

Démarrage à 10h

Constitution de l'AG ordinaire

Présentation mot d'accueil : Tiffany Lasserre

- Nombre de personnes présentes et représentées : 41 parts B (dont 20 présents) et 7 parts A (dont 5 présents) + 4 qui arrivent (Jo, Anouchka, Quentin, Chloé) mais ne votent plus.
- Présentation des personnes qui ne sont pas coopérateurs/trices : Eric (accompagne sa femme qui est coop) et Mirjam (chercheuse université de Montréal qui fait une étude sur des médias organisés en coopératives). Pas d'objection de l'assemblée à leur présence.

L'AG est constituée à 10h02.

Approbation du PV de l'AG précédente

Le PV de l'AG 2025 est approuvé à l'unanimité des parts A et à l'unanimité de l'AG.

Approbation des trois articles du Règlement d'ordre intérieur (ROI)

Ce règlement d'ordre intérieur en est à son début. On a démarré avec la rédaction de trois articles.

3 articles :

1. confirmation de l'indépendance de la rédaction
2. organisation de la chambre des Médoristes
3. conflit d'intérêt de l'AG et du CA

Lien : <https://nuage.medor.coop/s/xB36xCSxGYL4rjw>

Le ROI est approuvé à l'unanimité des parts A et à l'unanimité de l'AG.

Rapport d'activités 2025 - En lien avec les engagements de l'Appel pour un journalisme robuste

lien rapport d'activité <https://nuage.medor.coop/s/QYKxDmteeQANQdq>

lien rapport spécial <https://nuage.medor.coop/s/ccoaMaJwnLJs4Tb>

- Défendre d'un journalisme artisanal par Louis : bureau avec vitrine dans les Marolles, participation ou organisation de nombreux événements, liens avec l'économie sociale, enquêtes participatives (sentiers)
- Défendre la création visuelle par Tiff : collaboration avec Contretype

- Appuyer notre indépendance par Laurence : défense de notre modèle, nombreuses plaintes gagnée au CDI ou en justice, plaidoyer au sein de kiosque
- Sortir des Gafam par Louis : sortie Facebook, X, Instagram. Nouveaux canaux : autres réseaux, canal Signal ; mise à jour de notre CMR
- Défendre la diversité par Céline : contact avec école de la Poste, stagiaires usine, réseau de femmes managers (Laurence), nombreux articles sur Hainaut et Luxembourg (sentiers), illustrateurs/trices issus de + de diversité, document qui présente notre accompagnement remis à chaque journaliste
- Respecter les gens et l'environnement par Tiff : midi de l'investigation (partage de pratiques), action solidarité avec Article 27, emménagement en mode « circulaire », contenant recyclé pour les retours d'invendus
- Continuer à se marrer par Tiff : soirées impro pour nos 10 ans.

Débats et questions des coop :

- Pourquoi envoyer au pilon des magazines invendus qui ne sont pourtant pas dans l'actualité chaude ? Réponse de Médor : c'est une pratique non pas de Médor mais de notre diffuseur Tondeur qui commande plus de numéros que ce qu'il vend (fonctionnement pas dépôt-vente). On a négocié avec lui pour diminuer le nombre de pertes et on en récupère une partie (moyennant coûts financiers). Difficulté aussi de stockage.
- Collectif Kiosque est-il suffisant pour se protéger des fusions-absorptions ? Rép : le mode d'organisation de notre coop fait qu'on pourrait s'opposer à une fusion. On nous demande parfois pourquoi ne pas fusionner avec les autres titres kiosque ? Parce qu'on a des lignes éditoriales différentes. Et parce que on table sur la mutualité pour réduire les coûts.
- Hébergement du site ? Gratuitement chez Gandi (on est sponsorisés donc pas impactés par l'augmentation de leurs tarifs). On est preneurs d'autres pistes si jamais. Tactic, Domaine public (chez qui on a nos mails) ? Mais il faudra payer l'infrastructure.
- Sortie des GAFAMS : quelles conséquences négatives ou positives ? Un peu tôt pour le dire. Facebook et Insta avaient déjà fait des modifs algorithmiques qui faisaient qu'on n'apparaissait déjà plus beaucoup. Donc pas de baisse fondamentale. On ne peut pas utiliser cet unique paramètre pour mesurer notre succès (une grosse enquête va amener plus de visites), donc c'est multifacteur. On a fait plus d'événements en réel, avec des partenaires qui ont leur propre public (et aussi, souvent, une présence sur Meta - ce qui fait qu'on n'y a pas disparu complètement).
- Un coop dit que ça a été une source d'inspiration pour quitter Meta.
- Taux d'ouverture de nos NL sont très élevés : +30 % pour la nl tout public et 60 % chez la nl membre.
- Manque de propositions de collaboration ? Non. On en a beaucoup (on en refuse beaucoup) mais on est quand même toujours à la recherche de profils de qualité pour mener des investigations (une certaine expérience ou compétence). Donc la place existe quand même.

Le rapport d'activités et le rapport spécial 2025 est approuvé à l'unanimité des parts A et à l'unanimité de l'AG.

PAUSE



Deuxième partie : les chiffres

Les comptes de résultats et le bilan :

Comptes de résultats

Bénéf (de 23145 euros) pour la 2ème année consécutive :

Recettes

- augmentation des recettes mais en partie non-structurelle. Petite augmentation des abos, diminution des ventes en librairies (nombreuses faillites > augmentation des charges). Qq augmentations des pubs. Gros poste (autre) : coproduction d'un documentaire (« Paris perdus »).

Q : Est-ce qu'il y a une augmentation du nombre de pages de pub ?

M : Non. Mais on a eu des annonceurs qui pouvaient payer plus.

Q : Faut-il s'inquiéter de la diminution des ventes à l'unité ou transfert vers abos ?

M : C'est en partie lié à la disparition des points de vente (librairies) chez Tondeur. Tiff cherche tout le temps des nouveaux points de vente mais ça reste un point d'attention.

- subsides et bourses : principalement l'aide à la presse non-commerciale périodique de la FWB basée sur des conditions de diffusion et de qualité de journalistes pro.

- assurance par rapport au procès

Dépenses :

- diminution du coût du papier fin 2025 (changement de papier, bonus de 2000 euros par numéro)

- bureau et admin : augmentation, ea à cause des frais d'avocate.

Nouveaux amortissements, en lien notamment avec la boutique en ligne.

Nouvelle enveloppe « provisions pour risque et charges » ea en cas de frais d'avocate.

Solde positif de 23.145 euros.

Evolution des ventes depuis le début :

- Augmentation des abos depuis le numéro à trou

- Diminution des ventes à l'unité

Bilan

Bonne nouvelle : modèle à l'équilibre (on ne perd plus d'argent), même si on va mettre du temps à résorber nos pertes cumulées.

La valeur de la part augmente. Elle est à 5,95 euros.

3688 abonnés actuellement (un peu en-dessous de ce qu'on visait).

Moins d'efforts de notre part pour le réabonnement puisque la domiciliation court. Par contre, on doit continuer à aller chercher de nouveaux publics (notre public actuel, beaucoup issu du non-marchand, a moins de moyens).

Q : Est-ce que vous avez des assurances ?

M : Oui. Nouvelle assurance effective en 2027 avec plus large responsabilité juridique (jusqu'à 50 000 euros), et une plus large couverture internationale. Donc on devra, à partir de 2027 moins provisionner pour les risques juridiques.



Les comptes de résultats et le bilan sont approuvés à l'unanimité des parts A et à l'unanimité de l'AG.

La décharge aux administratrices

La décharge aux administratrices est approuvée à l'unanimité des parts A et à l'unanimité de l'AG.

Les enjeux pour les années à venir

Nous sommes à un « momentum » :

- Fusions (Rossel, etc)
- Fusion des télé locales
- Augmentation des violences envers le journalisme, climat de défiance, notamment envers l'audiovisuel de service public.
- Aides à la presse questionnées (c'est quand même 10 % de notre budget)

MAIS on a la chance d'avoir trouvé un certain équilibre. La nouvelle boutique fait gagner du temps à l'équipe. Equilibre financier depuis 2 ans.

MAIS on reste fragile, rappelle Laurence.

Pour être vraiment confo, on doit atteindre 4500 abos et 2500 ventes à la pièce

Menaces :

- disparition des librairies presse (notamment dans le réseau Tondeur, qui permettait pê de toucher un nouveau public)
- remise en question des critères d'aide à la presse. Auj : existence depuis 2 ans, nombre de signes minimum, avoir des journalistes pro. Questionnement sur la possibilité d'ouvrir notamment à des pure players. On réfléchit à cette question, via Kiosque. On pourrait être auditionnés.

Enjeux :

- continuer à miser sur les abos et trouver de nouveaux publics
- trouver d'autres types de recettes (Coproductio film docu ? Valorisation des œuvres visuelles ?
- investissements nécessaires dans l'outil de mise en page (impacts sur la maquette, la mise en page) et recherche de financement
- suivre l'évolution des frais postaux. Actuellement, pas d'impact énorme pour nous car on est dans une catégorie de poids peu impactée mais ça pourrait changer.

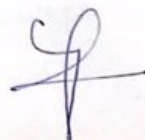
Budget 2026

- Diminution des recettes (car plusieurs recettes extraordinaires en 2025, prudence)
- Vraie diminution du coût du papier (prix du papier à la baisse, coûts d'envois revus à la hausse)
- Production de contenu : on a décidé de suivre les nouveaux barèmes de l'AJP pour les journalistes. Offrir de bonnes conditions aux journalistes fait partie de nos fondamentaux. Par ailleurs, les indépendants ne peuvent plus facturer que 30 % en droits d'auteur. > Grosse augmentation dans le budget (correspond à plus de 10 % du budget)

Q : iconos, illus, etc aussi ?

M : non. Iconos revalorisés en 2025

- Echange publicitaire (avec Cherie FM/Nostalgie) : apparaissait avant dans les dépenses et les recettes. Echange commercial nous était favorable mais on devait créer des spots radio. Aucune possibilité d'évaluer l'impact. Obligation d'avoir des pubs Nostalgie dans nos numéros (en conflit avec d'autres possibilités). On a mis un terme pour 2026



- Signaux sur la pub ne sont pas très prometteurs. On a rien budgété. Un lecteur s'étonne de cette prudence. Il y a des acteurs éthiques qui ont des moyens : Banque VDK ? Cociter ?
- Q : quelle est l'actu de la levée de fonds ?
- M : il est toujours actif (on peut toujours prendre des parts). On pensait réactiver l'appel à l'été ou automne pour la maquette. Mais on doit faire un formulaire de la FSMA (demande nos fonds propres et solvabilité). La levée de fonds apparaît dans le bilan (investissement) mais pas dans les comptes et résultats.
- Q : Impact de l'augmentation du prix (2024) sur nombre de ventes à l'unité ?
- M : On ne voit pas une diminution dû à ça, plutôt fermeture de points de vente. C'est cher de toutes façons

Débat questions réponses

12h33 : clôture de l'AG.
Auberge espagnole

Larrea DENARD
Directrice
