

« Etre informé, c'est être libre » : le mot d'ordre du festival de journalisme de Carleton-sur-Mer

A Carleton-sur-Mer, journalistes et citoyens ont débattu durant trois jours de l'avenir des médias, dans une ambiance bon enfant et résolument tournée vers le dialogue avec le public.

■ Article réservé aux abonnés



Ce week-end, plus de 900 personnes par jour ont opté pour ce « rendez-vous des curieux de l'info » pour participer à plus de 60 moments où l'implication du public est érigée en must. - Le Soir.



Editorialiste en chef

Par **Béatrice Delvaux** (/4368/dpi-authors/beatrice-delvaux)

Publié le 17/05/2026 à 15:05 | Temps de lecture: 2 min ↻

Vous cherchez un festival, la Croisette, le Carlton, le tout dans une « petite ville » du Sud ? Traversez l'Atlantique, direction Carleton-sur-Mer (dites Carlton). C'est dans cette bourgade de Gaspésie, à huit heures de Montréal en voiture et à une demi-heure de Québec en avion à hélice, que Robert Nadeau et Bertin Leblanc ont implanté durant un long week-end la fête non pas du cinéma, mais du journalisme. « Nous sommes dans un monde traversé d'inquiétudes et de peurs, et nous faisons face à des critiques croissantes sur la presse et à des contestations multiformes de la notion de vérité. Après avoir notamment assisté au Festival de journalisme de Couthures-sur-Garonne, en France, nous avons décidé de décliner ce concept chez nous, au Canada. » Le duo de Gaspésiens d'origine est mordu de médias et d'informations. Robert Nadeau, président de ce qui est devenu le Festival international de Carleton-sur-Mer, est un ancien de Radio Canada, aujourd'hui producteur de podcasts. Le directeur, Bertin Leblanc, a lui démarré dans la presse au Canada et à Radio Canada avant de faire carrière à l'étranger pour TV5Monde, France 24 et CNBC, puis dans la diplomatie québécoise, ou encore chez Reporters sans frontières.

La Belgique francophone mise à l'honneur

Leur festival en est à sa quatrième édition, et le succès est total. C'est même de ferveur qu'il faut parler. Ce week-end, plus de 900 personnes par jour ont opté pour ce « rendez-vous des curieux de l'info », venus de la région, mais aussi

d'autres coins du Québec pour participer à plus de 60 moments – débats, revues de presse, ateliers, spectacles – où l'implication du public est érigée en must. « Le Festival se base sur trois piliers », nous explique Robert Nadeau, « la fête, l'international et le journalisme », le tout dans une atmosphère très bon enfant où les plumes canadiennes, mais pas que, sont immergées dans la foule qui les interpelle autant dans les couloirs et au bord de la mer que dans les salles « officielles ».

Le Quai des arts, avec ses nombreuses salles polyvalentes, est totalement dédié à l'événement, mais l'an dernier, alors que tous les tickets avaient été vendus six minutes après leur mise en ligne, l'équipe a décidé d'investir l'église locale. « Etre informé, c'est être libre » : la phrase, imprimée au dos des T-shirt noirs portés par les organisateurs et les dizaines de bénévoles locaux, est de René Lévesque, le Premier ministre mythique du Québec, l'enfant du pays aussi qui fut d'abord journaliste. Cette année, à Carleton-sur-Mer, des débats ont été consacrés à l'héritage de cet homme arrivé au pouvoir il y a 50 ans exactement, marquant comme jamais, de l'avis général, l'histoire de la province. « Il y a eu un avant et un après », souligne Robert Nadeau. « Il nous a montré que le meilleur était possible, il nous a emmenés du bas vers le haut, permettant de bâtir un Québec fort et transformant non seulement la société, mais aussi tout notre être. »

Au festival de Carleton-sur-Mer, on ne regarde cependant pas que son nombril médiatique : chaque année a son invité international. Après avoir accueilli la journaliste française Florence Aubenas lors de sa première édition, puis mis l'Italie à l'honneur en 2025, c'est la Belgique francophone qui était conviée cette fois, en partenariat avec Wallonie Bruxelles International et Yann Gall, son délégué général à Québec, fervent artisan de ces échanges et de la mise en réseau des savoir-faire à l'échelle de la francophonie.

Quatre journalistes belges ont ainsi pu comparer les pratiques, les sujets de préoccupations de leurs confrères mais aussi du public. Avec au-delà des différences dans les mots utilisés – ici on ne dit pas podcast, mais « balado », on ne dit pas une rédaction mais une « salle de nouvelles », et on ne dit pas un business model mais un « modèle d'affaires » –, des points évidents de convergence ont émergé illico : les craintes des bouleversements nés de l'irruption de l'intelligence artificielle, la concurrence croissante des Gafam, le défi de l'attraction des jeunes publics et le risque posé par des Etats de moins en moins démocratiques. Au rayon des solutions, journalistes belges et québécois partagent au minimum une même conviction : il faut recréer du lien avec les citoyens, centrer les attentions des médias sur l'humain, retourner au contact avec le terrain, avec côté canadien des expériences intéressantes de reportages en immersion totale, ou la création de cahiers spéciaux consacrés au dialogue avec les lecteurs. Une grande différence toutefois : les médias québécois ont désormais le plus souvent troqué les actionnaires privés pour des fondations et des structures philanthropiques qui garantissent leur indépendance et leur pérennité quand ce n'est pas la gratuité des supports.

Des débats politiques

A Carleton-sur-Mer, les débats étaient aussi politiques, avec le retour sur la scène internationale d'un Canada obligé de s'affirmer économiquement, politiquement et militairement face aux Etats-Unis, ce partenaire historique qui a soudain perdu son statut d'allié. Le débat est animé entre, d'une part, les experts qui louent le passage à l'action d'un Premier ministre, Marc Carney, qui rompt selon eux, avec la politique « fleur bleue » de son prédécesseur, Justin Trudeau, pour

renforcer une économie canadienne affaiblie et trop dépendante de son grand voisin, et, d'autre part, ceux qui dénoncent le tout au « kaki » de cet ex-banquier qui brade le climat pour servir des intérêts de court terme purement commerciaux.

L'annonce en plein festival par le chef du gouvernement fédéral d'un doublement de la production d'électricité d'ici 2050 et de la création de 100.000 emplois, associés à la volonté de renforcer l'interconnexion des réseaux entre les provinces (le Québec vend ainsi quatre fois plus d'électricité aux Etats-Unis qu'à l'Ontario), marque la délégation de journalistes belges qui explique au public médusé qu'au même moment, leur pays envisage soudain de racheter, sans budget, des centrales nucléaires fissurées ou en bout de course. La stupéfaction est encore plus grande quand on leur précise que le prix de l'électricité belge est six fois plus élevé qu'au Québec, où les ressources naturelles et la nationalisation d'Hydro-Québec sous René Lévesque permettent aujourd'hui de quasiment gaspiller cette denrée si chère ailleurs.

Réconcilier les médias avec le public ? Trois jours de rencontres ne comblent pas tous les fossés, mais la multiplication de ce type d'événements démontre l'utilité de ces moments où la puissance et l'intensité des rapports physiques défient toute intelligence artificielle.
