

Métro

Le point de départ : repenser le modèle sans repartir de zéro

Dès le départ, une chose est claire : le retour du journal *Métro* ne peut pas reproduire le modèle d'hier. Le journal ne revient pas sous sa forme papier traditionnelle. Le nouveau journal *Métro* sera **numérique par essence**, et ses principaux vecteurs de diffusion seront les réseaux sociaux.

La relance s'appuie sur une réflexion stratégique profonde : comment produire plus d'informations locales de qualité, avec moins de ressources, tout en joignant les citoyen·e·s là où on les trouve déjà ?

Pour son rédacteur en chef, la réponse passe par un repositionnement fondamental du rôle des journalistes et par l'intégration réfléchie de l'intelligence artificielle (IA). L'IA ne devient pas un substitut, mais **un levier d'efficacité** permettant de redonner du temps aux équipes pour se concentrer sur ce qui fait la valeur ajoutée du journalisme : enquêter, expliquer, contextualiser et interagir avec la communauté.

Une salle de rédaction augmentée par l'IA

Au cœur du nouveau modèle du journal *Métro* se trouve un outil d'IA sur mesure, branché sur ChatGPT, qui automatise la rédaction d'articles simples à partir de communiqués de presse et de sources prédéfinies. Concrètement, l'outil scrute en continu des sources ciblées. Lorsqu'un nouveau document est détecté, l'IA génère automatiquement un article selon des règles journalistiques prédéfinies. Le texte est ensuite envoyé dans le système de gestion de contenu (CMS), où il est pris en charge par un éditeur humain. Cette personne révisé le contenu, vérifie les faits à partir de la source originale, ajoute du contexte au besoin, puis procède à la publication.

Ce processus permet de passer d'un maximum humain d'environ 7 articles par jour à 20 à 25 articles quotidiens avec l'appui de l'IA. Mais surtout, il libère un temps précieux pour les journalistes. Comme le souligne monsieur Robichaud :

« L'utilisation la plus optimale de l'IA, ce n'est pas d'éliminer des journalistes, c'est de les dédouaner du travail "plate" pour leur permettre de se consacrer au contenu à grande valeur ajoutée. »

Ainsi, l'IA devient **un outil d'augmentation**, et non de remplacement.



Quand l'IA redonne du temps au journalisme : la renaissance numérique du journal Métro

Le journal *Métro* a été relancé le 1er octobre 2025 comme publication exclusivement numérique, avec une focalisation sur le marché de **Montréal** (www.journalmetro.com) et de **Québec** (www.metroquebec.com). Le 11 août 2023, le groupe Métro Média, alors éditeur d'une quinzaine de journaux dans des arrondissements de l'île de Montréal et dans la région de Québec, avait annoncé l'interruption immédiate de ses activités. L'entreprise comptait encore 70 employé·e·s, dont une trentaine de journalistes, après plusieurs vagues de départs survenues.

Un virage stratégique porté par le numérique et l'IA

Depuis sa relance, le journal *Métro* assume un positionnement audacieux : **joindre les lecteurs là où ils se trouvent**, notamment sur les plateformes sociales, tout en intégrant l'intelligence artificielle de façon structurée pour automatiser certains contenus de routine et redonner du temps au travail journalistique à forte valeur ajoutée.

À la tête de cette relance, monsieur Olivier Robichaud, rédacteur en chef, a pour mandat de rebâtir une salle de rédaction, de définir de nouveaux processus de production de l'information et de repositionner la marque dans un écosystème médiatique en profonde mutation.

La mission demeure toutefois inchangée : être un pilier de l'information locale et hyperlocale, en offrant un journalisme accessible, pertinent et incarné, adapté aux nouvelles habitudes de consommation de l'information.

Du journalisme d'abord social (social-first)

La transformation ne s'arrête pas à l'automatisation des tâches de routine. Elle touche aussi le cœur de la stratégie éditoriale : les réseaux sociaux deviennent le point de départ du travail journalistique. Comme l'explique monsieur Robichaud : « *Ce ne sera pas un mode où on écrit d'abord pour le site Web. L'essentiel du travail se passe sur les réseaux sociaux, et à partir de là, on produit le contenu pour le site.* »

Au fur et à mesure que de nouveaux journalistes s'ajoutent à l'équipe, les événements seront couverts de plus en plus en direct sur les plateformes sociales (vidéos, publications, tweets, stories). Et à partir de ce contenu, les articles pour le site Web seront produits. Ce renversement de logique favorise une information plus rapide, une relation plus directe avec le lectorat et un journalisme plus incarné. Comme le résume monsieur Robichaud :

« *On veut que les journalistes soient présents, incarnés, qu'on voie leur personnalité. Qu'ils expliquent pourquoi c'est important pour toi, parce que ça fait des années qu'ils couvrent le sujet.* »

Chaque journaliste est ainsi encouragé à mettre de l'avant sa personnalité, son expertise et sa compréhension des enjeux. Le ton devient plus humain, plus accessible, tout en demeurant rigoureux.

Un modèle d'affaires repensé

La relance du journal *Métro* repose sur un modèle hybride structuré autour de quatre piliers : la publicité traditionnelle, le contenu commandité, les abonnements payants (en cours de déploiement) et des services aux entreprises. Ce modèle vise à réduire la dépendance à une seule source de revenus et à assurer une plus grande stabilité financière à long terme. Pour la première fois, *Métro* mise aussi directement sur ses lectrices et lecteurs comme partenaires de sa viabilité.

Différenciation et cadre éthique

L'intégration de l'IA au journal *Métro* s'accompagne d'une politique publique claire sur son utilisation. Les données sont anonymisées et agrégées. Aucune information personnelle n'est transmise directement à un outil d'IA sans le consentement des utilisateurs.

En comparaison avec certains sites de type « fermes à contenu IA », qui publient des textes générés automatiquement sans encadrement journalistique, le journal *Métro* se distingue par une approche structurée et responsable. D'une part, l'IA est utilisée à partir de sources prédéfinies et elle ne sert pas à reproduire le contenu d'autres médias. D'autre part,

chaque texte produit passe par **une étape de révision** : un-e journaliste vérifie l'information à partir de la source, ajuste le texte au besoin, ajoute du contexte, puis approuve la publication.

Cette combinaison — transparence, protection des données et validation humaine systématique — permet au journal *Métro* d'intégrer l'IA comme levier d'efficacité tout en maintenant les standards d'un média crédible.

Maturité numérique et avenir

Sur une échelle de 1 à 10, le journal *Métro* se positionne à **7/10** en maturité numérique. Ses forces résident dans l'audace de son positionnement, l'intégration structurée de l'IA et une stratégie résolument orientée vers les réseaux sociaux. Ses limites tiennent surtout à certains outils hérités du passé, notamment le site Web, encore en évolution. La priorité stratégique demeure claire : **embaucher davantage de journalistes**, puisque si l'IA est un moteur, l'humain reste la boussole. À plus long terme, la vision est de bâtir un média local fort, viable et incarné, capable de se déployer dans d'autres marchés tout en demeurant fidèle à sa raison d'être : **servir la démocratie locale.**



Propos tirés d'une entrevue avec **monsieur Olivier Robichaud**, rédacteur en chef, Journal *Métro*

Pour en savoir davantage sur le journal *Métro* : www.journalmetro.com

Entrevue réalisée le 25 novembre 2025

Pour tout renseignement ou commentaire concernant ce document, veuillez contacter :

