

Vol. 27, no 4, hiver 2012-2013

# L'AMECQ *dote*

Bulletin trimestriel de l'Association des médias écrits communautaire du Québec



**Le temps des « coupures »** p.3

**Dossier:**

**La rédaction d'une amorce** p.6

**La rédaction web** p.8

**L'AMECQ EN BREF** p.10



## Conseil d'administration

### Président :

Daniel Pezat, *Le Reflet*, Lingwick

### Secrétaire :

Yvan Noé Girouard, directeur général

### Abitibi-Témiscamingue/Outaouais :

Kristina Jensen, vice-présidente

*L'Écho de Cantley*, Cantley

### Capitale-Nationale/Saguenay-Lac-Saint-Jean/Mauricie :

Richard Amiot,

*Droit de parole*, Québec

### Montréal/Laurentides/Laval :

Vincent Di Candido, *Échos*, Montréal

### Chaudière-Appalaches :

Manon Fleury, trésorière, *Coup d'oeil*

*sur St-Marcel*, Saint-Marcel

### Estrie/Centre-du-Québec/Montérégie :

Annie Forest, *Entrée libre*, Sherbrooke

### Bas-Saint-Laurent/Gaspésie/Côte-Nord :

Yvan Roy, *L'EPIK*, Cacouna

*L'Association des médias écrits  
communautaires du Québec reçoit le  
soutien du ministère de la Culture et des  
Communications*



*l'AMECQdote* est distribué par courriel  
quatre fois par année  
aux membres et sympathisants.

Rédacteur en chef : Yvan Noé Girouard

Mise en pages : Muriel Adekambi

Correction : Delphine Naum

140, rue Fleury Ouest  
Montréal (Québec) H3L 1T4  
Tél. : 514 383-8 533  
1-800-867- 8 533  
Télec. : 514 383-8 976  
medias@amecq.ca  
www.amecq.ca

Conception :  
Muriel Adekambi

## Mot du président

### Le temps des « coupures »

Daniel Pezat..... 3

## Vie associative

### Modifications apportées aux règlements des Prix de l'AMECQ

YNG.....4

### Le PDF des journaux communautaires en ligne !

YNG.....5

## Dossier

### La rédaction d'une amorce :

### Un mauvais début signe l'arrêt de mort de votre texte!

Yvan Noé Girouard.....6

### Ce qu'il faut savoir sur la rédaction Web

Muriel Adekambi .....8

## L'AMECQ en bref...

S'ouvrir par l'art..... 10

Un an déjà !.....11

TAM TAM souffle sa première bougie.....12

Les 20 ans de Reflet de Société..... 13

Coup d'oeil fête ses bénévoles..... 14

L'action communautaire: un trésor ..... 16

# Le temps des « coupures »

Par Daniel Pezat



Daniel Pezat

L'État, que ce soit à Québec ou à Ottawa, veut réduire ses dépenses. Le but ultime: l'équilibre financier. Pour cela, il diminue, en ce qui nous concerne, le financement à notre association. Ce n'est pas forcément moins d'argent qui rentre dans les coffres de l'AMECQ, mais comme les frais de fonctionnement augmentent, les revenus demeurent les mêmes. L'AMECQ n'est plus en mesure de jouer à « L'association-providence ».

Nos activités et nos projets devront s'autofinancer. L'utilisateur-payeur est à l'ordre du jour. Pour sa part, votre conseil d'administration a travaillé depuis des années à réduire ses

dépenses. Les réunions du CA se font depuis longtemps par Skype (les frais de déplacement sont réduits au maximum), toute la documentation est envoyée par courriel (réduction des frais de papeterie et d'envoi). Depuis deux ans, vous recevez l'*AMECQdote* en version PDF. Le personnel est maintenu à deux personnes. Mais ce qui coûte encore cher à notre association, outre le loyer, les assurances, les taxes et autres dépenses incontournables, se sont les services aux membres (production de DVD de formation entre autres) et les activités (rencontres régionales, colloques et congrès).

Pour ce qui est des services aux membres, il n'est pas question d'en réduire la quantité ou la

qualité. C'est non négociable! Par contre, il y a des frais que l'AMECQ ne peut plus assumer. Entre autres, au moment de monter un projet, la contribution de l'AMECQ à la réception d'une aide financière d'un palier de gouvernement varie en moyenne entre 25 et 30%. Ces montants devront être absorbés en tout ou en partie par les membres qui bénéficient de ce projet.

Rencontres régionales, colloques et congrès. Notre association a toujours voulu vous proposer des activités de qualité à un moindre coût, comme des formations, en assumant une partie des frais (location des salles, collations, salaires des conférenciers, des animateurs, ou des activités récréatives). Or, nous sommes à un tournant. Où il faut couper dans le nombre d'activités ou demander une plus grande contribution financière aux membres.

Depuis cinq ans, l'AMECQ a fait des efforts considérables pour équilibrer son budget. Force nous est d'admettre quelle doit demander à ses membres une plus grande contribution financière. Les temps sont difficiles pour tous. Nous devons serrer les rangs; l'esprit communautaire qui nous anime doit nous unir dans un effort collectif pour que les journaux communautaires aient un bel avenir.

# Modifications apportées aux règlements des Prix de l'AMECQ



Remise de prix édition 2011

Le conseil d'administration de l'Association des médias écrits communautaires du Québec a adopté en juin dernier des modifications aux règlements des Prix de l'AMECQ concernant certaines catégories.

Ainsi, la catégorie « Reportage » sera consacrée uniquement au reportage; les dossiers ne seront donc plus admissibles. La catégorie « Conception publicitaire » a également été abolie.

Pour ce qui est de la catégorie « Photographie de presse », vous n'aurez plus à nous faire par-

venir la photo originale, la page du journal sur laquelle figure la photo suffira. Toutefois, la photo numérique soumise au concours devra être envoyée par courriel. Quant aux médias ne publiant que sur le Web, les articles qu'ils soumettront devront être imprimés et envoyés par courrier avec le formulaire d'inscription.

Enfin, afin de faciliter les inscriptions au prix Raymond-Gagnon, un nouveau formulaire d'inscription a été créé.

Les prix de l'AMECQ comporteront dorénavant neuf catégories :

Nouvelle, Reportage, Entrevue-Portrait, Opinion, Chronique, Critique, Photographie de presse, Conception graphique (format magazine) et Conception graphique (format tabloïd), ainsi que le titre du Média écrit communautaire de l'année, décerné selon le total des points attribués dans les neuf catégories. Ajoutons à cela le Prix Raymond-Gagnon décerné au bénévole de l'année de la presse écrite communautaire.

Les règlements détaillés des Prix de l'AMECQ, ainsi que les formulaires d'inscription seront envoyés par courrier aux journaux membres au début de mois de janvier 2013 avec les avis de renouvellement d'adhésion à l'Association.

YNG



# Le PDF des journaux communautaires en ligne !

**Téléchargez les pdf de vos journaux en ligne sur le site de l'AMECQ**

**TELECHARGER**

[www.amecq.ca](http://www.amecq.ca)

**AMECQ**  
ASSOCIATION DES MÉDIAS ÉCRITS  
COMMUNAUTAIRES DU QUÉBEC

À ce jour, plus de 50 % des membres de l'Association des médias écrits communautaires de Québec ont placé le PDF de leur journal dans l'espace réservé à cette fin dans le répertoire des membres sur le site Web de l'Association. Nous vous suggérons de mettre vous-même la plus récente édition de votre journal sur le site de l'AMECQ.

Voici comment procéder : vous devez aller sur site Web de l'Association ([www.amecq.ca](http://www.amecq.ca)), en haut de la page d'accueil

dans la bande noire et cliquer sur la section « Services », puis sur l'onglet « Espace membre » et vous connecter à l'aide de votre nom d'utilisateur et de votre mot de passe. Si vous ne vous souvenez plus de votre nom d'utilisateur ou votre mot de passe, n'hésitez pas à nous contacter à [info@amecq.ca](mailto:info@amecq.ca).

Pour mettre en ligne votre journal, il est recommandé de créer des fichiers PDF de taille minimale pour éviter les difficultés de téléchargement. Donc, votre fichier PDF destiné à l'impression n'est pas le meilleur format pour

l'affichage rapide sur le Web. Pour éviter un échec de téléchargement et pour favoriser une visualisation rapide, il faut absolument que la version PDF de votre journal ne dépasse pas 1 Gb. Une fois le journal téléversé, l'image de votre journal apparaîtra automatiquement en haut du lien « Télécharger la dernière édition du journal ».

Si vous avez besoin d'aide, contactez notre adjointe aux communications:

Muriel Adekambi, au 1 800 867-8533.

# La rédaction d'une amorce : Un mauvais début signe l'arrêt de mort de votre texte!



Yvan Noé Girouard

**L**a plupart du temps, un mauvais début d'article tue votre texte. Non ce n'est pas drôle, même plutôt triste, d'avoir consacré des heures à rédiger un texte qui ne sera pas lu. Voici donc quelques trucs pour faire en sorte que votre article attire l'attention du lecteur et soit lu jusqu'à la fin.

Ne commencez pas votre article avec des phrases inutiles comme : Saviez-vous que... Vous avez sans doute entendu parler de... Vous connaissez sans doute monsieur un tel... Dites-vous que si le lecteur le savait, vous n'auriez pas besoin de l'écrire.

Alors évitez d'amorcer un texte avec ce genre de phrases que l'on retrouve malheureusement trop souvent dans la presse écrite. Pour qu'un texte soit lu, il faut savoir faire preuve de clarté dès le début de l'article. Pour ce faire, il existe des règles éprouvées que le journaliste doit appliquer. Ces règles font en sorte que le lecteur n'aura aucune difficulté à lire et à comprendre votre article.

## La nouvelle

Pour l'écriture d'une nouvelle, la première de ces règles s'appelle le lead. C'est la façon de réussir le début du texte. Le lead est le noyau de la nouvelle : il y joue un rôle fondamental. Il vise à attirer le lecteur, à piquer sa curiosité et à l'inciter à poursuivre sa lecture. Il doit séduire le lecteur. L'art du lead consiste à mettre en valeur le nouveau, l'important et l'intéressant. Le lead ? C'est le début de la nouvelle!

Le lead est l'appât qui attire le lecteur. Il doit être clair et précis. N'essayez pas de donner toute l'information d'un seul coup. Il faut répondre brièvement

aux six questions fondamentales : Qui? Quoi? Où? Quand? Comment? Pourquoi? En y répondant, cela vous évitera de vous perdre dans les détails.

Il faut placer l'essentiel de la nouvelle dans le lead et l'essentiel du lead dans la première phrase. Il faut en exclure toute information non indispensable. Le lead doit être encore plus concis que le reste du texte, plus précis, plus concret, mieux écrit. Il doit dire le plus de choses possible avec le moins de mots possible. En un ou deux courts paragraphes, il doit livrer l'essentiel de l'information.

Le meilleur lead est court, respecte la syntaxe sujet-verbe-complément et dit tout en quelques mots. La phrase est plus efficace si elle ne contient qu'un seul élément d'information. Le critère principal pour évaluer la qualité d'un lead est d'accrocher le lecteur. Pour y arriver, il faut écrire dans un style clair et à l'aide de mots précis. Parfois condensé en une seule courte phrase, le lead atteint rarement et ne dépasse jamais une quinzaine de lignes (60 caractères par ligne). Pourtant, malgré la nécessité d'en dire beaucoup

en peu de phrases, il faut se méfier des phrases longues qui essaient de tout contenir d'un coup. Il vaut mieux plusieurs phrases courtes. C'est plus facile à lire.

## Le reportage

Seule la nouvelle a un lead proprement dit, c'est-à-dire un début qui respecte les règles établies. Pour un autre genre d'article comme le reportage, on peut utiliser le terme amorce ou attaque. Il y a lieu cependant de distinguer lead et amorce. Tout article a une amorce, c'est-à-dire une façon de commencer, qu'il convient de soigner. Il s'agit d'un moyen de forcer l'attention du lecteur.

Un reportage ne saurait être rédigé sans attaque, laquelle constitue le premier paragraphe. C'est la partie la plus importante du reportage puisque c'est elle qui devra attirer et retenir le lecteur. Ce sont les 40 premiers mots d'un article qui déterminent si le lecteur poursuivra ou abandonnera sa lecture. L'attaque doit donc surprendre, piquer la curiosité. Les procédés d'attaque les plus fréquents sont une mise en scène concrète,

une citation percutante ou encore une formule bien ciselée.

## L'article d'opinion

Un journaliste peut écrire tantôt des articles de faits, tantôt des articles d'opinion, pourvu que les deux genres soient clairement identifiés et bien séparés. L'important, c'est de ne pas les confondre dans un même article. En d'autres mots, on fait de la nouvelle ou on fait de l'opinion, mais on ne fait pas les deux en même temps.

L'amorce de l'article d'opinion ne doit contenir que votre opinion et la solution à laquelle vous voulez arriver. Le paragraphe suivant l'amorce est un rappel des événements qui ont conduit à votre prise de position. Il ne faut pas omettre de rappeler les faits, sinon le lecteur qui n'est pas au courant du sujet abordé risquerait d'être dérouté. Puis, dans les autres paragraphes, mettez par ordre d'importance les arguments qui appuient votre prise de position.

## En conclusion

Gardez à l'esprit que les lecteurs accordent peu de temps à la lecture des journaux et ont

tendance à lire d'abord les titres et les bas de vignette ou les légendes des photographies. S'ils ont accroché sur un sujet, ils liront le début du texte et, s'ils sont vraiment intéressés ou captivés, ils poursuivront la lecture au-delà des premiers paragraphes.

Conscient de ces contraintes, posez-vous la question : si je ne pouvais écrire qu'un seul paragraphe, si je devais résumer cette histoire en une seule phrase, quelle serait-elle ? Il y a alors de fortes chances que vous soyez sur la bonne piste pour la rédaction de votre amorce. Si vous n'êtes pas sélectifs, le lecteur, lui, le sera : il tournera la page et passera à un autre article.

Note : Les informations fournies dans ce texte se retrouvent dans le DVD de formation de l'AMECQ L'écriture journalistique de base.

### Attention : Le lead n'est pas un chapeau

Le chapeau (certains écrivent chapô) est le préambule en caractère gras qui coiffe parfois un article. Ce court paragraphe situe l'article dans son contexte. Il est indépendant de l'article. Il est souvent écrit par le rédacteur en chef ou par un adjoint à la rédaction, et rarement par l'auteur du texte. Notez que dans plusieurs journaux, le lead est souvent imprimé en gras. Cela n'en fait pas pour autant un chapeau. Il s'agit uniquement d'un effet typographique pour attirer le lecteur.

# Ce qu'il faut savoir sur la rédaction Web

Par Muriel Adekambi



**L**'Internet est devenu le meilleur moyen de communication aujourd'hui. En effet, avec les inventions telles que le iPad, le iPhone... nous avons un accès à l'information plus facile et plus rapide qu'autrefois. Cela entraîne l'abandon progressif des sty-

los, qui font de plus en plus place aux ordinateurs et aux androïdes. De la même façon, le monde de l'information s'est adapté à ce nouveau mode de communication. Aujourd'hui, la plupart des journaux papier n'ont d'autre choix que de créer un site Internet contenant la version électronique

de leur journal. Je ne vais pas discuter ici du bien ou du mal que ce changement a apporté à notre société, je désire plutôt vous introduire à cet univers.

La rédaction Web a plusieurs avantages allant , de la facilité d'accès au contenu pour les lec-



teurs à l'interactivité entre le rédacteur et le lecteur, ainsi qu'entre les lecteurs. Comme pour l'écriture sur papier, la rédaction Web doit respecter certaines règles pour faciliter la lecture et capter l'attention du lecteur. Certains critères sont à prendre en considération lorsqu'on écrit pour le web, tels que la connexion Internet, le poids du texte, la résolution de l'écran et le choix de typographie.

### Faits à savoir...

Voici quelques faits dont il faut tenir compte pour la rédaction d'un texte destiné au web. Tout d'abord, l'internaute n'aime pas vraiment lire de longues phrases, qui contiennent des mots compliqués. De plus, seuls 22 % des lecteurs déroulent jusqu'au bas de la page. C'est pour cela qu'il est important de se focaliser sur les faits importants dès les premières

lignes du texte. Contrairement à la lecture sur papier, la lecture à l'écran se fait souvent de façon plus superficielle : 80 % des gens survolent les textes, seuls 20 % des lecteurs liront le texte entièrement.

### Clarté et concision

Pour vous assurer que l'information que vous partagez est limpide et bien comprise, vous devez utiliser des mots clairs et simples d'usage courant. Il est également recommandé de faire usage de verbes plutôt que de noms. Ainsi, au lieu d'utiliser le mot « considération », on emploiera le verbe « considérer ».

Quand on écrit sur papier, on peut se permettre de faire une introduction avant de passer directement à l'information que l'on désire partager; avec le Web, c'est exactement le contraire, il faut commencer directement par l'in-

formation la plus pertinente, et terminer par la moins importante. Afin de rendre l'information plus claire pour le lecteur, vous pouvez aussi la découper en paragraphes, surtout pour des textes longs, en vous assurant de développer une idée par paragraphe.

Vous pouvez également mettre l'accent sur les mots les plus importants en les mettant en gras ou en couleurs. Insérer ce qu'on appelle des hyperliens vers d'autres sites, ou d'autres articles qui traitent du même sujet permettra aussi au lecteur d'obtenir des informations plus détaillées.

Il est vrai que la rédaction Web possède de nombreuses contraintes liées au média utilisé, en l'occurrence Internet. Mais en général, une fois que l'on s'y habitue, on se rend compte que le monde du Web est fascinant et addictif.



# *L'Itinéraire* : s'ouvrir par l'art

Par Soraya Elbekkali

**A**u sous-sol de *L'Itinéraire*, quelques fois par mois, camelots et participants se rencontrent pour échanger et socialiser. Jusque-là, rien de bien différent de ce qui se passe chaque matin au Café L'Itinéraire, sauf qu'ici, le café fumant et le déjeuner réconfortant font place à la glaise, aux coupures de ma-

gazine et au papier. Ève-Annecy, assistante au développement social, a eu l'idée d'instaurer ces ateliers d'arts hebdomadaires à la fin de l'été 2011. Le projet a emballé toute l'équipe et d'autres membres se sont joints à Ève-Annecy pour en assurer l'animation, notamment Annie Rainville, réceptionniste du groupe, et Jean-

Philippe Grondin, animateur du Centre de ressources éducatives et pédagogiques (CREP). « Cela attire principalement des camelots et participants qui avaient déjà un intérêt pour les arts ou l'écriture. Par contre, on insiste sur le fait qu'il ne s'agit pas d'une performance artistique », explique Ève-Annecy.



Ces ateliers sont surtout un prétexte pour inviter chacun à parler de soi. « Au Café, on parle aux camelots, mais la conversation reste superficielle. On parle du beau temps, parfois d'un problème spécifique. Dans les ateliers, les camelots et les participants parlent d'eux, de leurs expériences, de leurs voyages et de leur passé. On va plus en profondeur », constate la jeune femme. Linda Pelletier fréquente régulièrement les ateliers d'art. Elle aime expérimenter les différents médiums mis à sa disposition, mais sa véritable passion reste l'écriture. « J'ai commencé à aller aux ateliers parce que je n'avais plus d'inspiration. Avant, j'étais souffrante et ma souffrance était le moteur de mon écriture. Maintenant, je vais mieux, mais je n'arrive plus à écrire », explique-t-elle. Elle se dit joyeusement surprise de constater que les thèmes imposés lors des

ateliers d'écriture ont su redonner un souffle à son inspiration.

Dans le bureau d'Ève-Annecy, des œuvres s'empilent sur les étagères. Ici un masque en plâtre, là un collage éclectique, plus loin un portrait hypnotisant qui côtoie des sculptures en glaise. Aucun doute que de véritables talents se révèlent lors de ces

ateliers. Depuis un an, les participants ont écrit ensemble des poèmes et des chansons, dessiné leur autoportrait, rempli le questionnaire de Proust... Ève-Annecy parle aussi de l'ambiance qui règne lors de ces moments de création : « C'est calme. C'est un véritable exutoire qui prend parfois des airs de méditation. » Elle constate que cinq ou six per-

sonnes reviennent régulièrement à ces ateliers. Certaines d'entre elles coaniment des ateliers avec Ève-Annecy ou Jean-Philippe. « Elles entrent alors dans une autre dynamique. Elles ne reçoivent plus simplement l'information, elles la donnent aussi. C'est une autre manière de les valoriser explique la jeune intervenante.

## Un an déjà !

Par Anne-Marie Courtemanche

### JOURNAL **District 9**

**D**istrict 9, notre journal communautaire, vient d'avoir un an. Déjà! L'extraordinaire accueil que vous nous avez réservé depuis les tout débuts nous confirme ce que nous pensions lorsque nous avons décidé de lancer ce journal : Saint-Lambert avait besoin d'une nouvelle voix; une voix qui est là pour rester. Vous nous le témoignez régulièrement par téléphone, par courriel, en personne, et dans chaque édition, en nous lisant et en vous y affichant à titre de commerce ou d'entreprise. Merci du fond du coeur !

Comme vous le savez maintenant, District 9 est un journal communautaire. Ce que cela signifie, c'est que votre implication est non seulement la bienvenue, elle est souhaitée. Plus

vous participerez à l'élaboration de ce journal, plus il vous ressemblera. Plus vous vous impliquerez, plus il présentera un reflet fidèle de ce qu'est Saint-Lambert.

Continuez de nous faire part de vos commentaires, à souligner nos bons coups, à critiquer – de façon constructive – nos moins bons coups. Dites-nous ce que vous voulez voir dans votre journal local. Faites-nous part des sujets qui vous intéressent, parlez-nous de vos passions : il n'y a aucune histoire qui ne nous intéresse pas. Nous sommes votre voix. Vous aimeriez vous impliquer ? Nous sommes toujours à la recherche de collaborateurs lambertois – anglophones et francophones – intéressés à nous faire découvrir différents aspects de la vie lambertoise. Vous avez du temps et vous aimez votre ville ? Communiquez avec nous, nous trouverons un mode d'implication qui vous convient.

Cette première année nous a permis de développer des partenariats avec la Fête de Saint-Lambert, le Festival Classica et la Grande guignolée des médias de la Rive-Sud. Nous avons aussi vu la qualité de notre travail reconnue par l'Association des médias écrits communautaires du Québec qui nous a décerné trois prix (première prix pour la meilleure nouvelle, deuxième prix pour la conception graphique et troisième prix du média de l'année). Cette reconnaissance de la qualité de notre travail, qu'elle vienne de vous ou de nos pairs, nous motive à travailler plus fort pour vous offrir un journal encore meilleur dans les années à venir.

Merci d'être là, merci d'être présents et merci de participer à la réussite de District 9. Ensemble, nous ferons de Saint-Lambert la ville dont nous rêvons, pour le mieux-être de tous.

# TAM TAM souffle sa première bougie

Par Jocelyne Gallant



Le nouveau conseil d'administration soufflant la bougie

Le 30 août dernier, le journal communautaire de Matapédia et les Plateaux, *Tam Tam*, tenait sa première assemblée générale à la salle municipale de Saint-Alexis. Diane Dufour, présidente du CA provisoire, a rappelé les actions menées depuis plus d'un an et demi pour démarrer le journal. Elle a remercié l'équipe en place et tous les bénévoles, soit près d'une quarantaine de personnes, qui ont participé à la création du journal, mais égale-

ment à la réalisation des six numéros produits au cours de l'année.

Elle a aussi remercié chaleureusement Denise Jalbert, agente de développement rural au CLD d'Avignon, pour son soutien pendant cette période de démarrage. La présidente n'a pas manqué de souligner le soutien financier du Pacte rural, de la Caisse Desjardins des Monts et Rivières ainsi que de celui de tous les membres actifs ayant permis de mener à bien cette mission.

Les élections ont permis de consolider notre conseil d'administration, sept membres ont été réélus, et Réal Tremblay de L'Ascension s'est nouvellement joint à l'équipe.

Après un an de fonctionnement, notre journal possède maintenant une structure solide avec un CA confirmé, des correspondants et de nombreux collaborateurs.

L'équipe amorce donc cette nouvelle année avec confiance, mais aussi avec quelques incertitudes quant au soutien financier nécessaire pour produire les prochains six numéros. La campagne de financement auprès des membres est d'ores déjà lancée. Enfin, l'équipe remercie tous ses fidèles lecteurs qui, tout au long de l'année, lui ont apporté leurs encouragements.



Le nouveau conseil d'administration

# Les 20 ans de *Reflét de Société*

Par **Raymond Viger**

C'est avec un nouveau regard sur l'avenir que *Reflét de Société* passe le cap des 20 ans.

Les dernières années n'auront pas été faciles. Que ce soit à cause des nouvelles normes du CRTC en télémarketing, des incertitudes vécues avec Patrimoine Canada ou encore des augmentations successives du salaire minimum et du timbre-poste, le budget de ce média communautaire a eu à se défendre à plusieurs reprises pour que ce dernier demeure en poste.

Même Christine St-Pierre s'était mise de la partie en 2009 pour retirer à *Reflét de Société* un acquis. Il s'agit de : son admission dans la liste des médias pouvant recevoir de la publicité gouvernementale dans le cadre du décret de Jacques Parizeau pour les 4 % réservés au communautaire. Ce geste de Christine St-Pierre

est venu affecter de 100 000 \$ par année le budget de *Reflét de Société*. Nous ne cacherons pas que cette action de Mme St-Pierre s'est faite sans même que nous en soyons prévenus.

Ces événements, parmi tant d'autres, auront fait passer notre budget de 2,4 millions \$ à 1 million \$ et les ressources hu-

## Reflét de Société

*Un regard différent sur notre société*

Pour nos 20 ans, nous ne pouvons que réaffirmer que nous sommes encore vivants et que nous allons le demeurer.

Nous avons continué d'améliorer le contenant et le contenu de

notre magazine d'information sociale. Nous avons passé à un magazine 100 % couleur. Malgré les coupures dans les ressources humaines, qui nous ont affectés, nous avons rajouté un journaliste à notre équipe, M. Normand Charrest. Parce que, si nous voulons continuer à augmenter la qualité de notre contenu, ce n'est pas à l'équipe journalistique de faire les frais de ces « coupures ».

*Reflét de Société*, fier d'être une presse communautaire et indépendante depuis 20 ans... et fier de l'être pour 20 années encore.



Soutenez l'AMECQ

N'oubliez pas de placer nos bouchons publicitaires dans vos journaux.

**AMECQ**  
ASSOCIATION DES MÉDIAS ÉCRITS  
COMMUNAUTAIRES DU QUÉBEC

*Une force  
communautaire!*

# Coup d'oeil fête ses bénévoles

Par Carole Pelletier

Le dimanche 9 septembre dernier avait lieu le deuxième party hot-dogs du journal Coup d'œil sur Saint-Marcel.

Comme l'an dernier, la présidente du journal, madame Manon Fleury, et son conjoint, Martin St-Hilaire, ont accueilli à leur domicile une trentaine de bénévoles qui ont contribué de près ou de loin au journal.

Comme la température n'était pas idéale pour festoyer à l'extérieur, les gens se sont rassemblés à l'intérieur de la maison et sur la galerie fermée, où l'ambiance était beaucoup plus chaleureuse qu'à l'extérieur...

Les invités ont discuté entre eux durant une bonne partie du souper, mais, attention, sans dire « ni oui, ni non » ! Ce jeu proposé par l'hôtesse a pris bien des bénévoles au piège et a suscité la rigolade.

Le souper s'est clôturé par un délicieux pouding chômeur préparé par Martin, et par la finale d'un jeu. Ce fut Sarah Mercier, qui, avec stratégie, a accumulé le plus d'épingles à linge. Sarah, ainsi que trois autres personnes dont les noms furent pigés au hasard ont rem-



Gagnante du jeu « ni oui ni non »



Manon et Martin, hôtes de la soirée

porté des prix de présence : un sac écologique, un stylo et un bloc note au logo du journal.

Félicitations à tous ! Nous vous donnons rendez-vous l'an prochain !

# L'action communautaire: un trésor à se souvenir

Par Lucien Gélinas, *Le Bulletin des Chenaux*



Avec le coffre, on voit le conseil d'administration de la CDC ainsi que la foule et leurs invités

Le 23 octobre dernier, la Corporation de développement communautaire (CDC) des Chenaux a fait les choses en grand pour célébrer son 10<sup>ème</sup> anniversaire

Non seulement a-t-elle souligné depuis quelques mois la pertinence de chacun de ses organismes membres, mais elle a posé un geste symbolique. En effet, elle a procédé à l'enfouissement d'un coffre aux trésors sur le chemin Rivière-à-Veillet, non loin de

ses bureaux à Sainte-Geneviève-de-Batiscan. Un monument funéraire d'envergure a même été placé auprès de la «sépulture». Plus de 75 personnes ont assisté à l'événement. Le coffre contient les signatures des participants et renferme aussi le manuscrit d'un livre à paraître qui va retracer l'histoire de cette CDC et de ses membres, le Bulletin des Chenaux du mois d'octobre, etc.

Le coffre sera déterré en 2037, soit dans 25 ans. Une symbolique qui nous persuade que l'action com-

munautaire contribue à maintenir en effervescence et à améliorer nos vies en société; une symbolique qui nous assure que l'action communautaire constitue un trésor...

Outre tous les nombreux acteurs dynamiques du monde communautaires, étaient aussi présents le maire de Sainte-Geneviève, Christian Gendron, le directeur général de la Société Saint-Jean-Baptiste de la Mauricie Guy Rousseau et l'attaché politique de la députée Lise St-Denis, Roger Le Blanc.



# 32<sup>e</sup> congrès annuel

*Des journaux en action... communautaire!*

Réservez à votre agenda les dates du prochain congrès de l'AMECQ

## Les 26, 27 et 28 avril 2013

**Le Nouvel Hôtel**  
1740, boul. René-Lévesque Ouest  
Montréal

**La programmation sera dévoilé ultérieurement**

