



## ASSEMBLÉE GÉNÉRALE EXTRAORDINAIRE

Le mercredi 28 octobre 2015, de 16 h 30 à 19 h 30  
Maison du développement durable (Montréal)  
Salle Sainte-Catherine

### **PENSER K AUTREMENT – SORTIR DE LA BOÎTE**

#### **Mise en situation.**

L'échange avait pour objectif de tenter de faire surgir des idées nouvelles pour assurer l'avenir de K.

#### **La première étape, en plénière : l'inventaire de la boîte de K**

Cette étape a permis de rappeler les démarches du CA depuis quelques années et leurs conséquences, incluant les résultats du plus récent sondage sur l'appréciation de K et les orientations souhaitées.

Ariane fait le bilan des dernières années et Suzanne a présenté les grandes lignes du sondage.

#### **La deuxième étape, en ateliers autogérés : le tri du contenu de la boîte de K**

Les quelque 20 participant.e.s réparti.e.s en trois ateliers ont discuté sur ce qu'il fallait conserver, ce qu'il fallait jeter et ont lancé quelques idées en dehors de la boîte.

#### **La troisième étape, de retour en plénière : recomposer la boîte**

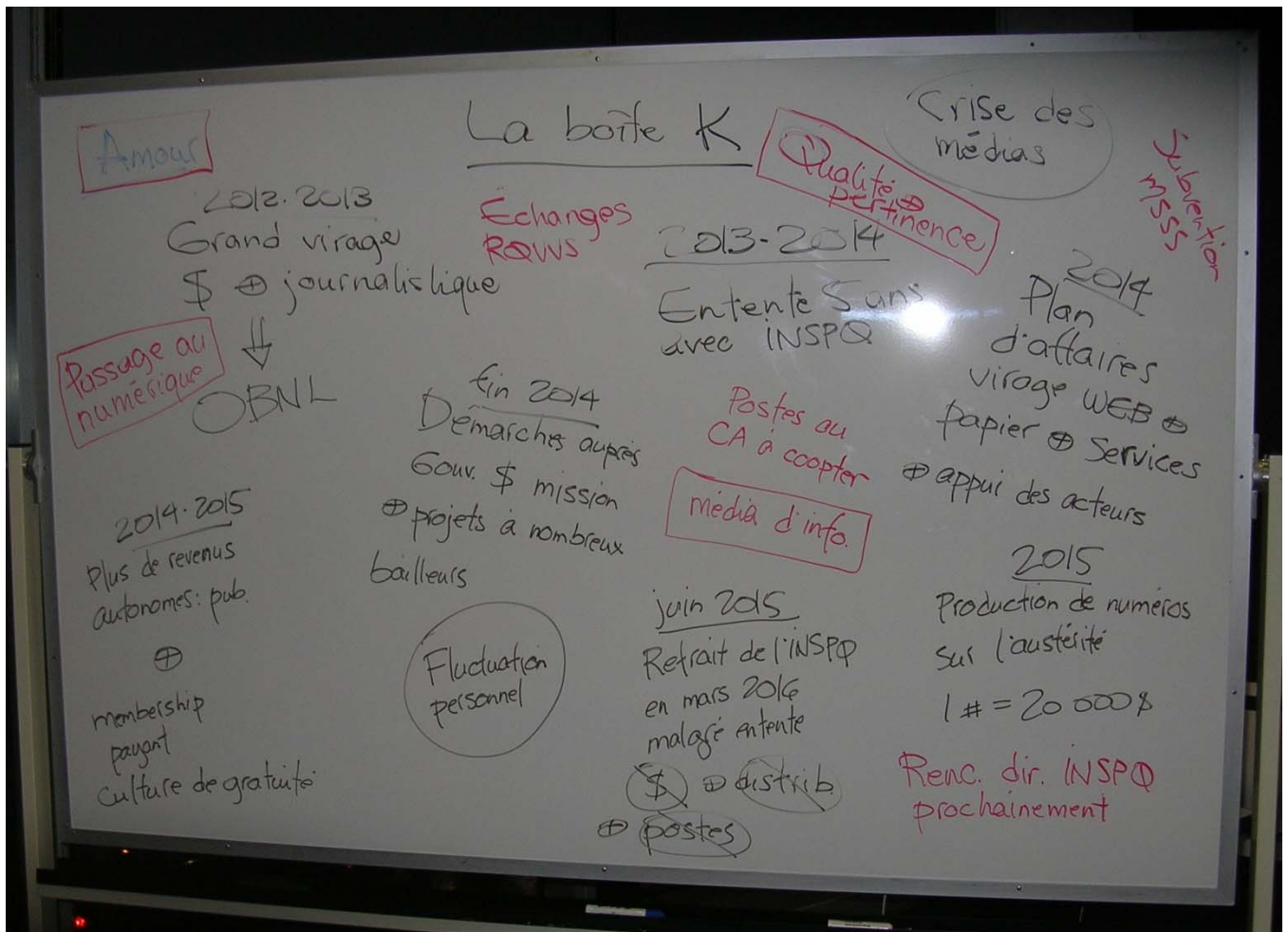
Cette étape a servi à colliger les résultats des ateliers et à en discuter. Elle devait aussi servir à établir des priorités dans ce nouveau contenu de la boîte.

Finalement ce volet n'a cependant pas été réalisé. À la place l'animatrice a encerclé les éléments qui semblaient obtenir l'assentiment général.

20 personnes ont répondu à l'appel, acteurs terrain et représentant d'organismes.  
Les échanges ont effectivement duré environ 2 heures

## 1. Ce qu'il y a dans la boîte de K – Bilan

- Le bilan des démarches et réalisations du CA par sa présidente
- Les suites de ces réalisations
- Les résultats du sondage
- Des éléments contextuels



## 2. Le tri du contenu de la boîte et des nouveaux éléments - Rapport ateliers

### Atelier 1

#### Jeter :

- Le papier, oui mais... jeter aussi l'infolettre

#### Conserver

- Qualité et diversité du contenu : apprécié selon sondage

#### Innover

- Regrouper la production sur l'action collective tout en protégeant l'indépendance éditoriale de K
- Diffuser les actions des partenaires mais revues par l'équipe journalistique pour servir l'ensemble
- Susciter davantage l'engagement des groupes en leur donnant la chance de contribuer tout en conservant le regard journalistique

### Atelier 2

#### Jeter

- Le papier, oui mais... Faire d'abord une évaluation budgétaire : coûts vs revenus publicitaires
- L'INSPQ : davantage une béquille qui nous ralentit. Pas d'avenir du côté du financement

#### Conserver

- La variété et diversité du contenu et même l'élargie (pas une ligne de parti...
- La qualité journalistique
- La participation de conférenciers si elle constitue une source de revenus à cause d'une large assistance payante
- Démarches de partenariat avec RQVVS

#### Innover

- Lancer une stratégie de médias sociaux ( ex. : vidéos virales)
- Viser davantage la relève

- Faire des publi-reportages

### Atelier 3

#### Jeter

- Le papier, oui mais... S'assurer qu'on ne perd sur le plan de la pub

#### Conserver

- Le partenariat avec RQVVS et en faire d'autres

#### Innover

- Identifier d'autres partenaires possible tout en s'assurant de conserver notre autonomie. Préserver notre identité
- Imaginer l'avenir sans K. Si Ka n'existe plus. Qu'est-ce qui se passe?

### 3. La boîte recomposée -plénière

Tableau – quart haut-gauche

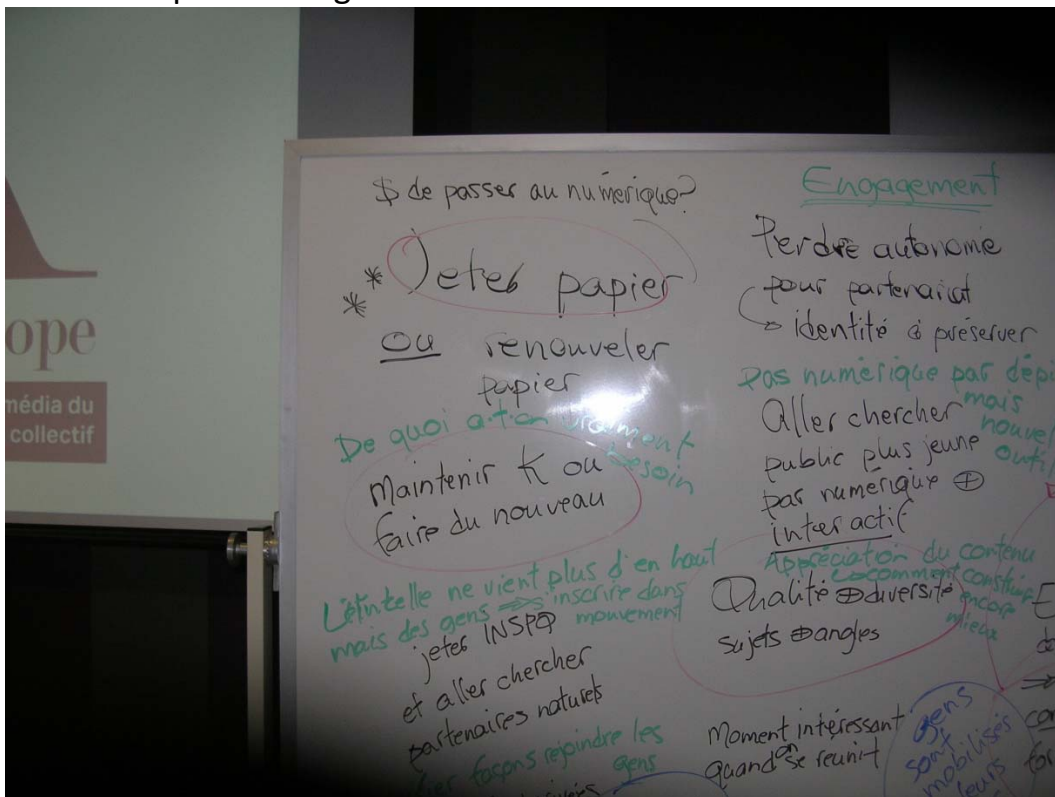


Tableau Quart haut-droit

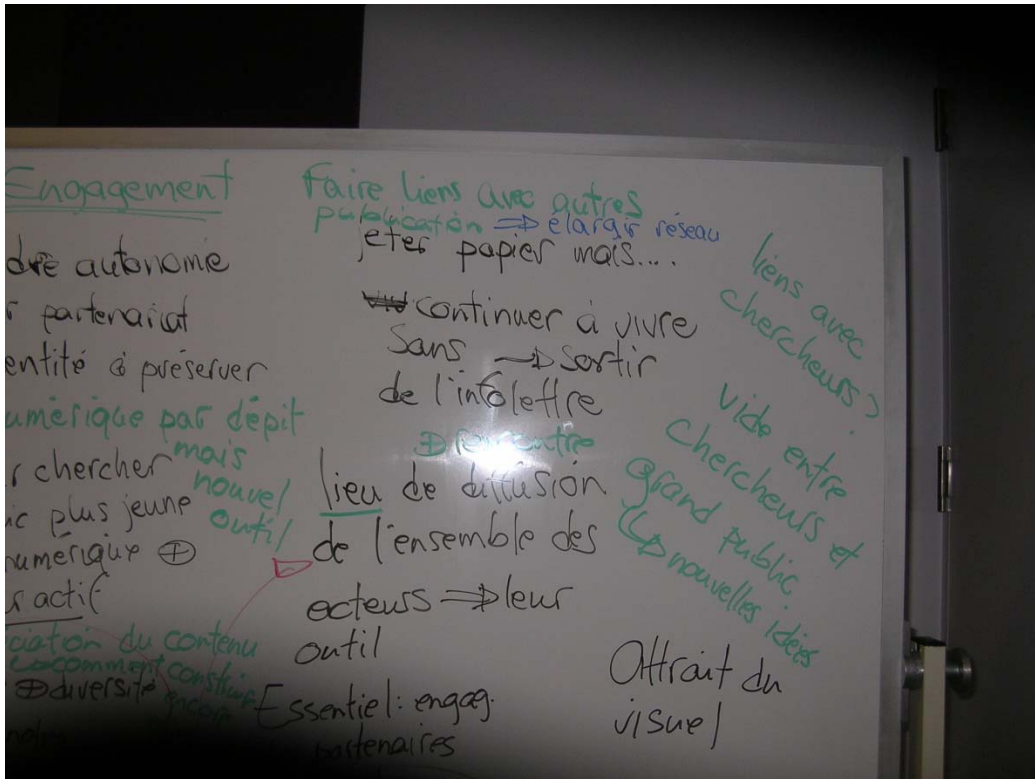


Tableau – quart bas gauche

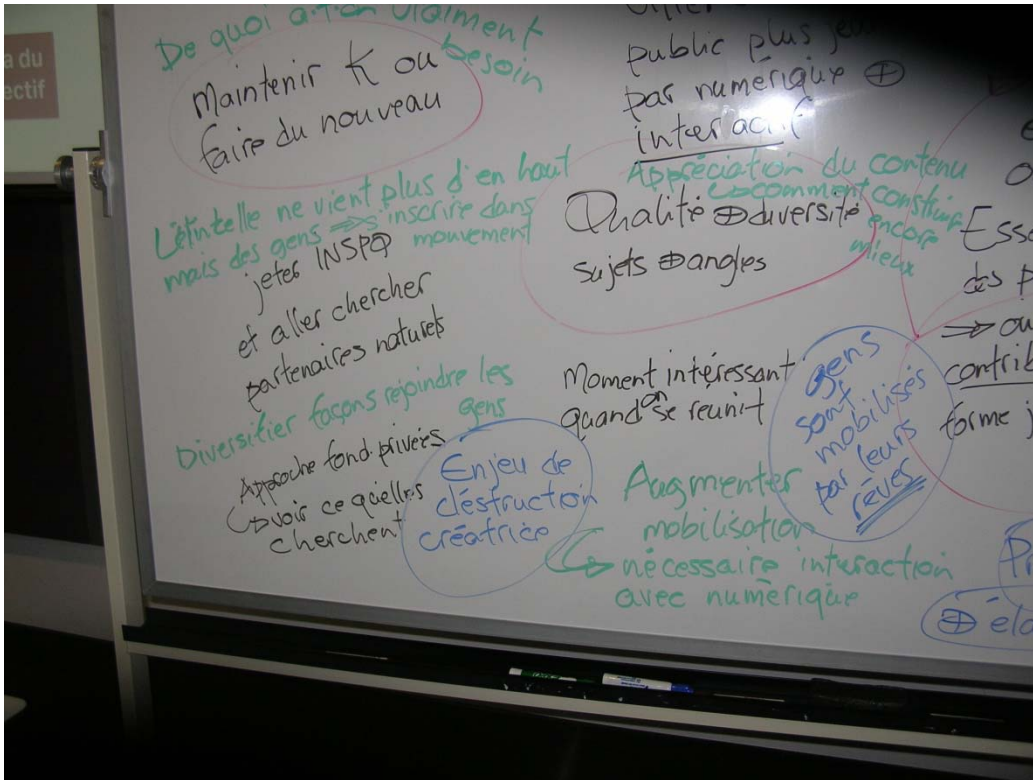
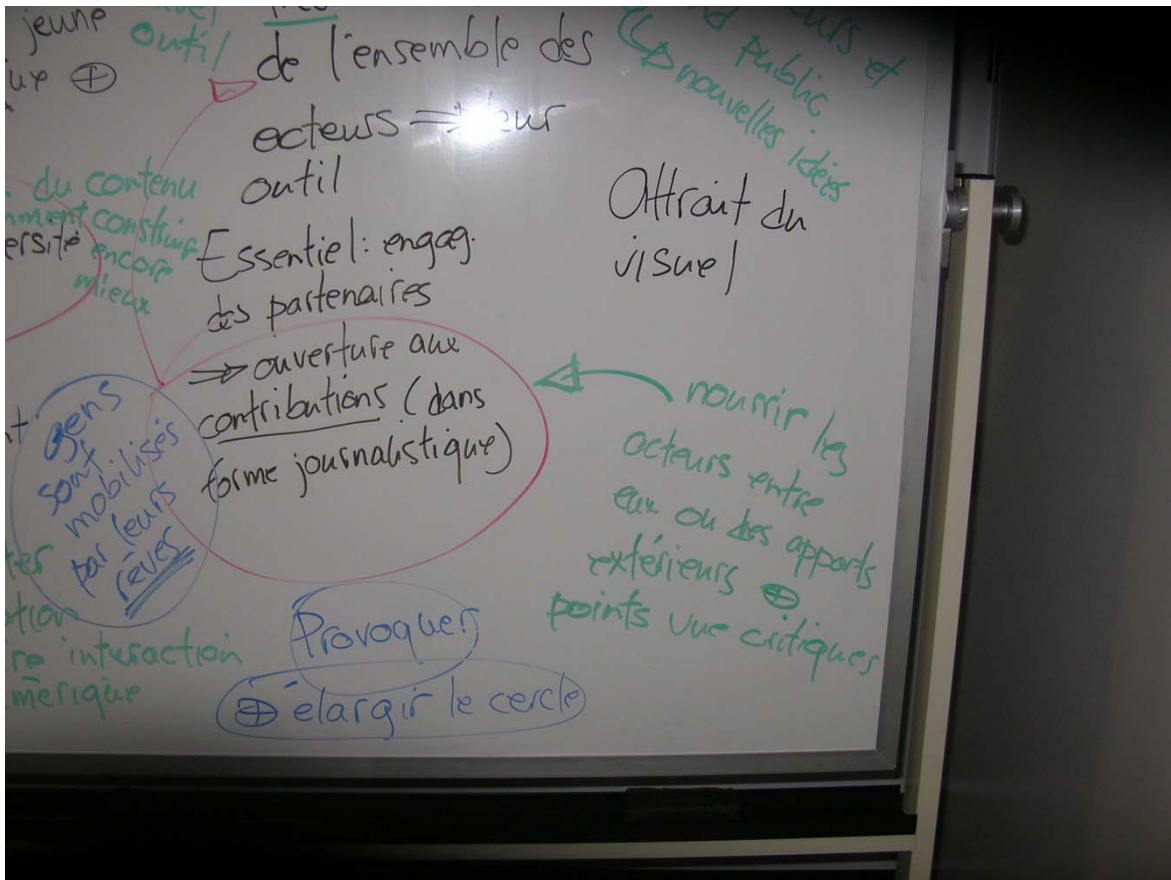


Tableau – quart bas droit



### Quelques consensus...

Globalement, l'échange que nous avons mené avec nos membres est important pour la suite. Il nous donne la légitimité pour initier un processus participatif pour renouveler K et pour promouvoir les résultats auprès des acteurs du développement collectif et des bailleurs de fonds.

C'est le levier pour assoir la suite, mais, évidemment, il faut avoir le temps, l'énergie, la volonté et les ressources pour le faire.

### Jeter le papier, oui mais...

Il ressort des échanges qu'il faut préserver l'espace de communication qu'est K, plutôt que de s'accrocher à un médium spécifique (le papier). Si nous n'avons plus les moyens de publier une revue papier, il faut envisager autre chose.

Par ailleurs, le format électronique demeure incontournable pour une majorité tant lors de cette rencontre que parmi les répondants au sondage. Pas par défaut ou par souci d'économie mais parce qu'il fait partie des moyens de communication actuels et répond aux besoins d'une partie du lectorat.

### **Réaliser une étude de faisabilité**

Nous disposons déjà de plusieurs éléments de faisabilité avec trois plans d'affaires. Il faut toutefois les rassembler pour bien voir ce que nous avons et qui manque.

Un exercice d'analyse de nos forces/limites, de nos acquis et des opportunités/contraintes fait avec un cercle de personnes intéressées pourrait permettre de faire émerger des idées réalistes et de modéliser le futur K.

### **Renouveler K et assurer son indépendance**

Nous avons une force et il faut se le dire : les répondants au sondage et les membres qui ont participé à la discussion affirment majoritairement que K est pertinent pour eux et que son contenu est de qualité.

Une des idées les plus importantes qui est ressortie est à l'effet de ne plus attendre l'aide d'en haut (des ministères, de l'INSPQ, etc.), mais de se reconstruire à partir de la base. Cela devra absolument passer par un processus participatif (analyse de faisabilité, brassage d'idées, construction du projet futur de K, etc.) qui permette d'explorer différents modèles et moyens de communication (plutôt que la seule revue papier).

### **Mobilisation ou information ?**

Bien que les participants, tant au sondage qu'à l'AGE ont clairement indiqué que leur préférence allait vers un média d'information, la notion demeure encore présente et recherchée. La notion d'identification aussi que les acteurs se retrouvent dans le média. Doit-on laisser un peu de lest quant à la rigueur et au rendu « journalistique » pour favoriser les témoignages d'acteurs afin d'y gagner sur les plans de la mobilisation, de la diversité et de la représentativité des acteurs et des préoccupations.



C'est un dilemme qui a toujours été présent au sein de Kaléidoscope et qui demeurera vraisemblablement, quel que soit le format adopté. C'est un équilibre à maintenir.

### **Une plate-forme d'échanges réelle et virtuelle**

Kaléidoscope nourrit depuis un certain temps déjà l'idée d'une plateforme multimédia afin, notamment de favoriser une plus grande interactivité. Cette devrait être simple, belle et facile à gérer et peu coûteuse.

Kaléidoscope a toujours aussi voulu animer des événements de type échanges, conférences ou débats. Ce genre d'activité pourrait être lucratif s'il répond à des besoins ressentis par les acteurs. Les échanges pourraient nourrir ensuite des contenus écrits.

### **Oser rêver...**

Deux concepts un peu plus audacieux sont avancés pour se réinventer.

***La destruction créatrice***: déconstruire pour mieux renaître. Lorsqu'on rencontre un problème et que notre manière habituelle ne nous sert plus, il faut accepter de se transformer. Un des défis est d'arriver à faire émerger du nouveau, de l'inédit. Pour y arriver, il faut souvent changer de perspective, regarder le problème autrement. accepter qu'une partie de soi ou de son organisation meure pour favoriser une sorte de renaissance. Inspiré de la thèse économique selon laquelle les secteurs de l'économie sont en constante mouvance (un flou vivant) et que certains disparaissent et de nouveaux apparaissent.

***Le pivotage*** : s'adapter plutôt que de se braquer. Plutôt que la déconstruction, le pivotage propose de s'adapter à un mouvement ou une demande du marché qu'on sent venir plutôt que d'y résister, mais tout en demeurant fidèle à son axe principal. Le pivotage permet de survivre à la mouvance et même d'en tirer parti plutôt que de s'entêter à résister et être finalement détruit.

### **En vrac**

Conserver la qualité et la diversité des angles

En faire le lieu de diffusion des acteurs et des chercheurs en DC

Ouvrir aux contributions pour susciter l'engagement  
S'adapter au nouveau modèle du DC pour le refléter et l'inspirer  
Cibler les enjeux de l'heure et les acteurs les plus intéressants  
Élargir le cercle des partenaires  
Proposer « du rêve » pour mobiliser  
Enjeux de destruction créatrice  
Se comparer à d'autres médias pour se distinguer, trouver sa niche  
Aller chercher la relève (facultés universitaires)

Rapport réalisé par Suzanne Lalande, coordonnatrice et Geneviève  
Giasson, présidente du CA.