

# I'AMECQdote

Vol. 25, no 4, automne 2010

Bulletin semestriel de l'Association des médias écrits communautaires du Québec

## Magazine

**Spécial colloque :**

# L'avenir des médias écrits communautaires à l'ère du Web





## Conseil d'administration

### Président :

Daniel Pezat, *Le Reflet*, Lingwick

### Secrétaire :

Yvan Noé Girouard, directeur général

### Abitibi-Témiscamingue/Outaouais :

Jocelyne Mayrand, Vice-présidente,  
*Ensemble*, Evain

**Capitale-Nationale/Saguenay-Lac-Saint-Jean/ Mauricie :** Richard Amyot, Trésorier, *Le Lavallois*, Sainte-Brigitte-de-Laval

### Montréal/Laurentides/Laval :

Vincent Di Candido, *Échos*, Montréal

### Chaudière-Appalaches :

Guylaine Hudon, *Le Hublot*, L'Islet

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

Annie Forest, *Entrée libre*, Sherbrooke

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

Yvan Roy, *L'Épik*, Cacouna

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



**L'AMECQdote Magazine est distribué deux fois par année aux membres et sympathisants.**

**Rédacteur en chef :** Yvan Noé Girouard

**Mise en pages :** Ana Jankovic

**Correction :** Julie Berarducci

**Impression :** Au Point Reprotecth

**ISSN 1206-078X**

**Dépôt légal :**

**Bibliothèque nationale du Québec,  
Bibliothèque nationale du Canada.**

**140, rue Fleury Ouest  
Montréal (Québec) H3L 1T4**

**Tél. : 514 383-8533**

**1-800-867-8533**

**Télé. : 514 383-8976**

**medias@amecq.ca**

### À la une :

Les participants  
du colloque automnal de Québec  
Crédit photo : Ana Jankovic

## L'éditorial

### Sommes-nous prêts pour le virage Web ?

*Yvan Noé Girouard* .....3

## Spécial colloque

### Le virage Internet dans les médias : agir en complémentarité

*Julie Rhéaume* .....4

### Préparer la relève : prévoir l'avenir

*Julie Rhéaume* .....6

### Conseils pour la mise en ligne d'un site web pour un média communautaire

*Simon Forgues* .....9

### La problématique de la relève dans les médias communautaires

*François Richard* .....10

### Les journaux font lentement mais sûrement la transition vers le Web

*Danny Joncas* .....13

## Vie communautaire

### 33<sup>e</sup> Congrès de l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec

*Jérôme Saucier* .....14

## L'AMECQ en bref ...

Textes .....15

## Nomination d'Annie Forest au CA de l'AMECQ



Le conseil d'administration de l'AMECQ a procédé le 24 octobre dernier à la cooptation d'Annie Forest du journal *Entrée Libre* de Sherbrooke afin de pourvoir le poste de déléguée régionale de l'Estrie/Centre-du-Québec/Montérégie laissé vacant à la suite de la démission de Johanna Dumont, et ce, jusqu'à l'assemblée générale du 29 avril 2011.

# Sommes-nous prêts pour le virage Web ?



**Yvan Noé Girouard**  
directeur général

**L**e paysage médiatique ne sera plus le même dans 10 ans. Tel est le principal constat qui se dégage du colloque sur l'avenir des médias écrits communautaires tenu à Québec les 22 et 23 octobre dernier. Le colloque était organisé conjointement par l'Association des médias écrits communautaires du Québec et l'Association de la presse francophone. Une centaine de délégués provenant des quatre coins du Québec et du Canada y ont participé.

### Une amorce intelligente

Nous sommes à l'ère du Web et les journaux communautaires doivent s'adapter tout comme ils l'ont fait dans les années 1990 lorsqu'ils sont passés du montage collé à la mise en page informatisée. Toutefois, cela ne veut pas dire d'abandonner le papier pour devenir ex-

clusivement des médias sur Internet. Il y a un juste dosage à respecter afin d'amorcer intelligemment le virage technologique.

### S'habituer graduellement

Comme me l'a affirmé monsieur André Wilson de CapAcadie.com, « si les médias communautaires abandonnaient demain matin l'édition papier et la distribution porte-à-porte, la population locale ne suivrait pas ». En effet, la population doit s'habituer graduellement elle aussi au virage qui s'amorce. Il faut prendre le temps d'habituer nos lecteurs à avoir le réflexe d'aller cliquer sur la page web du journal... encore faut-il que le journal ait sa page web. Ce n'est pas évident, et encore moins dans les régions ! Internet haute vitesse ne se rend pas partout, plusieurs foyers n'ont pas d'ordinateurs, la population est vieillissante et le Web n'a jamais fait partie de leurs habitudes de vie.

### Une idée intéressante

Cependant, comment s'y prendre pour amorcer ce virage Web ? Plusieurs solu-

tions ont été soulevées lors du colloque. Une idée intéressante serait, entre autres, que le journal communautaire s'associe à un portail local sur lequel on retrouverait tout ce qui concerne la municipalité : l'hôtel de ville, le CLSC, les organismes communautaires, tels que les Fermières, l'AFÉAS, les Chevaliers de Colomb, la popote roulante, TOUT, incluant, bien sûr, le journal communautaire. L'habitude de cliquer en un seul endroit pour tout savoir sur sa municipalité serait ainsi peut-être plus facile à adopter. L'information hyperlocale aura toujours sa place et la beauté de la chose c'est qu'elle ne peut provenir de l'extérieur.

### Problématique de la relève

Une autre problématique soulevée lors du colloque est celle de la relève. Problématique qui semble aller de pair avec l'avènement des nouvelles technologies. Les artisans de la presse écrite communautaire, c'est visible à l'œil nu, se font de plus en plus grisonnants. Il faut intégrer les plus jeunes. Ils sont les lecteurs de demain, ce sont eux qui effectueront la transition. Il faut savoir leur faire de la place dans

nos équipes de travail. Il faut savoir les accueillir et apprendre à les écouter. Il faut s'ouvrir à leurs idées et à leur façon nouvelle de voir les choses. Le colloque a démontré que déjà quelques journaux membres de l'AMECQ ont réussi cette nouvelle adaptation.

### Des nouveaux outils

Les lecteurs de demain ne tâtonnent plus, ils sont déjà sur le Web. Ils s'attendent à ce que nous y soyons aussi ! Le rôle de la presse communautaire n'est-il pas d'être la plaque tournante de l'information dans son propre milieu ? La grande particularité du Web 2.0, avec ses réseaux sociaux, ses sites interactifs et ses différents blogues, est que les gens veulent participer et s'impliquer. N'est-ce pas ce que fait la presse communautaire depuis plus d'une trentaine d'années ? Il suffit d'adapter les nouveaux outils de communication à ce que nous faisons déjà particulièrement bien, soit diffuser de l'information locale. Oui ! Les journaux communautaires sont prêts à prendre graduellement, et à leur rythme, le virage du Web. ❖



# Le virage Internet dans les médias : agir en complémentarité



**Julie Rhéaume**  
journaliste

**L**a mise en commun des ressources, l'interaction avec les lecteurs et la complémentarité du Web avec les médias font partie des pistes de solutions proposées lors de la table ronde de l'AMECQ intitulée « Le virage Internet dans les médias communautaires », qui a eu lieu le 23 octobre dernier.

François Demers, professeur en communication à l'Université Laval; Martin Bougie, directeur général de l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec (ARCQ), Claude Plante, journaliste à *La Tribune* de Sherbrooke et responsable de la mise en ligne des nouvelles de sa région sur Cyberpresse.ca, ainsi que Jean-Jacques Prévost, rédacteur Web pour l'organisme à but non lucratif Sentiers Massawppi, propriétaire d'une piste cyclable, participaient à cette rencontre animée par Diane Guérette.

### François Demers

Pour François Demers, trois défis se présentent aux médias communautaires qui décident de prendre le virage Web. Ils doivent de prime abord faire face à des contraintes techniques (procédures, utilisation de logiciels, etc.). M. Demers affirme que certaines tâches seront même souvent confiées à des sous-traitants, faute de pouvoir les réaliser à l'interne. Ces médias doivent également surmonter des contraintes liées au financement même s'ils tirent leurs revenus de sources mixtes (subventions, publicité, abonnements, participation financière du public). Leurs ressources sont donc souvent limitées.

Enfin, le plus grand défi, selon l'avis du professeur est de « se constituer un public, d'intéresser les gens et les fidéliser ». Aux yeux de M. Demers, une solution serait de créer un portail qui mettrait en vedette les publications. Il y aurait une mise en commun des ressources techniques et l'utilisation d'un gabarit, d'une formule de présentation uniforme. « L'AMECQ pourrait prendre le leadership

d'un tel outil », croit-il. On pourrait également y offrir « un cocktail de services » en partenariat avec d'autres organismes communautaires.

Les médias devraient également montrer « qu'ils existent » pour la visibilité de leur site Internet grâce à ces outils : fils de diffusion RSS (qui publient les liens menant aux derniers articles mis en ligne sur un site Web), blogues, liens vers nos articles ou réseaux sociaux comme Twitter ou Facebook, conclut M. Demers.

### Martin Bougie

De son côté, Martin Bougie ne croit pas que le défi qui se pose aux médias communautaires soit d'ordre technique. L'accès aux nouvelles technolo-

gies s'est démocratisé. Il croit que l'enjeu est plutôt « humain ». « Comment garder la spécificité de nos médias tout en ayant recours au multimédia ? » se demande-t-il. Le directeur de l'ARCQ croit que le Web « n'est pas là pour remplacer, mais compléter nos activités ». Grâce au Web, les auditeurs peuvent, par exemple, écouter des émissions en baladodiffusion au moment qui leur convient. Il croit d'ailleurs que les effets du virage Web se font moins sentir à la radio que dans les journaux ou à la télé.

Lors de cet atelier, il a fait part d'un projet-pilote de l'ARCQ : la mise en place d'une plateforme médiatique collective. « On amène les stations à asseoir (sic) leur site sur cette plateforme », dit-il. M. Bougie in-



Le directeur général de l'AMECQ, Yvan Noé Girouard souhaitant la bienvenue aux participants du colloque.

Photo : Ana Janković



Photo : Ana Jankovic

Vue d'ensemble de la salle lors du premier panel de la journée qui portait sur le virage Internet des journaux communautaires.

siste toutefois sur l'importance d'offrir du contenu local et de favoriser la participation citoyenne grâce au Web. Avec cette initiative, il rejoint ainsi la suggestion de François Demers.

## Claude Plante

Claude Plante est venu partager ses expériences à *La Tribune* et *Cyberpresse*. Même s'il œuvre dans un environnement bien différent des journaux communautaires, on retiendra ce conseil du panéliste : on se doit de mettre à jour son site régulièrement pour garder l'intérêt des lecteurs et les inciter à revenir le consulter.

## Jean-Jacques Prévost

M. Prévost étudie à la maîtrise en communication et multimédia à l'Université de Sherbrooke. Dans le cadre d'une recherche, il a analysé les

sites Internet de Vélo Québec, de la Route Verte et des Sentiers de l'Estrie, des organismes qui ont plusieurs traits communs avec Sentiers Massawippi. Il a ensuite ciblé cinq caractéristiques semblables : l'aspect lié à la sollicitation (recherche de bénévoles, de dons), communautaire (l'interaction entre les usagers et les organismes), descriptif (mission de l'organisme et champs d'activité, commercial (vente de produits) et éducatif/formatif. Jean-Jacques Prévost a également vanté les possibilités d'interaction avec les usagers du Web. Selon lui, grâce à ses nombreuses possibilités, le multimédia « décuple la portée de son message ».

## La période de questions

Une fois les interventions des panélistes terminées, les délégués et étudiants qui assistaient à la table

ronde ont pu faire part de leurs interrogations aux quatre invités. Certains membres de l'assistance se sont questionnés sur la disparition éventuelle des journaux papier. Au quotidien de Claude Plante, le « gros des revenus » provient encore de la version papier. « Je travaille à *La Tribune* depuis 20 ans. Ça fait 10 ans que j'entends parler de la disparition du papier », dit-il. Il croit que ce support répond toujours à un besoin. Pour François Demers, le passage complet d'un support papier vers le Web « ne se fera pas du jour au lendemain ». Il entrevoit « une phase de transition plus ou moins longue (...). Ça se fera graduellement, peut-être dans 10 ans. Ça ne veut pas dire que tout le monde abandonnera le papier », ajoute le professeur.

Serge Cloutier du *p'tit journal de Woburn* a soulevé un point très important : celui des disparités régionales

liées au Web. Selon M. Bougie, « 600 000 personnes au Québec n'ont pas accès à Internet ou à Internet haute vitesse ». D'autant plus que les journaux communautaires sont souvent lus par un public âgé qui ne possède pas nécessairement d'ordinateur ou d'accès Internet. « Les villages se dépeuplent de leur population plus instruite, soit des gens qui seraient plus susceptibles d'apprendre les nouvelles technologies », commente François Demers. Le virage Web doit alors se faire en complémentarité avec la version papier. La question des échanges de textes entre médias a aussi été abordée.

Comment choisir une nouvelle pour ses lecteurs, a demandé un étudiant de l'Université de Sherbrooke?

(suite à la page 8)

# Préparer la relève : prévoir l'avenir

**Julie Rhéaume**  
journaliste

Lors de l'atelier « Préparer la relève », organisé dans le cadre d'un colloque de l'AMECQ sur l'avenir des médias écrits communautaires à l'ère du Web, qui s'est tenu à Québec les 22 et 23 octobre, on a notamment souligné la nécessité d'assurer une relève avant que les journaux connaissent des difficultés, faute de bénévoles. On a aussi noté le besoin de tendre la main aux jeunes pour les impliquer. Fait intéressant : nous avons constaté qu'une grande majorité de délégués de plus de 50 ans y assistaient.

Le rédacteur François Richard, qui a entre autres œuvré à *Reflét de société*; Jocelyne Mayrand, vice-présidente de l'AMECQ; Annie Forest, présidente du journal *Entrée libre* de Sherbrooke; et Manon Fleury, présidente du journal *Coup d'oeil sur Saint-Marcel-de-l'Islet* participaient à cette rencontre animée par Diane Guérette.

### François Richard

En 2009, François Richard avait soulevé un point qui avait fait beaucoup jaser

au congrès de l'AMECQ : celui du vieillissement au sein des équipes des journaux communautaires. Il avait ensuite signé une série d'articles sur le sujet dans le magazine *Reflét de société*. Son constat : il s'agit d'un milieu vieillissant. Dans plusieurs cas, il arrive que les administrateurs des journaux soient âgés de 70 ans ou plus, fait-il remarquer.

« Les aînés sont des bénévoles précieux. Ils sont très impliqués. Ils ont beaucoup d'expérience et possèdent des forces que l'on ne pourrait retrouver chez des jeunes, dit M. Richard. On ne doit certes pas les mettre de côté sauf que l'avenir s'avère souvent problématique pour les journaux. Les jeunes travaillent ou étudient. Ils sont souvent impliqués au sein d'autres organismes ou causes. Leurs disponibilités sont donc limitées. De plus, les jeunes des régions (où se trouvent plusieurs journaux communautaires) s'exilent souvent vers d'autres villes. Ils ont donc de la difficulté à participer physiquement dans un média », note M. Richard. Pour lui, on pourrait inciter les jeunes à collaborer grâce aux nouvelles technologies mêmes s'ils ont quitté leur patelin d'ori-

gine. En faisant preuve de souplesse, on pourrait leur demander de signer ponctuellement des textes ou une chronique au lieu de s'impliquer à pleintemps. Les publications pourraient également aller dans les cégeps et universités « pour lancer leur message » et recruter des collaborateurs, « créer des lieux d'échange », croit M. Richard.

### Jocelyne Mayrand

Jocelyne Mayrand, qui œuvre aussi au journal *Ensemble pour bâtir* d'Évain, à Rouyn-Noranda, est venue partager ses expériences. À son journal, la même équipe était en place depuis des années. « Le moment n'était pas favorable à la relève, raconte-t-elle. Dans de tels cas, certaines personnes hésiteront à collaborer à un média, croyant qu'il s'agit d'un milieu fermé. En 2006-2007, certains bénévoles ont quitté la publication. Malgré nos tentatives, nous n'avons pas réussi à attirer des remplaçants », poursuit Mme Mayrand.

En 2008, faute de solutions, on a donc créé un poste salarié pour assurer la permanence du journal. L'employée a cependant quitté

son poste après un an et demi, accouchement oblige. Ce départ a entraîné des difficultés sérieuses pour *Ensemble pour bâtir*. « Avoir un employé, ce n'est pas magique ».

**« Les aînés sont des bénévoles précieux. Ils sont très impliqués. Ils ont beaucoup d'expérience et possèdent des forces que l'on ne pourrait retrouver chez des jeunes. » F. Richard.**

Il faut toujours avoir un comité pour soutenir les idées et guider (cette personne), croit-elle. À la fin de 2009, on avait le bec à l'eau. On a lancé un ultimatum : si on ne recrutait pas de bénévoles, on n'avait plus de journal », enchaîne Mme Mayrand. Trois personnes ont répondu à l'appel et se sont ensuite mises à faire du recrutement auprès de leurs connaissances. Le journal fut ainsi sauvé.

### Annie Forest

*Entrée libre* existe depuis 25 ans. Son lectorat provient du quartier centre-sud de Sherbrooke, un milieu qualifié de « défa-





Photo: Ana Jankovic

Les panelistes de l'après-midi (de gauche à droite) : Annie Forest, présidente d'*Entrée libre*, François Richard, rédacteur, Diane Guérette, animatrice de l'événement, Manon Fleury, présidente du *Coup d'oeil sur Saint-Marcel* et Jocelyne Mayrand du journal *Ensemble pour bâtir*.

vorisé », dit Annie Forest. À la suite du départ de deux bénévoles qui donnaient beaucoup de temps au journal, la publication s'est retrouvée prise au dépourvu. « Ce sont deux gros morceaux qui sont partis d'un seul coup, explique Annie Forest. On a lancé un appel à l'aide, un S.O.S., pour recruter des collaborateurs. Deux, trois, quatre personnes se sont montrées sérieusement intéressées. Il s'agissait surtout de connaissances des membres de l'équipe et de gens provenant d'autres organismes communautaires, raconte la présidente d'*Entrée libre*. Cette publication a fort heureusement la chance de loger dans une coopérative qui abrite d'autres groupes populaires. « On est bien entouré », lance Mme Forest.

Une fois la nouvelle équipe mise en place, le journal a modernisé sa maquette et revu ses façons de faire. Des comités de travail ont

été créés et les tâches divisées. Il existe maintenant des comités consacrés à la rédaction, à la correction, à la mise en page et au Web (Facebook).

La recherche d'une subvention salariale pour assurer une permanence temporaire était aussi dans la mire des responsables d'*Entrée libre*. Mme Forest avoue ne pas avoir de la difficulté à recruter des gens pour écrire dans sa publication. La tâche est cependant plus ardue lorsque vient le temps de solliciter des personnes pour voir à l'administration de l'organisme. « Notre erreur a été d'attendre que le journal soit en détresse pour réagir. Il faut voir à la relève maintenant », clame-t-elle.

Lors de cet atelier, la jeune femme a abordé un point très pertinent au sujet du virage Internet dans les médias

communautaires. Cette question faisait d'ailleurs l'objet d'une table ronde plus tôt dans la journée. *Entrée libre* est présent sur Facebook. Il a même publié un numéro consacré au dernier sommet du G20, en format PDF, par l'entremise de ce site social. Les nouvelles technologies sont un outil pratique, mais « il faut garder en tête que (notre) journal s'adresse à des gens qui n'ont pas nécessairement accès à Internet ou à l'informatique. Il n'est pas question d'arrêter l'édition papier », affirme-t-elle.

## Manon Fleury

Manon Fleury avait tenté de collaborer à *Coup d'oeil* il y a trois ans. Selon ses dires, la présidente de l'époque se montrait inflexible. « Elle voulait de l'aide, mais ne voulait faire les choses qu'à sa manière », raconte-t-elle.

Mme Fleury avait alors quitté son poste après un mois. « L'an dernier, le journal était menacé de fermer en raison de l'absence de relève. J'y ai vu une occasion extraordinaire et j'ai contacté Yvan Noé Girouard, poursuit Mme Fleury. J'avais déjà plein d'idées pour le journal et je n'étais même pas encore rendue au C.A. »

Elle visait rien de moins que la présidence du conseil d'administration lors de l'assemblée générale annuelle de la publication. Cette rencontre s'est d'ailleurs tenue dans la bisbille, raconte Manon Fleury. M. Girouard, le directeur de l'AMECQ, avait répondu à son appel et était présent à l'élection. Un nouveau conseil a donc été formé à la suite de cette assemblée. Deux anciens membres, la « mémoire corporative » du journal, en font partie, précise-t-elle. La nouvelle présidente, en poste depuis mai dernier,

compte apporter des changements graduels à la publication « pour ne pas choquer les gens ». Elle conserve certains éléments de l'édition précédente tout en lui donnant une cure de rajeunissement. Grâce à son média, elle souhaite aussi rendre plus dynamique un village qui est en train de se dévitaliser. Quant à la relève, elle croit que les gens « veulent donner de leur temps, mais faire

des petites choses ici et là. Ils ne veulent pas trop s'embarquer », pense-t-elle.

## La parole aux délégués

Plusieurs délégués sont intervenus à la suite des propos des quatre invités. Ils ont également soulevé l'idée d'aller chercher des jeunes dans leur milieu. Certains journaux font même appel à des élèves

du primaire ou du secondaire. Le Web se veut aussi un outil intéressant pour recruter et faire participer les plus jeunes, selon certains délégués. Il devient également un atout pour ceux ayant quitté leur région natale, mais qui veulent se tenir au courant de ce qui s'y passe.

« La majeure partie de nos bénévoles sont des retraités qui approchent 70 ans. Il est nécessaire de plani-

fier la relève. Certains ne croient plus être [au journal dans cinq ans]. Il faut assurer la transition, mais ne pas pousser les gens. Il faut mettre en place l'avenir au quotidien », explique Violette Goulet, du journal *Autour de l'Île*, de l'Île d'Orléans. « Il faut semer pour l'avenir. Les petites annonces ne marchent plus. Il faut prendre les gens par la main », conclut le président de l'AMECQ, Daniel Pezat. ❖

## Le virage Internet dans les médias communautaires : agir en complémentarité

(suite de la page 5)

Pour Martin Bougie, l'information doit être avant tout pertinente pour notre public. Un texte sur un attrait régional pourrait très bien servir dans le cadre d'une rubrique sur le tourisme, par exemple. L'idée de créer un portail commun rassemblant tous les journaux de l'AMECQ a semblé plaire aux délégués. Il est cependant important pour chaque publication de conserver son identité, note M. Bougie. Les journaux doivent également être en mesure de conserver leurs publicités locales, voire même d'attirer de nouveaux annonceurs.

Pour rejoindre ses lecteurs, quels réseaux sociaux doit-on privilégier? Doit-on avoir recours à Twitter, Facebook ou un blogue? On ne peut être

partout à la fois, soulève un membre de l'assistance.

Martin Bougie affirme qu'il faut se demander ce qu'on veut faire. Certains outils conviennent mieux à certains besoins. Pour M. Demers, par exemple, un blogue se veut un outil de provocation : « Un blogue qui ne suscite pas de controverse, ça ne marche pas », affirme-t-il. Avant de faire le grand saut sur le Web ou d'y accroître sa présence, il sera bien nécessaire de déterminer nos besoins : transmettre des nouvelles (rapidement); réagir sur l'actualité ou tout autre sujet chaud (blogue) ou se faire connaître davantage (site Web, Facebook).

Quant à l'éthique sur le Web, les journaux communautaires ne vivent pas les

mêmes réalités qu'un site comme Cyberpresse, qui carbure aux primeurs et aux infos publiées avant la concurrence. Grâce aux réseaux sociaux, les nouvelles (même erronées!) circulent encore plus rapidement. Lorsqu'on publie un texte, de manière générale, « il faut vérifier et revérifier l'information », dit Martin Bougie. Les lecteurs pourraient notamment confondre information et opinion d'un blogueur. « Il y a une éducation citoyenne à faire et un travail de journaliste à faire pour mettre ça en perspective », conclut-il.

En conclusion, nos panélistes et délégués ne croient pas qu'Internet remplacera complètement les journaux papier dans un avenir rapproché. Pour le moment, on doit percevoir ce moyen de commu-

nication comme un outil complémentaire et une manière de se faire connaître davantage du public. Dans l'atelier « Préparer la relève », on verra également que le Web est un bon moyen pour inciter les jeunes à collaborer plus facilement aux journaux et rejoindre ceux qui ont quitté leur région natale. ❖

---

Notes biographiques : Julie Rhéaume a assumé la permanence du journal *Droit de parole* (Québec) de 1998 à 2004. Elle œuvre maintenant comme journaliste culturelle en plus d'animer le magazine hebdomadaire *Culture* sur les ondes de la radio communautaire CKIA 88,3 FM.



# Conseils pour la mise en ligne d'un site web pour un média communautaire



## Simon Forgues

Agent au développement  
et aux communications  
Alliance des radios  
communautaires du Canada  
(ARC du Canada)

J'ai assisté les 22 et 23 octobre dernier à un colloque sur l'avenir de la presse communautaire à l'ère du Web. L'évènement qui se déroulait à Québec, grâce à un partenariat de l'Association de la presse francophone et de l'Association des médias écrits communautaires du Québec, réunissait des gens de partout au pays.

Plusieurs conférenciers et de panélistes sont venus expliquer aux participants comment l'avènement d'Internet a complètement révolutionné le monde des médias traditionnels.

Parmi les invités, on comptait André Wilson, direc-

teur général de CapAcadie.com; François Demers, professeur en communication à l'Université Laval; Martin Bougie, directeur général de l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec; Claude Plante, journaliste à *La Tribune* de Sherbrooke et responsable du site Internet du quotidien sur le portail Cyberpresse.ca; Jacques Prévost, rédacteur Web au Sentiers Massawippi; ainsi que Samuel Parent, directeur régional (région du Québec) pour le Bureau de la publicité interactive du Canada.

Il en ressort en outre qu'Internet est devenu LE média de prédilection des 18-34 ans et qu'il arrive à peine deuxième chez les 35-49 ans, tout juste derrière la télévision. Et c'est vrai partout au pays.

Il y a d'ailleurs fort à parier que le phénomène ne s'estompera pas avec l'avènement des plateformes mobiles et qu'il risque même de s'accroître devant le nombre croissant de petits appareils qui prennent en charge les accès Wi-Fi et qui n'ont donc plus besoin de compter nécessairement sur des forfaits de données mobiles pour accéder au Web.

Pour la radio, cela se traduit par une migration de l'auditoire et une fragmentation, voire un effritement, des revenus. À titre d'exemple, 2,6 millions de *podcasts* d'information radio ont été téléchargés dans le seul mois de février 2010, et ça ne compte pas les autres types de *podcasts* consacrés à la musique par exemple.

### Quelques conseils à mettre en pratique sur votre site Internet...

- 1) Servez-vous des agrégateurs de contenu RSS pour vous fournir du contenu à insérer sur votre site Internet. Si vous ne disposez pas d'une grosse équipe pour répondre au besoin de votre site, il peut s'agir d'une bonne façon d'amener votre site à évoluer;
- 2) Évaluez bien votre marché cible et vos objectifs, et n'allez pas au-delà de vos capacités. Rien ne sert de prendre non plus de trop grosses « bouchées »;
- 3) Le local, la communauté, le chez-soi, tout ça est dans l'ère du temps. N'ambitionnez pas de rivaliser avec les grands médias nationaux et visez plutôt les intérêts de votre collectivité d'abord et avant tout;

4) La vidéo est de plus en plus présente sur Internet et génère de plus en plus de visites. Il existe différentes façons d'ajouter du contenu vidéo gratuit sur votre site (L'édition Nouvelles de News Canada, YouTube, etc.);

5) Utilisez les médias sociaux tels que Twitter et Facebook pour vos besoins en marketing et la fidélisation de votre auditoire. Sachez que le temps passé sur les médias sociaux entre 2008 et 2009 s'est accru de 112 %;

6) Bonifiez votre site Internet de votre contenu en ondes et vice-versa. Si vous avez des avis de décès, songez à créer une section nécrologique sur votre site Internet et facturez quelques dollars supplémentaires à la maison funéraire pour cet affichage;

7) Soyez créatifs pour y générer des revenus. Des liens vers un ou des fleuristes dans votre page nécrologique. Plutôt que de la publicité traditionnelle, offrez aux annonceurs la possibilité d'imprimer des bons de réduction à partir de votre site. Vendez vos produits dérivés en ligne avec la possibilité de paiement sécurisé Paypal. ♦

Extrait de l'allocution de François Richard prononcée lors de l'atelier sur la relève le 23 octobre dernier :

# La problématique de la relève dans les médias communautaires



**François Richard**  
rédacteur

**L**a production des médias communautaires repose sur le bénévolat. Ce bénévolat prend du temps. Les retraités sont donc les bénévoles idéaux, ils ont beaucoup de temps puisqu'ils n'occupent pas un travail à temps plein. Leur expérience professionnelle, peu importe le secteur d'activité, et leur connaissance d'un milieu régional ou municipal qu'ils habitent depuis un grand nombre d'années en font des bénévoles hautement compétents, capables de diriger une entreprise de presse communautaire, probablement beaucoup mieux que ne pourrait le faire un jeune fraîchement sorti du cégep ou de l'université.

Donc, parfait pour le présent, un peu moins pour

l'avenir. Beaucoup de ces bénévoles talentueux oeuvrant dans les journaux communautaires ont 70 ans et plus. Ils portent leur média à bout de bras. Que va-t-il arriver à ces entreprises dans 10 ou 15 ans ?

### L'implication des jeunes

Nous allons explorer les difficultés de recrutement des jeunes dans les journaux communautaires et je vais proposer quelques idées qui pourraient, j'espère, vous aider à attirer plus de jeunes bénévoles dans vos organisations.

Pourquoi les jeunes s'impliquent-ils peu dans les médias communautaires ? Au-delà de l'intérêt qu'ils peuvent avoir ou non pour ce milieu, ils doivent faire face à des difficultés majeures s'ils choisissent d'y oeuvrer. Premièrement, les jeunes manquent de temps. Ils sont pris entre les études, le travail et parfois, pour le type de jeunes qui seraient intéressés à faire du bénévolat

dans la presse communautaire, par d'autres types d'engagements sociopolitiques : associations étudiantes, groupes militants. Et on n'a pas encore parlé des activités sportives ou sociales, ni des jeunes qui ont des enfants.

Ensuite, il y a le problème de la durée de cet investissement. Pour plusieurs, un passage dans un média communautaire constitue un tremplin vers un « vrai job ». Bien que ces passages puissent soulager temporairement l'équipe permanente d'une charge de travail appréciable, ces derniers doivent toujours « porter le journal à bout de bras » avant et après le passage des étudiants ou des stagiaires. Ils doivent assurer la continuité de l'institution.

De plus, à l'extérieur des grands centres, il y a la problématique de l'exode des jeunes. Aux contraintes de temps et d'argent s'ajoute celle de l'impossibilité de faire du bénévolat à Malartic, Saint-Armand ou New

Richmond lorsque l'on est installé à Sherbrooke, Québec ou Montréal.

Bien sûr, je n'ai pas de solutions toutes faites afin de surmonter ces grandes difficultés. Je crois que les nouvelles technologies de l'information et des communications - Internet, médias sociaux - pourraient les atténuer et permettre une participation des jeunes peut-être différente de celle qui a eu cours dans le passé.

### Les nouvelles technologies

La question des nouvelles technologies occupe une place centrale dans le présent colloque (octobre 2010). Il est peut-être un peu naturel de faire l'équation entre jeunesse et ordinateurs et de se dire que l'apport des nouvelles technologies apporterait du sang neuf et une certaine durée à vos entreprises. Il est toutefois ressorti de la production de ma série d'articles en 2009 que l'utilisation d'Internet était loin d'être

évidente dans le milieu de la presse communautaire pour plusieurs raisons que je vais rappeler rapidement.

Premièrement, le lectorat de la presse communautaire, tout comme ses artisans, est relativement âgé et n'est pas toujours à l'aise avec l'utilisation d'Internet. Deuxièmement, la presse communautaire est bien implantée dans certaines régions où l'accès à l'Internet est en lui-même difficile, voire inexistant. Troisièmement, le financement de la presse communautaire repose en grande partie sur des achats d'espaces publicitaires par des commerces locaux et de proximité, ainsi que par les administrations municipales, par exemple pour les appels d'offres. Pour toutes sortes de raisons, ce type d'achat publicitaire ne pourrait pas être transféré sur Internet. Quatrièmement, il faut tenir compte de ce qu'Yvan Noé Girouard, le directeur général de l'AMECQ qualifie d'« habitude de la boîte aux lettres ». Au-delà des difficultés que je viens de décrire, les lecteurs de longue date des journaux communautaires sont habitués à recevoir leurs publications sur le pas de la porte, à se pencher pour les ramasser, puis à les lire. Il est loin d'être certain qu'ils feront l'effort d'aller s'installer devant leur ordinateur et de chercher le journal en ligne.

De toute façon, je n'admets pas l'explication selon laquelle l'amour de la technologie est en soi ce qui retient les jeunes de jouer un rôle dans la presse communautaire. En fait, je suis convaincu que ce sont les raisons mentionnées au début de mon intervention – contraintes de temps, d'argent et de distances, plus, celle que je vais aborder à la fin de mon intervention, la méconnaissance de votre travail, qui les y empêchent. Je ne crois pas du tout qu'il s'agisse d'une espèce de snobisme devant les façons de faire plus traditionnelles du milieu de la presse communautaire québécoise.

**Je vous conseille fortement de vous déplacer dans les cégeps et les universités de vos régions afin d'aller vendre ça aux jeunes. Ce qu'ils ne savent pas, c'est que travailler dans la presse communautaire, ce n'est pas « plate ».**

Je crois néanmoins que sans être la solution centrale, les nouvelles technologies peuvent aider à l'épanouissement de la presse communautaire de différentes façons. D'abord, en permettant de maintenir un lien avec les jeunes qui n'habitent pas les lieux où sont distribués vos journaux. Même s'il ne s'agit

que de renouveler le lectorat, c'est déjà immense : le journal conserve ainsi sa raison d'être. Les jeunes visés en premier lieu sont ceux natifs de vos régions, mais qui ont dû s'installer ailleurs pour leurs études ou leur carrière.

Ces derniers pourraient aussi utiliser l'Internet afin de contribuer à distance au journal de leur région natale. On crée ainsi les bénévoles de demain. J'ai en tête quelques exemples du type de travail que des jeunes bénévoles pourraient effectuer à distance.

D'abord, le graphisme et la mise en page pourraient être réalisés de l'extérieur pour un journal qui serait ensuite imprimé et distribué de façon traditionnelle. Ensuite, sur le plan du contenu journalistique, l'utilisation d'Internet permettrait d'employer des stagiaires à distance et de travailler avec une « deuxième couche » de bénévoles qui seraient des collaborateurs, plutôt que des membres à part entière de l'équipe.

Un jeune pourrait par exemple venir une fois faire du terrain dans sa région d'origine pour un reportage, disons durant un long weekend, et ensuite effectuer le travail de réécriture et de mise en page à distance, une fois rentré chez lui. Le raisonnement s'applique aussi pour des correcteurs ou des photographes. Cette formule permettrait également de

rendre compte de ce que les jeunes de la région accomplissent à l'extérieur, dans les endroits où ils sont installés, que ce soit dans les domaines sportifs, entrepreneuriaux ou artistiques.

Je vous conseille fortement de vous déplacer dans les cégeps et les universités de vos régions afin d'aller vendre ça aux jeunes. Ce qu'ils ne savent pas, c'est que travailler dans la presse communautaire, ce n'est pas « plate ». Racontez-leur vos combats contre tel projet minier ou tel puits de gaz de schiste ou contre telle administration municipale corrompue.

Avant d'avoir envie de s'impliquer, il faut qu'ils sachent que la presse communautaire est un lieu de combat social où, en tant que bénévole, ils ne seront pas juste une tête de plus dans une marche ou un distributeur de dépliants. Ils évolueront plutôt dans un lieu où le bénévole choisit ses combats et les mène lui-même en grande partie. Ça, j'en suis convaincu, peut attirer les jeunes que vous recherchez et qui seront, comme vous, une minorité d'idéalistes, prêts à consacrer leur temps à aider les gens au nom de principes et d'une certaine vision de la société. ❖



# Les journaux font lentement mais sûrement la transition vers le Web



## Danny Joncas

coordonnateur du Service de nouvelles (APF)

Avec l'émergence des réseaux sociaux, l'entrée sur le marché de nombreux gadgets qui permettent aux consommateurs d'information d'être connectés au Web en tout temps et la présence de plus en plus de sites web offrant de l'information gratuitement, la presse écrite n'aura d'autre choix que de s'adapter à la nouvelle réalité si elle veut survivre.

Déjà, la plupart des quotidiens ont adopté les mesures qui s'imposaient afin d'être présents sur internet, certains éliminant même complètement leur version papier après des décennies de publication pour se concentrer uniquement sur le web. D'autres réussissent quant à eux, du moins pour l'instant, à conserver leur modèle traditionnel

tout en exploitant à fond la plateforme web. Maintenant, les hebdomadaires emboîtent à leur tour le pas.

Pour certains journaux, cette transition peut cependant nécessiter davantage de temps. C'est le cas notamment des hebdomadaires de l'Association de la presse francophone (APF), dont plusieurs desservent de petits marchés francophones se situant dans des milieux à forte majorité anglophone. Par contre, depuis quelques années, on remarque que les journaux déploient de plus en plus d'efforts afin de s'assurer de jouir d'une visibilité sur internet ainsi que sur les réseaux sociaux.

À preuve, à une époque pas si lointaine, la quasi-totalité des journaux membres de l'APF utilisaient le gabarit fourni par l'APF afin de bénéficier d'une présence web. Aujourd'hui, seulement sept des 23 journaux membres de l'APF ont encore recours à ce gabarit, les autres ayant développé leur propre identité web. En ce qui concerne les réseaux sociaux, huit sont présents sur Facebook et six sur Twitter.



Photo: Archives

## Exercice de sensibilisation

Selon le directeur général de l'APF, Francis Potié, ce virage Web qu'entreprennent les journaux réjouit l'organisme national, qui travaille depuis quelques années à sensibiliser ses membres à l'importance d'être présents sur le Web.

« Dans le cadre de notre congrès annuel, on essaie d'apporter des conférences qui peuvent sensibiliser nos membres à cette nouvelle réalité et leur partager des stratégies qui sont utilisées ailleurs pour s'assurer une meilleure présence sur le web », explique-t-il en ajoutant que le message semble passer de mieux en mieux.

« Au départ, on observait que dans certains cas, il y

avait des craintes à l'effet que ce que l'on ferait sur le web se ferait au détriment de la version papier. Maintenant, on peut dire qu'on a franchi cette étape et que la crainte n'est plus présente », poursuit le directeur général de l'APF, qui tenait d'ailleurs un colloque web à Québec à la fin octobre de concert avec l'Association des médias écrits communautaires du Québec (AMECQ).

En ce qui concerne cette dernière affirmation de Francis Potié, soit celle ayant trait au maintien de la qualité du produit papier, certains sont clairs à ce sujet : la version papier demeure prioritaire. « La mise à jour du site web demande un certain travail.

(suite à la page 19)

# Spécial colloque



Photo : Ana Jankovic

André Wilson, directeur général de CapAcadie.com lors de la conférence de vendredi soir «Internet et les modes de diffusion des contenus».



Photo : Ana Jankovic

L'atmosphère dans la salle quelques minutes avant le début de l'atelier intitulé «Le virage Internet».



Photo : Videline Ribeiro

Le président de l'AMECQ, Daniel Pezat discute avec Benoît Lévesque de l'Attisée lors de la pause-café.



Photo : Videline Ribeiro

Ana Jankovic et Yvan Noé Girouard présentant l'historique de l'Association.



Photo : Ana Jankovic

Le trio Patrice Painchaud en action pour célébrer les 30 ans de l'AMECQ.



Photo : Ana Jankovic

La vice-présidente de l'AMECQ, Jocelyne Mayrand en compagnie d'Yvan Roy (*Epik*) et Serge Frédérick (*Le Contact de Beaulac-Garthby*).



Photo : Ana Jankovic

Raynald Laflamme (*L'Écho de Saint-François*) toujours de bonne humeur (au milieu) entouré de Pierre Hebert (*Le Haut-Saint-François*) et Guylaine Hudon (*Le Hublot*).



Photo : Ana Jankovic

Mercedes Hernandez et Vincent Di Candido de *l'Échos Montréal* étaient les premiers sur la piste de danse.



# 33<sup>e</sup> Congrès de l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec

**D**u 4 au 7 novembre dernier a eu lieu le 33<sup>e</sup> congrès de l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec (ARCQ) au Manoir St-Castin, près du Lac Beauport. Les responsables des 34 stations communautaires de la province se sont réunis pour réfléchir sur les stratégies de développement de l'Association et de la radiophonie communautaire au Québec.

De nombreux ateliers de formation et de réflexion sur les enjeux de l'heure ont été proposés aux participants. L'arrivée des nouveaux médias qui transforment les façons de s'approprier du contenu constitue un défi pour tous, y compris les médias communautaires. En ce sens, des sujets tels que l'évolution des médias sociaux, la baladodiffusion, la promotion publicitaire sur le Web ainsi que la nouvelle plateforme Internet développée par l'ARCQ ont été abordés. De plus, les répercussions de la nouvelle Politique relative à la radio de campus et à la radio communautaire du CRTC

ont été présentées et analysées lors du Congrès. Parmi les autres thèmes traités, notons la question des droits d'auteur, de la gouvernance au sein d'un OBNL et de l'évolution des technologies de diffusion radiophonique. De plus, lors de son traditionnel banquet annuel, l'ARCQ a décerné les prix suivants :

1. Le Prix Radio Unie Target 2010 de la meilleure production publicitaire a été décerné à CJRG Radio Gaspésie,
2. Paul Beauséjour de CIBL Radio Montréal s'est mérité le Prix de la meilleure autopromotion de l'année,
3. Le Prix Résonance qui célèbre le travail assidu d'un membre ayant particulièrement contribué au développement et au rayonnement de la radiophonie communautaire a été décerné à Éric Tétreault, directeur général du FM 103.3 de Longueuil.

L'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec regroupe 34 stations implantées dans



Éric Tétreault, directeur général du FM 103.3 de Longueuil, récipiendaire du Prix Résonance.

17 régions du Québec. Ces radios assurent le rayonnement des artistes locaux et de la relève en plus d'animer la vie sociale, culturelle, économique et artistique de toutes les régions du Québec. ❖

*Jérôme Saucier*

Prenez des nouvelles de vos journaux ...

**LE QUÉBEC** des régions  
[www.amecq.ca](http://www.amecq.ca)





# Le *Cantonnier* est en deuil

C'est une triste nouvelle que celle annonçant le décès à l'âge de 61 ans de Gilles Dufresne à la suite d'un cancer virulent qui l'a emporté rapidement dans l'après-midi du 30 août dernier.

Arrivé dans le secteur de Saint-Jacques-le-Majeur en 1988, Gilles est devenu résident de la ville de Disraeli en 1992. Il n'a pas tardé à s'y faire connaître par la voie d'un engagement bénévole généreux au sein de plusieurs organismes. Personnalité très discrète, voire secrète, il faisait ce qu'il aimait faire, estime une amie de longue date, madame Josée Rocque. « Ses

intérêts coïncidaient avec les besoins de la communauté. Il était très autonome, vaillant, cultivé et polyvalent, de type simplicité volontaire. » Les témoignages qui suivent attestent sa contribution inestimable.

*Le Cantonnier* est en deuil de son rédacteur en chef. Le brusque départ de Gilles Dufresne a particulièrement ébranlé tous les bénévoles de l'organisation du journal qui avaient appris à le connaître au fil des parutions et des rencontres du groupe. Gilles avait répondu positivement à l'invitation de s'engager dans l'équipe de rédaction du *Cantonnier* en février 2004.

Dès le mois d'août suivant, il se joignait à la rédaction en chef, poste dont il devint titulaire dès l'année 2008, et ce, jusqu'à son retrait forcé au début de l'été 2010.

L'édition de juin du *Cantonnier* aura été sa dernière réalisation. « Ce départ nous touche profondément. Il fut le compagnon qui a engagé sa vie dans tout ce qui embellissait la nôtre et celle de toutes les composantes de nos communautés. Son nom restera gravé dans l'histoire citoyenne de Disraeli... Et dans les mémoires de tous... » estime le vice-président du journal M. Gérard Declerck. Pour sa part, le nouveau prési-

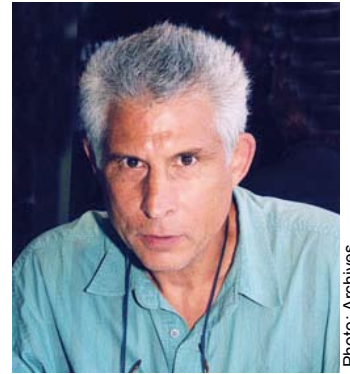


Photo: Archives

Gilles Dufresne

dent, M. Claude Jacques considère ce décès comme une grande perte pour l'organisation. « Il a fait un travail formidable pour nous autres. » ❖

Jean-Denis Grimard

# Josiane Perret est partie vers la lumière

Josiane a été, je crois, la première personne à recevoir le « Prix Raymond Gagnon » remis au bénévole de l'année dans la presse écrite communautaire, en 2007, après avoir mis sur pied le journal communautaire *La Fierté delageoise*.

Elle était vraiment contente de recevoir ce prix par lequel on reconnaissait sa contribution au sein de sa communauté ainsi qu'à l'échelle du Québec. Ce prix a toujours été placé

sur une table dans le salon, bien en vue, afin de se rappeler son action bénévole dans la communauté de Lac-Delage.

Quand sa maladie a commencé, vers la fin de l'année 2007, elle avait déjà moins d'énergie. Quand le verdict du cancer est tombé en juillet, elle a réorienté sa vie afin de s'occuper plus d'elle et de ses proches.

Josiane avait toujours l'espoir de faire mentir les

médecins quand ils lui ont annoncé qu'elle n'aurait que de deux à trois ans à vivre...

Elle a cependant vécu tous les jours comme si c'était sa dernière journée. Elle aimait, elle remerciait pour tout ce que l'on faisait pour elle, elle mordait dans la vie malgré la douleur et elle avait toujours des paroles reconfortantes envers ses proches même quand elle n'allait pas bien. Elle se souciait toujours des autres.



Photo: Archives

Josiane Perret

Je vous remercie encore pour tout ce que vous avez apporté à Josiane. ❖

Armand Bouffard

# Le rédacteur en chef du *Saint-Armand* est un dangereux trafiquant international

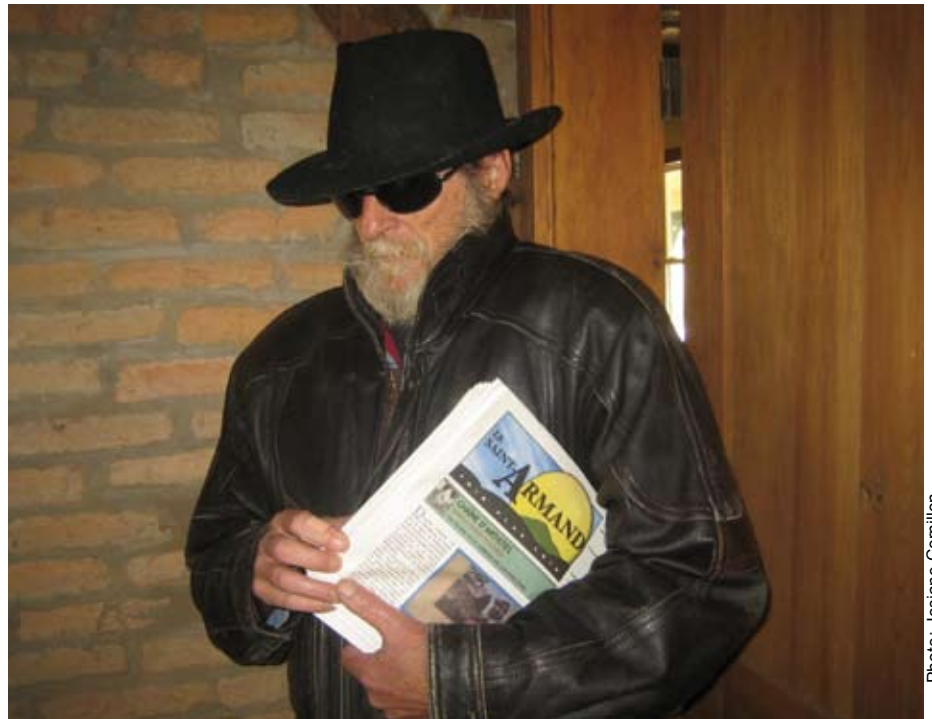
**I**l y a quelques années, lors de balades au Vermont, j'avais rencontré les francophones qui avaient entendu parler de notre journal et je leur avais proposé d'aller occasionnellement déposer quelques exemplaires dans des commerces de la région de Swanton. À plusieurs reprises, j'ai donc livré le *Saint-Armand* outre frontière, beau prétexte aussi pour faire le plein d'essence.

Une belle journée du printemps dernier, avec un paquet d'exemplaires du dernier numéro sur le siège arrière et l'envie de faire un tour chez nos voisins, je me présente au poste de douanes de Saint-Armand :

- Where do you come from, Sir ?
- Saint-Armand.
- Where do you go ?
- Swanton
- What for ?
- To deliver the *Saint-Armand*
- The *Saint-Armand* ? What's that ?
- C'est une publication communautaire locale qui blabla..., lui dis-je dans mon anglais rudimentaire.

S'ensuit un interrogatoire serré dans le genre : Qui est l'éditeur ? Qui en est le président ? Où faite-vous imprimer ? À combien tirez-vous ? De quoi parlent vos articles ? Puis la question qui tue : Avez-vous un permis d'importation ? Ben voyons, ça fait cinq ans que je passe avec mes journaux et personne ne m'en a jamais demandé !

- Vous ne savez pas qu'il est illégal d'entrer des marchandises sans les déclarer ?



Jean-Pierre Fourez, rédacteur en chef du journal *Saint-Armand*.

- Oui, mais ce n'est pas une marchandise, c'est juste un journal gratuit.
- Le papier est une marchandise, Monsieur. Veuillez-vous garer dans le stationnement et vous présenter au bureau des Douanes.

Mêmes explications et protestations adressées à l'agent de service qui, rapide dans son évaluation déclare : « Ça va faire 5 \$ de taxe à raison de 5 cents par exemplaires. »

D'où tire-t-il ce chiffre magique ? Mystère !

La moutarde me monte au nez mais, ne voulant pas contrevenir à lois américaines, je l'informe que je renonce à entrer de la marchandise suspecte aux États-Unis.

Finalement, mon passeport m'est rendu à l'arrière du bâtiment où un véhicule, tous gyrophares allumés, me barre le chemin puis s'écarte pour me laisser regagner la frontière canadienne.

- Combien de temps avez-vous séjourné aux États-Unis, me demande l'agent canadien.
- Douze minutes et demie, Monsieur !

Nouvelles explications sur ma visite-éclair en territoire hostile à la presse communautaire. L'agent me regarde, incrédule, et après un haussement d'épaules lourd de sens, il déclare : « J'ai bien aimé votre dernier numéro ! » ❖

*Jean-Pierre Fourez*

# Au fil de La Boyer : Un brunch réussi !

**P**lus de 175 personnes se sont déplacées pour venir bruncher, le dimanche 3 octobre dernier, pour soutenir leur journal communautaire. Retour sur cette belle réussite !

Organisé par le journal *Au fil de la Boyer*, le brunch avait pour objectif de mobiliser la population et de rencontrer les lecteurs. C'est pari gagné pour les organisateurs ! Le journal a pu compter sur la participation de plus de 175 personnes, soit une cinquantaine de plus par rapport à l'année passée.

Ce chiffre dépassait même les espérances du journal, qui avait misé sur 150 personnes. Heureusement,

tout le monde a pu être servi ! Le brunch étant une activité de visibilité, les organisateurs se disent satisfaits de l'activité. C'était en tout cas une joie de rencontrer les lecteurs ! Le journal tient à remercier tous les participants et bien sûr tous les bénévoles, sans qui l'activité n'aurait pu avoir lieu ! Des remerciements vont également à « Impressions P.A. Morin », l'imprimeur du journal, pour sa commande de l'impression de nos cartes et nos affiches de publicité.

Le journal a profité de cette occasion pour sonder ses lecteurs, à travers un questionnaire. En effet, il s'agissait de connaître leur opinion sur le journal. Une



Photo : Yan Gravel

175 personnes ont participé au brunch du journal *Au fil de La Boyer*.

cinquantaine de feuilles ont pu être récoltées, et les résultats sont bons ! Les gens sont globalement très satisfaits et trouvent également que le journal reflète bien la communauté locale. De beaux commentai-

res ont été reçus, ainsi que des suggestions, comme parler plus d'agriculture et mettre en valeur les sportifs locaux. ❖

*Audrey de Bonneville*

ASSOCIATION  
DES MÉDIAS  
ÉCRITS  
COMMUNAUTAIRES  
DU QUÉBEC



Prix  
de l'AMECQ



**Date limite  
pour  
faire parvenir  
vos  
candidatures**

Règlements et formulaire sur  
[www.amecq.ca](http://www.amecq.ca)

**4 février  
2011**

Serez-vous l'un des gagnants en 2011 ?



# Depuis 25 ans... *La Gazette de la Mauricie* encourage la solidarité et le changement

**L**a *Gazette de la Mauricie* célèbre cette année son 25<sup>e</sup> anniversaire d'existence. Fondé en 1985, ce journal indépendant et sans but lucratif a pour mission d'informer les gens de la Mauricie tout en faisant la promotion du développement social des diverses communautés de notre région.

Non seulement *La Gazette* est-elle le tabloïd communautaire au plus fort tirage au Québec, mais c'est également le journal qui possède le plus fort tirage dans toute la Mauricie. De La Tuque à Trois-Rivières, ou de Sainte-Anne-de-la-Pérade à Maskinongé, toute la population de la Mauricie y a accès soit à la porte dans le publisac ou encore en présentoir.

Depuis maintenant un quart de siècle, *La Gazette de la Mauricie*, dans l'accomplissement de sa mission, entend défendre et promouvoir l'établissement de rapports égalitaires hommes-femmes; la justice sociale; l'exigence d'une société participative, ouverte sur le monde, tolérante, non violente, non discriminatoire et d'une grande vitalité démocratique; ainsi que la revendication d'un environnement sain, résultat de politiques de développement durable et la richesse culturelle des Québécois et Québécoises de toute origine.

Ce média indépendant joue un rôle essentiel pour diversifier l'offre d'information en région

et amoindrir les effets négatifs de la concentration de la presse, un phénomène qui prend malheureusement de

l'ampleur non seulement au Québec, mais partout dans le monde. Réaliser cette mission au quotidien n'est certes pas une mince affaire, et c'est pourquoi l'équipe actuelle de travailleurs et travailleuses souhaite remercier les nombreux collaborateurs, les bénévoles, tous les partenaires de *La Gazette* ainsi que les annonceurs qui permettent, par leur soutien constant et leur fidèle collaboration, la réalisation d'une mission qui se veut synonyme de solidarité et de changement.



Il est également primordial de remercier les bâtisseurs de *La Gazette*, ceux qui, il y a 25 ans, ont eu la bonne idée de créer un média différent qui souhaite changer le monde à sa façon.

Un journal indépendant et sans but lucratif en Mauricie est une véritable richesse ! ❖

Valérie Lupien

## HOMMAGE BÉNÉVOLAT-QUÉBEC

Chaque année, le prix Hommage bénévolat-Québec est remis par le gouvernement du Québec afin de souligner l'engagement exceptionnel et la précieuse contribution de bénévoles et d'organismes de toutes les régions du Québec. Il s'agit de l'une des plus hautes distinctions publiques décernées en matière d'action bénévole. De plus, un prix distinctif pour le secteur des communications existe pour les jeunes de 14 à 30 ans.

Les bénévoles sont très présents au sein des médias communautaires. La période d'inscription se termine le 13 décembre. Vous trouverez plus amples renseignements sur le site du Secrétariat à l'action communautaire autonome et aux initiatives sociales (SACAIS) à l'adresse: [http://www.benevolat.gouv.qc.ca/prix\\_qc/prix\\_hbq/](http://www.benevolat.gouv.qc.ca/prix_qc/prix_hbq/)



# 10 ans et un nouveau nom pour *Le Journal de Prévost*

**L**es Éditions Prévostaises ont souligné le 10<sup>e</sup> anniversaire du *Journal de Prévost*, Piedmont et Sainte-Anne-Des-Lacs lors d'un cocktail dînatoire le 5 novembre dernier à la Gare de Piedmont. À cette occasion, *Le Journal* a fait revivre les dix dernières années vécues dans les trois municipalités qu'il dessert grâce à une édition spéciale retraçant la première décennie du 21<sup>e</sup> siècle. De nouvelles orientations concernant le contenu et la présentation du journal communautaire furent dévoilées

lors de cet événement ainsi qu'un nouveau nom : *Le Journal des Citoyens*.

### Un nom issu d'une initiative citoyenne

« Nous y pensions depuis un bon bout de temps, c'était dans l'air depuis que nous desservions les communautés de Sainte-Anne-des-Lacs et Piedmont. Le nom de *Journal de Prévost* était très bon à l'époque de sa fondation. Très vite, nous nous sommes demandés comment nos lecteurs, autres que prévostois, pouvaient s'identifier à ce nom, sur-

tout que nous avons recruté un grand nombre de collaborateurs de ces deux autres localités. Nous sommes un journal citoyen, nous n'avons jamais eu d'ambitions expansionnistes ; loin de nous l'idée d'embarquer dans une guerre de concurrence contre les hebdomadaires de la région. Nous n'avons étendu notre distribution que là où nous avons trouvé un besoin d'information et surtout des collaborateurs prêts à alimenter le journal en



contenu. Dans ce contexte, le nouveau nom *Journal des Citoyens* décrit bien notre démarche », d'expliquer le volubile président du journal, Marc-André Morin. ❖

YNG

## Les journaux font lentement mais sûrement la transition vers le Web

(suite de la page 13)

Par contre, notre priorité demeure toujours le journal papier », confirme Karine Gaudreau, directrice du journal *Le Gaboteur*, seule publication de langue française à Terre-Neuve-et-Labrador.

Ce journal s'est doté d'un tout nouveau site web au cours de la dernière année et est maintenant présent sur les réseaux sociaux, ce qui lui permet de diversifier son lectorat qui lui permet de diversifier son lectorat. « On remarque

que ça nous a permis d'aller chercher une clientèle différente. Ce ne sont pas nécessairement les lecteurs du journal qui vont consulter le site web, mais souvent des gens qui sont intéressés par une nouvelle en particulier », précise Karine Gaudreau.

### Contraintes de temps et de ressources

Lorsqu'il est question de transition vers le web pour les hebdomadaires, la question des

ressources, tant financières qu'humaines, de même que la question du temps refont inévitablement surface. « De façon générale, nos journaux ont des petites équipes qui doivent produire un journal semaine après semaine. Parfois, les gens n'ont pas le temps ou les connaissances nécessaires ou encore la capacité de dégager des ressources déjà restreintes pour s'attaquer au développement d'un média web. Et il y a aussi toute la question

de la rentabilité qui entre en ligne de compte », souligne Francis Potié.

Néanmoins, les journaux parviennent à être présents sur le web. L'exemple du *Gaboteur*, qui compte deux employés à temps plein, le prouve, tout comme celui du journal *l'Aquilon*, qui dessert les francophones vivant aux Territoires du Nord-Ouest et qui a procédé à une refonte majeure de son site web afin de le rendre plus dynamique et interactif. ❖





*L'AMECQ  
vous souhaite  
un Joyeux Noël  
et une Bonne  
et Heureuse  
Année 2011 !*



**Les bureaux de l'AMECQ seront fermés à compter de midi le 24 décembre 2010 jusqu'au 2 janvier 2011.**