moreau) ? »

En février 2021, nous nous sommes associés aux médias Apache (FL) et Médiacités (FR) pour réaliser une enquête transfrontalière sur l'industrie de la pomme de terre et son impact économique et environnemental (publié, chez Médor, sous la question « Des frites, oui, mais à quel prix ? »). Les enquêtes ont été diffusées sur les site de

chaque médias et rassemblées sur une plateforme commune, « Les gros sur la patate. »

Coups

Plus rarement, Médor a publié des « coups. » Un coup, généralement publié en un seul épisode, est « une info qui fait boum, le fruit d'un long travail d'enquête, d'un coup de bol ou d'une révélation d'un·e citoyen·ne, vérifiée, consolidée et remise en contexte par nos journalistes. »

En pratique, sous l'étiquette « coup » tombaient principalement les suites d'enquêtes menées précédemment, les compléments web d'articles papier ou des archives republiées.

Médor s'est associé au quotidien Le Soir pour révéler, le 4 février, que Jean-Claude Fontinoy, proche de Didier Reynders, était accusé d'avoir accepté une enveloppe de 50 000 euros pour intervenir dans l'explosif dossier des fonds libyens et aider le prince Laurent à récupérer son argent perdu. L'enquête a été publiée dans les deux médias.

Dans le numéro 25 (décembre 2021), une enquête se penchait sur les transformations de la communication politique, à l'ère des réseaux sociaux. Recrutement de jeunes experts, nouveaux formats, budgets publicitaires en hausse... Bien avant la campagne électorale, la Belgique est déjà la championne européenne des dépenses publicitaires sur le réseau social.

Sur le site de Médor, cette enquête a été prolongée par un *newsgame*, qui glissait les joueur·euses dans la peau des *social media editors* de Raoul Hedebouw ou Georges-Louis Bouchez et révélaient ainsi les nouveaux impératifs de la communication politique.

Hypersurveillance

En avril 2021, Médor a lancé une grande enquête participative consacrée à l'hypersurveillance. Dans les domaines de la sécurité, la santé et la famille, nous avons décortiqué la façon dont une société bascule de la vigilance à la surveillance.

Cette enquête a été un chantier d'envergure. Elle a mobilisé cinq journalistes — Chloé Andries, Olivier Bailly, Philippe Engels, Catherine Joie, Quentin Noirfalisse — et a été coordonnée par Esteban Debrulle. Sarah Fabre a illustré les articles.

À travers les trois thématiques, la volonté a été de mêler le travail d'enquête à la mise en récit. Le scénariste belge Boris Tilquin a donc accompagné l'équipe dans la construction de personnages fictifs et leurs arcs narratifs. Alix et Sacha ou la famille Rienacacher ont été des artifices pour faire découvrir aux lecteurices les divers fichages numériques auxquels nous sommes (ou pouvons être) confronté·es en tant que citoyen·nes belges. Des personnages fictionnels mais des informations bien réelles.

L'enquête Hypersurveillance a également été l'opportunité de tirer parti des outils qu'offrent le web. Les articles ont été séquencés en séries, certains ont été

développés sous formes de quizz, ou de « wiki », des messages audio ont été insérés dans des récits, etc. La dimension participative de cette enquête s'est fortement appuyée sur des questionnaires à destination de publics précis (médecins, adolescent-es, parents,...) et le travail de prise de contact, mise en relation, organisation de rencontres, etc.

Parce qu'on ne voulait pas laisser nos membres dans le noir suite à la lecture de nos articles, nous avons mis sur pied des ateliers destinés à apprendre à protéger sa vie privée en ligne. Des balades ont aussi été organisées pour découvrir où se trouvent les caméras de surveillance. La Ligue des familles a été notre partenaire pour proposer des ateliers d'accompagnement des premiers pas des enfants dans le monde du numérique.

En 10 mois, le travail d'enquête et la participation citoyenne ont donc permis la publication de 39 articles, plus de 1000 réponses à nos questionnaires, la mobilisation de 500 actrices clés de la société civile et l'organisation de 12 ateliers participatifs.

Mais qu'est-ce qu'a révélé cette enquête ? Les thématiques plus en détails :

Hypersurveillance policière

La surveillance d'activités criminelles par la police est nécessaire. Mais la finalité des outils est-elle toujours bien respectée ? Ces outils répondent-ils aux impératifs légaux nationaux et internationaux ? Et avec quels garde-fous pour notre vie privée ?

Cette première thématique s'est structurée en deux temps, autour de deux sujets : le fonctionnement opaque de la banque de données générales de la police (BNG) et le recours aux caméras de surveillance.

À ce jour, plus de 3 millions de belges sont encodés dans la Banque Nationale Générale, parfois pour des motifs saugrenus. Nous avons également appris que la BNG a fonctionné sans loi claire et précise pendant 12 ans et que l'archivage (pourtant obligatoire) de nos données est une notion abstraite. Ce laisser-aller n'est pas sans conséquences dans la vie privée et professionnelle des citoyen·nes. Enfin, la crise du Covid a décuplé le fichage de nos déplacements, via le PLF, et nous rend coupables "a priori" d'une infraction.

Que ce soit à Courtrai, Namur ou sur les autoroutes, les services de police expérimentent volontiers la vidéosurveillance, les « bodycams » ou la surveillance par reconnaissance de plaque d'immatriculation. Sauf que ces investissements sécuritaires se font sans vision politique claire, sans connaissance précise de l'impact sur la criminalité ou sur le déroulement des interventions policières mais au profit de firmes privées.

Hypersurveillance sanitaire

Cette deuxième thématique a mis en lumière le fait que nous sommes quasiment tous·tes (9,5 millions de Belges) consentant·es, malgré nous, à la circulation de nos données de santé. Hôpitaux, médecins, mutuelles,... peuvent se refiler allègrement nos informations privées, pour améliorer la qualité du soin. Se pose aussi la question

du croisement de ces données. Il y a des risques non-négligeables que toutes les infos sur notre état de santé soient rassemblées sur une seule et même giga base, vissées à notre identité administrative : le numéro de registre national. Que peut-on faire avec des données de santé ? Le droit à la santé et le droit à la protection de la vie privée sont-ils conciliables ?

À travers les récits fictifs d'Alix et de Sacha puis d'enquêtes et analyses plus conventionnelles, cette thématique a donc travaillé sur la procédure technique d'un croisement de données ; sur les risques de discriminations au départ de données de santé ultra sensibles (avec le cas de personnes porteuses du VIH) ; la question du consentement éclairé eHealth (suis-je d'accord, ou non, en tant que patient·e, que mes données de santé soient partagées par voie numérique entre mes différent·es médecins ?).

Durant un an, l'enquête "Hypersurveillance sanitaire" a évolué dans le contexte tout particulier de la crise sanitaire. Ce travail d'enquête et d'analyse est également intervenu en pleine période de turbulence, en Belgique, quant à la numérisation et la gestion publique des données de santé. L'article de conclusion se présente sous la forme d'une FAQ, pour faciliter la lecture, la compréhension des enjeux, l'enchaînement des problèmes au niveau de la gestion publique des données de santé.

Hypersurveillance familiale

Enfin, cette troisième thématique a cherché à décoder nos pratiques quotidiennes, comprendre la place qu'occupe le smartphone dans nos familles. Dans le cercle familial, le monde numérique a pris une place très importante. Et la volonté de contrôler son contenu est souvent bien présente. Mais est-on toujours alerte sur les risques de dérapage que des outils ou des pratiques de contrôle font courir à notre vie privée ou à celle de nos enfants ? Si on veut protéger ce qu'on a de plus cher, faut-il que cela se fasse au détriment des espaces d'intimité nécessaire à chacun·e ?

Ici encore, la thématique s'est divisée en plusieurs temps. D'une part, la présentation des enjeux de l'hypersurveillance familiale, à travers des personnages fictifs et un scénario fait de suspense et rebondissements. D'autre part, une démarche participative basée sur des questionnaires auxquels ont répondu 1104 parents et ados. Les réponses à ces deux groupes ont été analysés dans des articles, par nos journalistes et avec l'aide d'une sociologue. Quelques tendances s'en sont dégagées : il existe un relatif bon contrôle du téléphone par les ados, ils et elles savent comment contourner les interdictions de leurs parents et savent même espionner ces derniers, etc. L'analyse des réponses a été complétée par des interviews d'adolescent·es et de parents.

La thématique a été conclue par un article rassemblant les enseignements de ce millier de questionnaires remplis, des centaines d'articles lus et des dizaines d'entretiens réalisés.

Clôture de la thématique

La pièce finale de cette investigation participative réunit les 3 problématiques et s'est trouvée dans notre numéro 26 (mars 2022) ainsi que sur le web. Il s'agit d'un

entretien croisé entre deux experts : Franck Dumortier chercheur et Willem Debeuckelaere,

3. La diffusion

Les outils de communication et de diffusion n'ont pas fondamentalement changé en 2021. Mais le site est désormais doté d'une nouvelle fonctionnalité pour faciliter la navigation et renvoyer plus régulièrement nos membres vers les dernières parutions. Désormais, la barre de recherche (qui a bénéficié d'un lifting) est complétée par des tags, qui permettent de filtrer nos publications. Les membres peuvent s'abonner aux tags et ainsi recevoir une notification par mail lorsqu'un article est mis en ligne.

Newsletter et réseaux sociaux

Des newsletters tiennent le public de Médor informé de ses dernières actualités et assurent leur adhésion à notre projet. Elles sont au nombre de trois, selon le "type" de public à qui elles s'adressent :

La newsletter tout public

Donne des nouvelles généralistes concernant les thématiques traitées par Médor, à destination de lectrices nous connaissant moins. Ils et elles se sont inscrit-es via le site pour en savoir un peu plus sur nous.

La newsletter aux membres

Réservée aux membres de Médor, celles et ceux qui ont souscrit à un abonnement payant, cette newsletter fait l'actualité des publications accessibles dans les pages du magazine et sur le site, une fois par mois.

La newsletter aux coopérateurices

Cette dernière reprend les indicateurs chiffrés de l'entreprise (diffusion, coûts, etc.) par souci de transparence et afin de permettre aux coopérateurices de suivre l'activité de Médor en aval du conseil d'administration.

Les newsletters sont envoyées via Mailtrain, un système d'envoi auto-hébergé, où les données utilisateurs (mail, nom, prénom) ne sont pas confiées à une application tierce.

Medor est aussi présent sur les principaux réseaux sociaux (Facebook, Instagram, twitter, mastodon, LinkedIn) toujours sans contenu sponsorisés. Nous récoltons mensuellement les indicateurs de suivi de ces principaux outils. La tendance à retenir pour 2021 est la suivante ; le site Medor.coop est de plus en plus (et principalement) visité par un public y accédant via le moteur de recherche ...

Depuis octobre 2020, Louis Van Ginneken aide notre chargée de communication, Tiffany Lasserre et à équivalent d'un jour/semaine. Il se charge de promouvoir nos actualités et décliner l'information sur Instagram et Facebook, en accord avec les usages respectifs de ces plateformes.

La campagne de comm

Pour la première année, Medor a fait appel à une agence de communication extérieure (Hungry Minds) afin de promouvoir l'enquête hypersurveillance en proposant aux personnes intéressées de s'inscrire à notre période d'essai. Cette campagne a pris la forme de spots radio, d'échanges publicitaires, de sets de post et de stories pour encadrer les réseaux sociaux. Il est toujours très difficile d'analyser l'impact d'une campagne de communication, mais si on s'arrête sur la prise de période d'essai sens stricto, force est de constater que nous avons engendré moins de période d'essai de avril à octobre 2021 que d'avril à octobre 2020

Collaborations

Afin de développer l'audience ou le réseau de Médor, plusieurs partenariats médiatiques ont été conclus.

Depuis le numéro 21 (décembre 2020), PointCulture et Médor s'associent pour concocter des playlists belges et curieuses des sommaires de Médor. Leurs recommandations musicales sont ajoutées en fin d'articles et rassemblées sur leur site.

Une enquête sur les conditions de travail des coursiers de Deliveroo a été publiée dans le numéro 22. La plateforme nosfuturs.net, a diffusé le documentaire « SHIFT » sur le même sujet et réalisé par la même journaliste. C'était le 1er mai, journée internationale des travailleur·euse·s.

Depuis septembre 2021, la radio Chérie FM consacre chaque mois un épisode de podcast à Médor. Dans « L'info Médor », les journalistes sont invité·es à venir présenter une enquête ou une démarche journalistique.

Alter Echos, Axelle, Imagine, Le Ligueur, Médor, Tchak ! et Wilfried ont exprimé, en 2021, le désir et le besoin de se serrer les coudes. De ce sursaut de solidarité est né KIOSQUE, un collectif pluriel de médias belges, francophones et libres qui pratiquent un journalisme ancré dans la déontologie et fondé au printemps 2022. À travers une série d'actions communes, prévues en 2022, ce collectif entend peser au sein de la société belge et utiliser sa dynamique solidaire pour faire entendre sa voix auprès du monde politique ainsi que dégager des scénarios économiques visant à préserver la liberté et la diversité de la presse.

Médor continue aussi de soutenir ses partenaires de vente et notamment les librairies indépendantes en leur proposant un système de dépôt-vente, une commission de 30% par numéro vendu, et une relation sans intermédiaire pour les commandes.

Des numéros vieux de plus d'un an sont régulièrement distribués lors d'événements ou de campagnes promotionnelles.

Enfin, plusieurs collaborations ont lieu aussi dans le secteur de l'économie sociale avec le groupe ESCAPE, nous prenons part à des réflexions d'ordre macro sur le secteur coopératif et, auprès de Coopcity, participons à des interventions avec d'autres coopératives.

Impact social

En 2021, Médor figure parmi les lauréats d'une bourse permettant d'évaluer l'impact social des entreprises via un accompagnement de la SAWB. Voici ce que la SAW-B entend par « évaluation » : « Evaluer les impacts, c'est mettre la structure et ses missions au centre de l'évaluation, là où elle peut agir. Au lieu d'évaluer les destinataires de son action, elle évalue son action. Qu'est-ce que je fais ? Comment je le fais ? Pourquoi je le fais ? On peut partir des bénéficiaires, des usagers, des travailleurs pour qu'ils expliquent ce qu'il se produit, comment et pourquoi. »

La préparation de cette étude a déjà eu lieu en 2021 notamment via une première réunion de réflexion avec notre accompagnatrice de la SAW-B et par la mise sur pied d'un comité d'accompagnement réunissant les différents niveaux de décision et métiers de Médor.

Quelques exemples concrets (mais non-exhaustifs) de l'impact de Médor sur la société :

- En 2020 nous lançons une enquête participative sur l'état de santé des hôpitaux belges. Ce travail nous a permis de lever le voile, en 2021, sur les conditions de travail des médecins assistants candidats spécialistes (MACCS). Depuis nos publications, nourries par une large participation des médecins eux-mêmes, plusieurs hôpitaux ont fait l'objet de contrôles par l'auditorat du travail et risque des sanctions.
- Depuis notre article « Bébés placés, accrochez-vous, détachez les ! », une enquête fut menée au sein de l'ONE à la demande de la Ministre de la Petite Enfance et 6 mois plus tard, les SASPE disposent de davantage de personnel d'accueil des enfants, afin d'améliorer prioritairement l'encadrement durant la nuit. Des renforcements complémentaires sont prévus dès 2024.
- « Un de vos articles a mené à un texte parlementaire » nous a informé Margaux De Ré, députée écolo au Parlement bruxellois. Une proposition de résolution pour sensibiliser à la contraception masculine et encourager à responsabilité partagée a été déposée le 19 juillet. L'article qui a mené à ce texte est la bédé "Les coucougnettes", rédigée et illustrée par Guillaume Lion, dans le Médor 23. De toute l'histoire de Médor, c'est la première fois qu'une bédé monte au Parlement.

Médor dans les médias et en conférence

Médor est un des rares médias ayant sa propre attachée de presse, Micheline Vande Zande. C'est une façon de rendre visible notre contenu.

Depuis quelques années et particulièrement en 2020, il est cependant de plus en plus compliqué d'avoir les honneurs de la presse. Fin de l'effet nouveauté ? Actualité surchargée laissant peu de place à des sujets de fond ?

Médor a cependant été invité 20 fois dans les médias :

Date	Sujet	Média
20 décembre	Facebook et Politique	BXFM
11 décembre	Cuves Mazout	Rtbf / La première
1 novembre	Hyper surveillance	Radio Panik

11 octobre	Agnes, travailleuse adaptée	Rtbf
6 octobre	INEOS	RTBF - Déclic
4 octobre	Hyper surveillance familiale	Chérie Belgique
11 août	Kazakhgate	Blast - Youtube
2 juillet	Hypersurveillance	Technopolice
22 juin	Mon Bel Américain	Rtbf- La première
2 juin	Hypersurveillance policière	Rtbf-Auvio
10 mai	Fantômes de Georges	BXFM
26 mars	Données médicales	RTBF - La Première
19 mars	Belgique et cinema	Rtbf - Auvio
18 mars	Appel des 100	LN24 - Les Visiteurs
3 mars	Belgique et cinema	Rtbf - Auvio
9 février	Enquête Cinematek	Radio Panik
5 février	Enquête Cinematek	BXFM
25 janvier	Bourse inclusion	Radio Campus Bruxelles
5 janvier	Le choix du K	RTBF - La Première

De manière plus ou moins régulière, les journalistes de Médor sont également invité·es à participer à des conférences.

Date	Sujet	Evenement
22 novembre	Agnès, travailleuse adaptée & icono	Ateliers indigos
5 novembre	Iconographie	Biennale Exemplaires
18 octobre	Journalisme participatif	Festival des libertés - Bruxelles laïque
7 Octobre	11M de suspects	Festival des libertés
5 octobre	-	Francofaune
18 Juin	Le clan Reynders	Le foire du Livre
11 Mai	Sécurité de la presse	Conférence AJP
29 avril	Mon travail, mon enfer	Conférence AGL et PKS
12 avril	Mon travail, mon enfer	Financité
27 Avril	Gros sur la patate	Webinaire, patates en colère
30 Mars	Mon travail mon enfer	Conférence - CLE de l'Ulb
29 mars	La santé dans tous ses états	Cycle de confs. - CEPAG

Enfin, Louis Garrido et Ludi Loiseau sont allés présenter Médor à la biennale « Exemple » à Toulouse. Cette manifestation rassemblant des étudiant·es et enseignant·es de 13 écoles d'art et de design francophones s'envisage comme un lieu de partage, d'échange et de mise en lumière de leurs pratiques d'édition et de leurs regards sur la production contemporaine

4. La gestion interne de Médor

Le Conseil d'administration et son fonctionnement

Si la rédaction est le cœur de Médor, le Conseil d'administration (CA) en est la tête. Pendant l'année 2021, le CA de Médor était composé de 3C (représentants des coopérateurs) et 4F (représentants des fondateurs).

Le CA s'est réuni 10 fois. Pour rappel, le poste d'administrateur est bénévole. Chaque administrateur prend en charge la coordination de la réunion à tour de rôle. Le CA prend des décisions stratégiques et soutient la directrice dans l'opérationnel. Cette dernière a un mandat lui permettant de prendre seule toute décision dont les conséquences ne dépassent pas un an et 35.000€.

Les principales décisions du CA ont été les suivantes :

- Stratégie de développement général.
- Stratégie financière : réalisation des plans financiers et suivi de ceux-ci. Mise en place de la levée de fonds. Recherche de financements.
- Stratégie organisationnelle : notamment dans le cadre de la mise à plat de la constellation medorienne
- Stratégie de communication et de marketing, et suivi des actions, notamment dans le cadre de la collaboration avec Hungry minds
- Mise en place et suivi des indicateurs de vente et de fréquentation du web et des rs
- Organisation de l'AG.

En 2020, le CA était composé jusqu'en juin de

Colin Delfosse, (F) Ludivine Loiseau (F) Sarah Magnan (F) Quentin Norifalisse (F), Carole Brezillion (C), Aude Garely (C) et Jean-françois Herz (C)

et à partir de juin de Colin Delfosse, (F) Ludivine Loiseau (F) Sarah Magnan (F) Quentin Noirfalisse (F), Jean-François Dumont (C), Malaurie Chokoualé Datou(C) et Jean-françois Herz (C)

L'équipe et son fonctionnement

L'équipe de Médor se compose de plusieurs pôles, chacun avec leur logique propre.

Le pôle entreprise ou sortie d'usine

Il fait en sorte e.a. que Médor soit chaque trimestre dans vos boîtes aux lettres ou votre librairie, qu'on en parle au maximum et que les auteurs ou illustrateurs soient payés à temps. Il élabore aussi des scénarios stratégiques soumis au CA.

« Fakira » (directrice): Laurence Jenard

coup de main comptabilité fournisseur, suivi des droits d'auteur et des déclaration TVA : Pascale Damsin

Responsable communication et diffusion : Tiffany Lasserre

Coup de main réseaux sociaux : Louis Van Ginneken

Responsable participation: Esteban Debrulle

Le pôle éditorial :

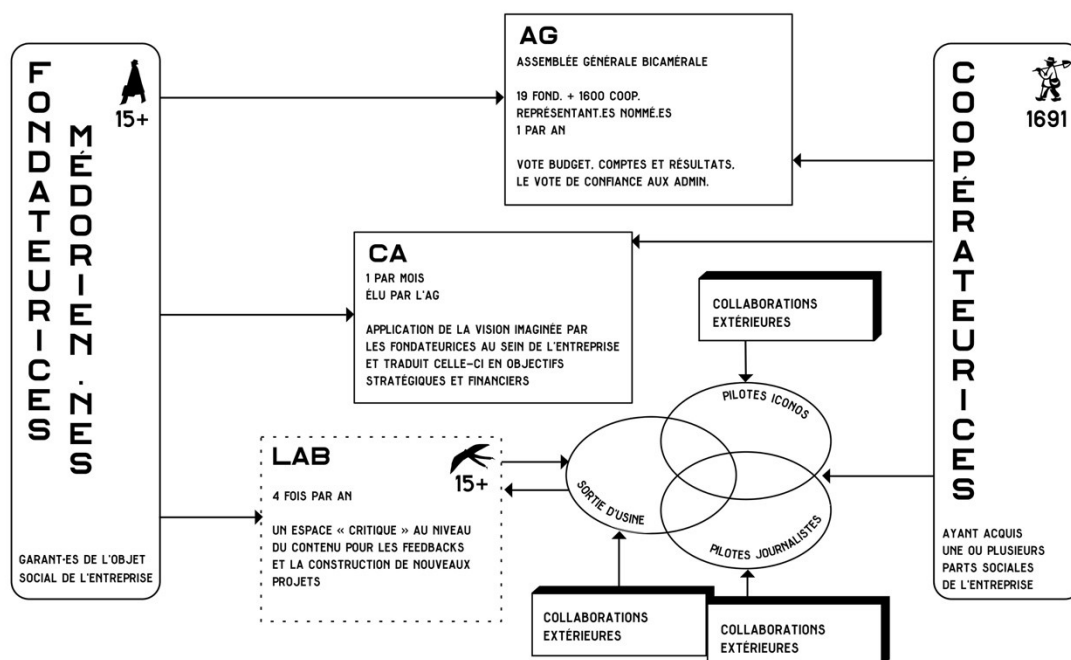
Il travaille au contenu du Médor papier et du site web. Médor fonctionne, depuis ses débuts, selon un principe de responsabilités tournantes.

Pilotes journalistes (rédacteurs et rédactrices en chef papier et web): Chloé Andries, Olivier Bailly, Philippe Engels, Céline Gautier, Quentin Noirfalisse.

Pilotes visuels : Louis Garrido, Ludivine Loiseau (OSP), Alex Leray (OSP), Morgane Le Ferec (deal) Antoine Gelgon (Luuse) et Colin Delfosse (photographe).

Pilotes web : Alex Leray - Il travaille sur l'amélioration de la navigation de notre site et sur les demandes spécifiques liés à des articles (murs de témoignages, carto, quizz, ..)

Un joli schéma vaut mieux qu'un long discours, voici le fonctionnement de l'entreprise en organigramme



Principaux chiffres de l'année 2020

Les recettes

Nous avons vendus en moyenne 3200 abonnement , ce qui équivaut à une augmentation de 4 % en plus qu'en 2020. Nous avons vendu à la pièce en moyenne 3150 exemplaires par numéros, ce qui par contre est une baisse de 14 %.

Le 5 juillet 2021, W.alter (le partenaire financier de la Région Wallonne pour les coopératives) nous versait 85. 000€ doublant ainsi la somme récoltée en 2021

Les fonds récoltés nous permettent comme l'année passée de financer les développements de notre site web et les frais liés à l'expansion de notre journalisme participatif (notamment la rémunération de nos journalistes et de nos illustrateurs pour les articles sur le web).

Même si la grande majorité des recettes restent les abonnements et les ventes en librairies. Medor a reçu, en 2021, plusieurs subsides. En interne, le choix de demander tel ou tel subsides dépend toujours des mêmes critères. Ils ne doivent jamais s'immiscer le contenu, et ils sont proposés via des conditions et une procédure d'octroi claire et transparente.

Concrètement,

- Médor a reçu l'aide à la presse périodique non commerciale de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Celle-ci nous a apporté un soutien financier de 66.666€

<https://audiovisuel.cfwb.be/aides/aide-medias/aide-presse-ecrite/>

- La Région Bruxelloise nous a octroyé dans le cadre de l'appel aux « projet innovants développés par des entreprises sociales et démocratiques » un soutien total de 31.450€ dont 50 % ont été imputés en 2021.

- La Région wallonne, nous soutien dans le cadre de la réalisation de notre étude d'impact, en la finançant via l'appel à projet bourse d'impact social

https://economie.wallonie.be/Dvlp_Economique/Economie_sociale/Bourse.html

- Nous avons aussi reçu le soutien d'Actiris de 5156€ dont 50 % (soit 2578€) ont été imputé en 2021 pour développer un plan diversité. Celui-ci a notamment pris la forme de la bourse et du baromètre diversité

<https://www.actiris.brussels/fr/employeurs/plans-de-diversite/>

Enfin, le Fonds pour le journalisme soutient financièrement l'enquête, l'investigation et le grand reportage en Fédération Wallonie-Bruxelles. Depuis les débuts de Médor, de nombreux articles ont été financés de cette façon. La rédaction de Médor conseille et épaulé les journalistes demandeur-euses dans l'élaboration de leurs dossiers. L'argent ne transitant pas via Medor, ces aides ne paraissent pas dans nos comptes en 2021, mais plusieurs enquêtes publiées cette année n'ont été possibles que grâce à ce soutien comme par exemple « la Belgique, pays labo ? » de Olivier Bailly publié en trois épisodes sur notre site en avril 2021 ou « L'usine à gaz » de Cedric Vallet et Julien Winkel, publié dans le Medor 24 en septembre.

Les coûts

La proportion des coûts est sensiblement la même que celle de 2020 vu que le projet n'a pas changé.

Seul les postes direction et gestion administrative et Promotion et diffusion ont légèrement augmenté. Cela est du dans le premier cas au frais lié au lancement (1^{er} tranche) de l'étude d'impact (couverte par des subsides) et dans le deuxième cas au frais lié à la campagne de communication confiée à l'agence de communication Hungry Minds pour le projet « hypersurveillance ».

