

1) La transmission du message des AA, les médias, l'argent, la spiritualité, l'avenir

...

L'usage des médias traditionnels, la presse, la radio, la télévision est en déclin constant depuis l'apparition des médias sociaux et des plateformes de diffusions ou « streaming ».

Le streaming est un moyen de transmettre de façon continue des fichiers audio ou vidéo d'un serveur à un client. En termes plus simples, le streaming est ce qui se produit lorsque les consommateurs regardent la télévision ou écoutent des podcasts sur des appareils connectés à Internet.

Une résolution de la Conférence adoptée en 2021 demandait de mener des recherches sur la faisabilité du placement payant des vidéos de messages d'intérêt public sur les plateformes de diffusion continue (streaming).

En 2023, le BSG a pris contact avec plusieurs fournisseurs et a entrepris d'élaborer un plan détaillant les publics cibles pouvant atteindre l'alcoolique qui souffre. Des propositions ont été déposées par 6 fournisseurs possibles (Connect 360 Multimedia; Moore Marketing; VNR1 Communications, Williams Whittle agency, PlowShare Marketing, Public Service Network).

Pour chiffrer, Connect 360 Multimedia coûterait plus ou moins \$60,000 par année pour cibler un public américain, latino-américain, et canadien. Par comparaison, d'autres plateformes comme Amazon coûterait pour deux mois \$26,250 pour 346,000 visionnements, Hulu à 53,900 pour 350,000 visionnement sur deux mois, etc.

Actuellement, nous ne sommes qu'à évaluer les coûts. Aucun contrat n'a été signé, mais c'est là où nous nous dirigeons. Nous n'avons pas vraiment le choix si nous voulons atteindre notre cible qui est l'alcoolique qui souffre et qui ignore qu'il y a une solution à son problème qui s'appelle Les Alcooliques Anonymes.

En 2024, l'ordre du jour du Comité de l'Information publique de la Conférence des Services généraux est surtout centré sur le développement des nouveaux moyens pour atteindre l'alcoolique qui souffre. 12 des 15 articles de l'ordre du jour du Comité concernent directement cet enjeu. L'enjeu de l'anonymat et les médias sociaux a été ajouté le 29 février 2024.

Jusqu'à tout récemment, le recours aux messages d'intérêt public à la télé ou autre est à coût nuls. Pour la télé, par exemple, la valeur média des annonces qui ont été diffusés en 2022 à travers la conférence États-unis/Canada représente une somme d'un peu plus de \$34 millions US. Les messages AA qui sont diffusés remplissent des cases horaires inoccupées, des invendus pour la publicité. Alors, les stations diffusent

Première assemblée pré-Conférence
9 mars 2024
Premier sujet

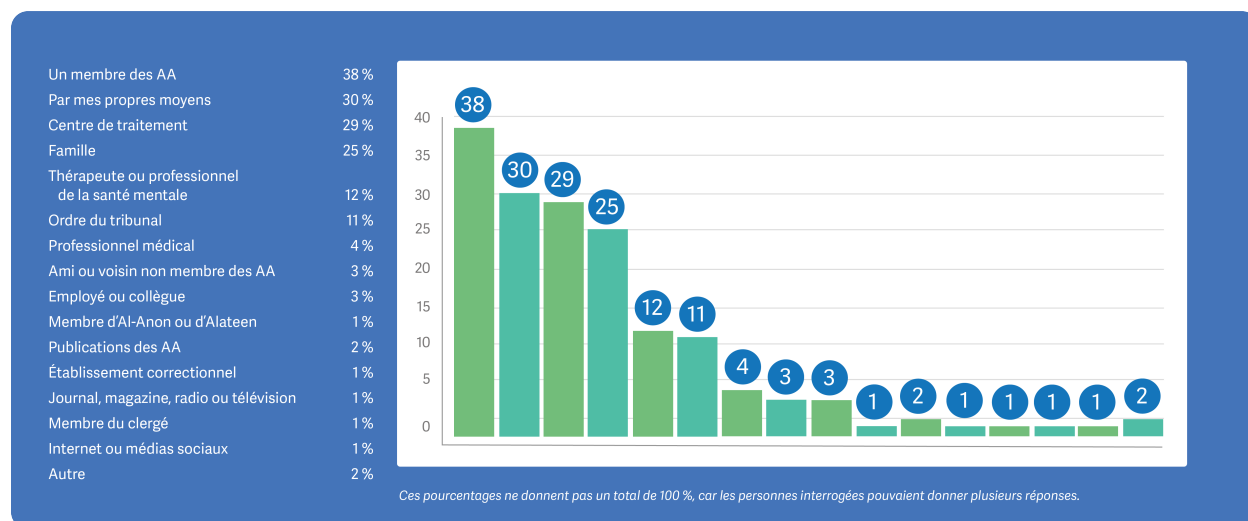
des messages d'intérêts publics gratuitement pour remplir ces cases horaires, dont les messages d'intérêt public produits par Les Alcooliques Anonymes. Alors, payer des diffuseurs pour s'afficher sur leurs plateformes de diffusion continue (streaming) est une première dans l'histoire du Mouvement.

Actuellement, investir dans ces ressources est à ce stade-ci au niveau des tests et des évaluations. La prudence caractérise l'esprit derrière toute cette démarche. En 2024, le Comité de la Conférence sur l'Information publique se penchera sur les résultats des travaux entrepris et fera des recommandations pour la suite des choses.

Il y a entre autre un projet de diffusion de messages d'intérêt public dans plus de 2,000 pharmacie aux États-Unis sur la plateforme « Mesmerizing Point ». Ce projet se déroule sur un an depuis juillet 2023. Le Comité de la Conférence sur l'Information publique s'attend à ce qu'un rapport de progrès sur Mesmerize Point lui soit présenté à la Conférence de 2024. Également, au sujet des plateformes de diffusion (streaming), le Comité de la Conférence sur l'Information publique sera appelé à discuter du rapport d'étape sur le placement payant des messages d'intérêt public en vidéo sur des plateformes de diffusion en continu.

Il y a une chose que j'aimerais porter à votre attention afin de connaître vos impressions.

En septembre 2023 a été publié les résultats du Sondage auprès des membres 2022 par le Comité IP de la Conférence. Un des tableaux qui a été présenté répondait à la question « Comment avez-vous connu AA ? »



Parmi les réponses, 1% des répondants ont déclaré avoir approché les AA via Internet ou les médias sociaux alors que 68 % des répondants déclaraient avoir connu les AA

Première assemblée pré-Conférence
9 mars 2024
Premier sujet

par le biais de membres AA ou par eux-mêmes. Les divers autres canaux par lesquels nos membres sont arrivés à AA allaient du médecin, au professionnel en santé mentale, aux amis non AA, à Al-Anon, etc., soit un peu moins de 30%.

L'impact de l'Internet et des médias sociaux sur le membership semble donc à première vue plutôt faible.

Ce 1% de résultat peut nous porter à penser de façon étroite. Nous savons tous par expérience que nous avons probablement été influencé de diverses façons à décider de se joindre aux AA. Par exemple, quelqu'un a vu quelque chose au sujet des AA et a transmis le message à un individu qui l'a peut-être transmis à la famille ou qui l'a peut-être reçu d'un médecin. Finalement, ce médecin a pu voir le message quelque part et en a parlé à un patient qui manifestement a un problème, etc. La chaîne des causes peut être plus complexe qu'un simple clic sur l'Internet ou sur les médias sociaux. Il nous faut donc relativiser ce 1% parce qu'on pourrait se dire avec raison que la Conférence perd son temps et n'investit pas au bon endroit. Rappelons seulement qu'au niveau de la Conférence, 1% représente plus ou moins 16,000 membres. Ce n'est certainement pas à négliger.

Que dire alors des investissements importants en ressources que la Conférence entrevoit pour les nouveaux projets médias ? D'un autre côté, tout cela peut sembler disproportionné. Plusieurs d'entre nous, sinon une grande majorité, sont d'accord pour dire qu'il faut aller de l'avant et se moderniser. Nous n'avons pas le choix.

Collectivement, nous des AA reconnaissons l'importance d'aller de l'avant vers le numérique et nous n'en sommes qu'au début. Les dernières années ont posé le problème de façon encore plus insistante. On a qu'à penser à l'orientation qu'a prise notre région depuis la sortie de la pandémie d'investir de façon importante dans notre parc informatique et l'économie numérique.

Dans un tout autre ordre d'idées, un message du directeur général du BSG à tous les membres de la Conférence le 17 novembre 2023 nous informait que, selon le budget prévisionnel 2023, le BSG devait essuyer une perte de 997 000 \$.

Le directeur nous a alors demandé une contribution volontaire additionnelle pour poursuivre l'adaptation de notre Mouvement aux besoins d'aujourd'hui. À la fin 2023, l'objectif de combler le déficit prévu pour 2023 avait été atteint.

Le 25 janvier 2024, le directeur général revenait avec plus d'insistance affirmant qu'il serait nécessaire pour tous d'envisager un effort supplémentaire plus soutenu dans le temps. L'enjeu actuel est que le fond de réserve était de 6,27 mois d'opération à la fin janvier 2024 alors qu'il devrait idéalement se situer entre 9 et 12 mois.

Première assemblée pré-Conférence

9 mars 2024

Premier sujet

Les dernières années ont été difficiles sur le plan financier et personne n'y a échappé. Même les AA doivent s'adapter à cette nouvelle réalité. Transmettre le message AA « constitue le service de base que rend l'Association des AA : c'est là notre objectif premier et notre principale raison d'être » nous enseigne Bill dans les pages du Manuel du service chez les AA.

Alors, quand on s'attarde à la question de l'argent chez les AA, est-ce qu'on devrait avoir une vision strictement comptable de notre travail de Douzième Étape ou plutôt, considérer l'argent en terme spirituel de vie sauvées ?

En bout de piste, ce qu'il faudrait comprendre de tout ce détour que nous avons pris avec ce sujet, est-ce que, si en 2023, j'ai donné, par exemple \$500 pour la Septième Tradition, est-ce qu'en 2024 je suis prêt à donner, disons, \$550 (10% de plus) ? Est-ce que, individuellement, je suis prêt à donner davantage ? Comme le pose la Réflexion quotidienne du 26 juillet, « alors combien valent ma sobriété et ma paix intérieure ? »

Est-on conscient que si nous poursuivons dans la voie de la modernisation dans la transmission de notre message d'espoir, nous devrions contribuer davantage à notre Septième Tradition ?

Et pour l'avenir des AA, sommes-nous prêts collectivement à y mettre le prix pour atteindre celui ou celle qui a besoin d'entendre notre message, là où il ou elle se trouve ?

Préparé par :

André D.
Délégué R87/P74
Les Alcooliques Anonymes