Septembre 2025 | Vol. 40, N°4

Suivez-nous sur Bluesky

L'AMECQdote

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



Mémoires vivantes de *La Gazette de la Mauricie*

P. 20

Plan d'action pour l'automne 2025 et l'hiver 2026

P. 4

La couverture journalistique lors des élections municipales

P. 6

Le premier rédacteur du *Mouton NOIR* se raconte

P. 18

BULLETIN TRIMESTRIEL

L'AMECQ*dote*

ASSOCIATION DES MÉDIAS ÉCRITS COMMUNAUTAIRES DU QUÉBEC

L'AMECQ*dote* est distribué par courriel quatre fois par année aux membres et sympathisants.

Rédacteur en chef : Yvan Noé Girouard
Conception graphique : Isabel Mayorga Tello
Correction : Delphine Naum

206- 86, Boulevard des Entreprises
Boisbriand (Québec) J7G 2T3
Tél. : 514 383-8533 | 1-800-867 8533
medias@amecq.ca | www.amecq.ca

Conseil d'administration

Président :
Joël Deschênes, *L'Écho de Cantley*, Cantley

Secrétaire :
Yvan Noé Girouard, directeur général

Délégués régionaux :

Abitibi-Témiscamingue :
Valérie Martinez, *L'Indice bohémien*, trésorière, Rouyn-Noranda

Capitale-Nationale/Saguenay-Lac-Saint-Jean/Mauricie :
Nathalie côté, *Droite de parole*, Québec

Montréal/Laurentides/Outaouais :
Suzanne Lapointe, *Ski-se-Dit*, Val-David

Chaudière-Appalaches :
Raynald Laflamme, *L'Écho de Saint-François*, Saint-François-de-la-Rivière-du-Sud

Estrie/Centre-du-Québec/Montérégie :
Nelson Dion, *Journal Mobiles*, vice -président Saint-Hyacinthe

Bas-Saint-Laurent/Gaspésie/Côte-Nord :
Julie Tardif, *Le Pierre-Brillant*, Val-Brillant

LE MOT DU DG

C'est la rentrée !
Yvan Noé Girouard 3

LE MOT DU PRÉSIDENT
Joël Deschênes 4

PLAN D'ACTION POUR L'AUTOMNE 2025 ET HIVER 2026 4

LA COUVERTURE JOURNALISTIQUE LORS DES ELECTIONS MUNICIPALES 6

OPINION

L'information face aux géants
Sylvain Bérubé, *Entrée Libre* 9

Elle s'appelait Fabienne
Lise Millette, *L'Indice bohémien* 10

L'AMECQ EN BREF...

Orientation du Journal des citoyens
Carole Trempe, *Journal des citoyens* 12

Nouveau site web à La Boyer
Jean-Pierre Lamonde, *Au fil de la Boyer* 13

Le Journal Reflet de société marque son arrivee sur LinkedIn
La rédaction, *Reflet de société* 13

***La Gazette de la Mauricie* recipiendaire du prix arts-affaires 2025**
Isabelle Padula, *La Gazette de la Mauricie et des envions* 14

Dialogue interculturel
Jeannine Arsenault, *Regards* 15

ENTREVUE

10 questions a notre ambassadeur : Denis Leclerc
Isabelle Padula, *La Gazette de la Mauricie et des environs* 16

TÉMOIGNAGE

Le premier rédacteur se raconte
Jacques Bérubé, *Le Mouton NOIR* 18

ANNIVERSAIRES

Mémoires vivantes de *La Gazette*
Anne-Sofie Bathalon, *La Gazette de la Mauricie et des environs* 20

Le recceuil du 25e aniverssaire « Bonheur et reconnaissance »

Ronald Martel, *Le Cantonnier* 21

HOMMAGES

Merci pour tout, Richard !
Danielle Goyette, *L'écho de Compton* 22

Ce n'est qu'un au revoir !
Jocelyne Fontaine, *Le Félix* 23

C’est la rentrée !



Yvan Noé Girouard

Les élections municipales

Les élections municipales auront lieu le 2 novembre. Étant donné que les journaux communautaires les couvriront, nous publions dans cette édition un petit guide faisant part des lignes directrices pour une couverture électorale réussie.

Déjà, nous avons tenu le 3 septembre un webinaire à ce sujet, auquel plusieurs d’entre vous ont assisté. Pour ceux qui n’ont pu être des nôtres, le tout a été enregistré, vous pouvez le visionner en cliquant ici.

Il a été question de tout ce que les journalistes et dirigeants des médias écrits communautaires doivent savoir concernant la couverture journalistique d’une élection municipale; ce que nous pouvons ou ne pouvons pas publier, et comment : (articles d’opinion, entrevues, espaces gratuits, publicité, etc.)

Les panélistes invités étaient : Julie St-Arnaud-Drolet, porte-parole d’Élections Québec; Jacques Demers, président de la Fédération québécoise des municipalités; Marcel Langlois, maire sortant de la municipalité de Lingwick et ex-journaliste bénévole au journal *Le Reflet*; Marie-Ève Martel, journaliste indépendante, autrice, conférencière et spécialiste en déontologie. Le panel était animé par le président de l’AMECQ, Joël Deschênes. Une période de questions s’en est suivie.

Les rencontres régionales

Des rencontres régionales virtuelles auront lieu pour les journaux des régions suivantes :

- Capitale nationale/Mauricie/Saguenay–Lac-Saint-Jean : le 1er novembre
- Montréal/Laval/Laurentides/Outaouais : le 15 novembre
- Gaspésie/Bas-Saint-Laurent/Côte-Nord : le 29 novembre

Les rencontres se tiendront en Zoom les samedis, de 10 h à midi, et seront animées par le président de l’AMECQ, Joël Deschênes, assisté pour chaque région des délégués régionaux Nathalie Côté, Suzanne Lapointe et Julie Tardif. Il sera question des problématiques rencontrées par les journaux et des solutions à y apporter. Des informations détaillées vous parviendront ultérieurement. Il n’y aura aucun coût, il suffira de s’inscrire.

Le plan d’action

Réservez ces dates à votre agenda ! Le prochain congrès de l’AMECQ aura lieu les 1er, 2 et 3 mai 2026 au Château de Joliette. Déjà, nous travaillons à la programmation; le document promotionnel sera envoyé au début de janvier.

Au moment d’écrire ces lignes, nous attendons toujours une réponse concernant la subvention pour l’embauche d’un nouvel ADN.

Vous pourrez prendre connaissance dans cette édition du plan d’action 2025-2026 adopté par le conseil d’administration le 21 juin dernier. Bonne lecture !

Le mot du président

Joël Deschênes



Nous aurons une nouvelle formule pour les prochaines rencontres régionales. Bien que les rencontres en personne favorisent les échanges, les contraintes budgétaires nous obligent à revoir notre manière de faire. Les rencontres de cet automne seront donc en vidéoconférence de deux heures. Pas de formation, seulement de l'information et de la discussion. Dépendamment de la satisfaction des participants, nous réévaluerons si nous adoptons cette formule pour les années suivantes.

Vous avez manqué le webinaire sur les élections municipales ? Vous pouvez toujours vous reprendre en visionnant l'enregistrement. L'information fournie par nos quatre panélistes devrait répondre à plusieurs questions concernant la publicité électorale dans nos journaux et le traitement de l'information durant cette période.

Plan d'action pour l'automne 2025 et l'hiver 2026

Le conseil d'administration a adopté le 21 juin dernier le plan d'action suivant pour l'automne 2025 et l'hiver 2026 :

Axe 1 : Concertation et rassemblement

Rencontres régionales dans les régions suivantes :

- Capitale-Nationale/Mauricie/Saguenay–Lac-Saint-Jean : le 1er novembre
- Montréal/Laval/Laurentides/Outaouais : le 15 novembre
- Gaspésie/Bas-Saint-Laurent/Côte-Nord : le 29 novembre

Les rencontres se tiendront sur Zoom, les samedis, de 10 h à midi.
Personnes impliquées : Julie Tardif, Suzanne Lapointe, Nathalie Côté et Joël Deschênes.
Aucun coût.

(Suite...)

Congrès :

- Préparation du congrès : novembre-décembre
- Envoi des documents : janvier
- Période d'inscription : février et mars. Date limite : 1er avril.
- Tenue du congrès : les 1er, 2 et 3 mai 2026 au Château de Joliette.

Axe 2 : Communication

Maintenir au long de l'année les envois de L'Infolettre, de *L'AMECQdote* et de *L'Édition des Prix de l'AMECQ*.

L'AMECQ adhère au projet de balado soumis par *La Gazette de la Mauricie*. L'objectif du projet est de promouvoir les médias écrits communautaires à l'échelle du Québec par la création de capsules vidéo et de balados tournés dans chacune des régions visitées. Ce projet est conditionnel à l'obtention d'une subvention.

Axe 3 : Gouvernance

Implication des délégués régionaux : faire un suivi auprès des membres de leurs régions.

Axe 4 : Représentation

Se doter de lignes directrices pour la représentation afin de mieux se faire connaître auprès des organismes communautaires, des médias nationaux et des maisons d'enseignement. Poursuivre les démarches auprès du MCC.

- Tâche à exécuter : Développer un plan de campagne promotionnelle.
- Suggestion : Mettre sur pied un comité pouvant rédiger un plan d'action efficace.
- Échéancier : du 15 août 2025 au 31 mars 2026.

Axe 5 : Formation

Tenue d'un webinaire le 3 septembre à 19 h sur la couverture des élections municipales et la publicité électorale.

Avec l'agent de développement numérique (ADN), offrir aux membres un atelier de formation sous forme de webinaire, sur un sujet traitant des nouvelles technologies.
La date est à déterminer.

Axe 6 : Services aux membres

Création d'un service d'accompagnement numérique (sujet à l'obtention d'une subvention) :

- Soumission d'un projet au Réseau ADN (en cours).
- Recherche d'un ADN (juillet)
- Embauche d'un ADN (août)
- Élaboration du projet (élaboration détaillée du projet et contact avec les membres) (septembre)
- Exécution du projet (d'octobre 2025 au 31 mars 2027)

Ajout sur le site de l'AMECQ des liens vers des modèles de création de différents documents.

La couverture journalistique lors des élections municipales

En vue des élections municipale du 2 novembre prochain, L'AMECQdote publie un extrait d'un document publié sur le site d'Élections Québec sur le rôle des médias en période d'élection municipales.

Au cours de la période électorale, y compris le jour de l'élection, les médias peuvent traiter des enjeux politiques, des candidates, des candidats et des partis politiques dans des articles, dans des éditoriaux, dans des nouvelles, dans des chroniques, dans des entrevues ou dans des lettres ouvertes.

Il faut toutefois :

- Que la publication ou l'émission soit faite de la même façon et d'après les mêmes règles qu'elle l'aurait été en dehors de la période électorale, sans paiement, sans récompense ni promesse de paiement ou de récompense;
- Que le journal, le périodique ou l'imprimé ne soit pas institué aux fins ou en vue des élections et que sa distribution et la fréquence de sa publication soient établies de la même façon qu'en dehors de la période électorale.

Temps et espace offerts gratuitement

L'espace gratuit s'apparente à des espaces publicitaires. Ils sont libres de toute intervention éditoriale. Il faut bien les distinguer du travail journalistique que les médias accomplissent.

Sous certaines conditions, les médias peuvent offrir gratuitement de l'espace aux entités politiques. Les partis politiques, les candidates ou les candidats concernés sont entièrement responsables du contenu de cet espace ou de ce temps de diffusion gratuit. Ils peuvent donc y écrire ou y dire ce qu'ils souhaitent, sans se faire diriger, sans commentaire de la part du média.

- Un journal peut aussi mettre un espace de 500 mots à la disposition de chaque entité politique, qui peut l'utiliser comme elle le souhaite, sans aucun traitement journalistique. L'espace gratuit ne correspond donc pas à une entrevue ni à un article, puisque le média n'intervient pas; il laisse la parole à l'entité politique pour qu'elle communique un message.
- Si le média souhaite offrir du temps ou de l'espace gratuit, il doit le faire de façon équitable, qualitativement et quantitativement, à chaque parti politique ou à chaque candidate ou candidat.
- **En dehors de la période électorale**, il doit l'offrir à tous les partis autorisés de la municipalité.
- **En période électorale**, il doit l'offrir à toutes les candidates et à tous les candidats à un même poste, ou encore à tous les chefs de partis autorisés de la municipalité.

Procédure recommandée pour offrir de l'espace gratuit

1. Le média communique son offre à l'ensemble des partis politiques, des chefs de partis ou des candidates et candidats, selon le cas, idéalement par écrit. Il peut leur préciser les modalités de son offre.
2. Le média peut convoquer les personnes intéressées afin de discuter des modalités d'application de son offre

en vue d'en arriver à un consensus. S'il n'y a pas de consensus, le média peut établir une procédure équitable respectant la *Loi*.

3. Chaque fois que l'une des parties se prévaut de l'offre du média, le média devrait mentionner, au début ou à la fin du message, que cette intervention est faite en vertu de la *Loi sur les élections et les référendums dans les municipalités*.

Diffusion d'une publicité payée par une entité politique

Lors d'élections municipales, **il n'y a aucune période d'interdiction** : les entités politiques (c'est-à-dire les partis politiques, les candidates et candidats indépendants ainsi que les électeurs qui s'engagent à se présenter aux prochaines élections) peuvent diffuser ou faire diffuser de la publicité tout au long de la période électorale, même lors des jours de vote.

Règles qui s'appliquent en tout temps (pendant une période électorale ou non)

Les entités politiques peuvent acheter de la publicité à des fins politiques uniquement si elles détiennent une autorisation du directeur général des élections. Avant d'accepter de publier ou de diffuser une telle publicité, un média doit s'assurer que l'entité politique est inscrite au Registre des entités politiques autorisées du Québec, qui est diffusé sur le site Web d'Élections Québec.

Par ailleurs, un média ne peut jamais réclamer ni accepter un prix inférieur au prix courant pour une publicité payée par une entité politique. Il ne peut pas, non plus, renoncer au prix de cette publicité.

Règles qui s'appliquent uniquement en période électorale

La période électorale des élections générales municipales du 2 novembre 2025 se déroulera du 19 septembre au 2 novembre 2025, 20 h.

Toute publicité qui a un coût est considérée comme une dépense électorale si elle a un **effet partisan** ou donne de la visibilité à un parti ou à une personne candidate.

Avant d'accepter une demande de diffusion d'une publicité de cette nature ou de diffuser une telle publicité, un média doit s'assurer que cette commande est autorisée par l'une des entités suivantes :

- L'agente officielle ou l'agent officiel d'un parti (ou son adjointe ou adjoint);
- L'agent officiel d'une candidate ou d'un candidat indépendant, qui peut être le candidat lui-même;
- L'agence de publicité qui a été autorisée, le cas échéant.

Toute publicité doit mentionner :

- Le nom et le titre de l'agente officielle ou agent officiel (ou de l'adjointe ou adjoint) qui la fait produire;
- Pour les regroupements de candidats indépendants, le nom de chaque candidat indépendant pour qui l'agent officiel agit, suivi de la mention « candidat indépendant »;

Lorsqu'une publicité comportant une erreur a été diffusée, le média ne peut pas la diffuser à nouveau, sans frais, avec la mention *erratum*. La rediffusion doit être facturée au prix courant.

Le média doit facturer la commande à la personne qui l'a autorisée au plus tard 60 jours après le scrutin. Après ce délai, la réclamation doit être faite à la trésorière ou au trésorier de la municipalité, dans les 120 jours qui suivent; sinon, le média n'aura aucun recours judiciaire pour obtenir son paiement.

Diffusion d'une publicité payée par un intervenant particulier

Un intervenant particulier est un électeur, une électrice ou un groupe composé majoritairement d'électrices et d'électeurs qui est autorisé à effectuer des dépenses de publicité au cours d'une période électorale pour :

- Faire connaître son opinion sur un sujet d'intérêt public ou obtenir un appui à une telle opinion;
- Prôner l'abstention ou l'annulation du vote.

Ces publicités ne doivent pas favoriser ni défavoriser directement une candidate, un candidat ou un parti. Leur coût, qui ne doit pas excéder 300 $, doit être payé par l'intervenant particulier lui-même ou par les membres du groupe.

Toute publicité produite pour le compte d'un intervenant particulier doit contenir :

- Le nom et le titre de l'intervenant particulier;
- Le numéro d'autorisation que la présidente ou le président d'élection de la municipalité lui a attribué.

Un parti politique autorisé qui ne présente aucun candidat lors d'une élection générale ou partielle peut agir en tant qu'intervenant particulier. Il doit alors respecter les mêmes règles.

AMECQ
ASSOCIATION DES MÉDIAS ÉCRITS COMMUNAUTAIRES DU QUÉBEC
Une force communautaire !

L'information face aux géants

Sylvain Bérubé, *Entrée Libre*, Sherbrooke, août 2025

À mon arrivée au journal *Entrée Libre*, j'écrivais déjà sur la convergence médiatique. Je dénonçais la mainmise de quelques grands groupes, l'uniformisation des contenus et la perte de diversité dans l'information. Quinze ans plus tard, rien n'a changé. Pire : la situation s'est aggravée. Ce qui apparaissait comme une tendance inquiétante est devenu le fonctionnement normal de nos médias.

La logique est simple : concentration, numérisation, déréglementation. Quelques entreprises contrôlent la production et la diffusion, recyclent leurs contenus partout et orientent la culture selon leurs propres intérêts.

Québecor en est l'exemple typique au Québec. Ses journaux (*Journal de Montréal*, *Journal de Québec*), sa chaîne télé TVA, sa plateforme numérique TVA+, ses radios, ses magazines, QUB et même Vidéotron forment une machine intégrée pour valoriser ses produits maison. Une émission comme *La Voix* n'est plus seulement une émission : c'est un produit total, décliné simultanément à la télé, dans les magazines, sur le web, dans les infolettres et jusqu'aux nouvelles.

À cette domination locale s'est ajoutée une emprise mondiale. Google, Meta et X contrôlent la circulation de l'information en ligne, pendant qu'Apple et Microsoft en détiennent les infrastructures. YouTube et TikTok redéfinissent la façon dont les nouvelles sont consommées, et Netflix s'impose comme modèle global de production et de diffusion. Ces plateformes tentaculaires sont devenues les véritables gardiennes de l'accès à l'information et façonnent désormais nos débats collectifs.

Les conséquences sont claires. La diversité recule : dans plusieurs régions, il ne reste qu'un seul quotidien, parfois maintenu en vie par un fragile modèle d'OBNL. La qualité baisse : des salles de rédaction réduites, des journalistes forcés de produire vite et sur toutes les plateformes, des contenus faits pour plaire aux annonceurs plutôt qu'au public. Et la démocratie s'affaiblit : quand nos nouvelles passent par des algorithmes étrangers et que l'espace public est filtré par quelques cartels médiatiques, notre capacité de débattre ensemble s'effrite.

La Loi C-18 devait rétablir l'équilibre avec les géants du web. En réalité, Meta a simplement retiré les nouvelles de ses plateformes. Résultat : la visibilité des médias s'est effondrée, sans solution durable pour leur financement. Le remède a parfois empiré le mal.

Face à ce paysage, on pourrait céder au cynisme. Pourtant, des alternatives existent. Des médias communautaires, coopératifs et indépendants persistent, souvent à bout de bras : *Pivot*, *Le Mouton NOIR*, *À bâbord !*, *L'Idiot Utile*, *Le Devoir*, et une myriade de petits journaux locaux. Leur force est de concevoir l'information comme un bien commun, un service essentiel à la vie démocratique, et non comme une marchandise parmi d'autres. Mais leur fragilité demeure criante, et leur visibilité marginale face aux plateformes globales.

Le journal *Entrée Libre* s'inscrit dans la voie du journalisme citoyen et collectif. Ce modèle ne peut survivre que grâce à l'implication des citoyennes et citoyens. Lire, écrire, distribuer, partager, proposer des articles et s'impliquer : chaque geste compte. Soutenir un média indépendant, c'est protéger notre droit collectif à comprendre, à débattre ensemble et à agir démocratiquement. On a besoin de vous !

ENTRÉE LIBRE
ÉCRIRE LOCALEMENT
PENSER GLOBALEMENT

Elle s'appelait Fabienne

Lise Millette, *L'Indice bohémien*, Abitibi-Témiscamingue, juillet-août 2025

L'évolution technologique fait partie du métier de journaliste. C'est le progrès ! Une notion qui, toutefois, n'a pas toujours eu le sens qu'on lui donne aujourd'hui, soit celui d'une transformation vers un idéal.

Le progrès peut être tout simplement physique, comme pour suivre une trajectoire, qu'elle soit routière, maritime ou aérienne. On progresse sur l'itinéraire tracé ou donné. On avance, au sens strict du terme.

Une autre définition renvoie plutôt à une forme de migration vers un degré supérieur, vers un changement d'état. Il y a un avant… et un après.

Toute transformation implique des modifications. Comme la chenille qui passe de chrysalide à papillon. Ce passage ne se fait pas toujours sans écueils ni sans impacts. Depuis le tournant du siècle, nous sommes impliqués dans une accélération numérique. L'ère de connexion devait démocratiser le savoir et l'information, permettre d'accroître la circulation et le partage des connaissances. L'ère des communications, la vitesse grand V, le pouvoir infini du câble : que de promesses pour aboutir dans un labyrinthe qui ne départage plus très bien le vrai du faux.

Après l'inforoute et l'accès décuplé sont arrivées les trappes algorithmiques qui traquent l'usager. C'est bien connu, quand c'est gratuit, il ne faut pas chercher où est le produit ! Je pourrais faire l'étalage des dérives comme des avancées de la technologie, mais un élément ou deux m'embêtent. Outre la recherche de la vérité – mise à mal –, il y a aussi le coût environnemental de cette magistrale migration numérique.

La prolifération des outils technologiques s'accompagne d'une multiplication des déchets électroniques. Digital @HEC Montréal rapportait que la multiplication des centres de données destinés à entreposer le contenu numérique représentait, à la fin de 2024, «près de 2% de la consommation mondiale d'électricité». Dans la même lignée, l'agence Science-Presse précisait que «95% de ces centres sont situés dans des endroits où leur électricité dépend de sources polluantes –notamment, le charbon».

Et qu'on ne me dise pas que je suis réfractaire à la technologie ou à son évolution !

Quand j'ai commencé dans le métier, je devais sauvegarder mes fichiers sur une disquette de 3,5 pouces, marcher jusqu'à l'édicule du métro, embarquer pour quelques stations, débarquer, me rendre jusqu'au journal et remettre le fruit de mon travail. J'ai déjà reçu une dactylo pour Noël, je me souviens très bien des rubans rouge et noir pour que les touches puissent avoir de l'encre. J'ai connu les cassettes à démagnétiser pour qu'on puisse les récupérer, le Walkman, les bandes DAT, les minidisques et les premiers enregistreurs numériques.

Il y a également des coûts humains associés à l'évolution technologique puisque des savoirs techniques sont passésà la trappe. Pour certains, il s'agissait du travail de toute une vie. Je pense aux typographes qui plaçaient sur des presses chacune des lettres pour former le texte des pages des journaux. Je pense à Fabienne…

Elle avait 52 ou 54 ans et plus de 25 ans d'expérience comme infographiste. Elle maîtrisait l'art des cartes présentant les résultats électoraux, des illustrations pour mieux comprendre le déploiement des dépenses budgétaires ou ces graphiques liés à diverses données statistiques. Un jour, j'ai été chargée de l'accompagner pour apprendre qu'on avait décidé que maintenant, les dessins, c'était du passé. Le progrès imposait désormais l'animation vidéo. Et non, pas de formation,

elle était dépassée. Remerciement, compensation, fin d'emploi. Pendant quelques années, elle a tenté de travailler, en passant de petit contrat en petit contrat. Puis elle est tombée malade et s'est éteinte à 58 ans. Bien évidemment, ce n'est pas le progrès qui l'a tuée. Un concours de circonstances. Le hasard. L'étrange concurrence du temps et de la fatalité. Néanmoins, je reste hantée par ce sentiment de se savoir « du passé ».

Je ne suggère pas un immobilisme qui refuse toute progression sur la trame de l'évolution, mais **une saine et prudente transition qui ne perde pas l'humain de vue**, dans tout ce qu'il peut y avoir d'artificiel.

On nous rebat les oreilles de volonté de transparence, de plaidoyers pour une diversité corporelle, pour plus d'authenticité et de simplicité volontaire, et de l'urgence de limiter le réchauffement climatique. Il y a une responsabilité et une conscience à nourrir en sachant que les centres de données pourraient faire doubler la demande mondiale en électricité « en bonne partie à cause de l'explosion de l'intelligence artificielle (IA) », une information rapportée par Science-Presse, d'après l'Agence internationale de l'énergie. L'article se termine en précisant que « la simple création d'une image représenterait l'équivalent en énergie de la recharge d'un téléphone ».

Donnons un peu d'air à l'humanité : allons jouer dehors, embrassons ce qui est vrai et confions à notre imaginaire le loisir de créer en toute simplicité.



Lise Millette (autoportrait)

Orientation du *Journal des citoyens*

Carole Trempe, *Journal des citoyens*, Prévost, juin 2025

Le samedi 17 mai dernier, une soixantaine de citoyens se sont réunis à la salle Saint-François-Xavier de Prévost, dans une ambiance chaleureuse et engagée, pour réfléchir collectivement à l'avenir du *Journal des citoyens*.

Ce média indépendant, enraciné dans la vie locale depuis bientôt 25 ans, traverse une période critique par le fait que les principaux protagonistes, Carole Bouchard et Michel Fortier, songent à une retraite bien légitime, laissant place à la relève. Oui, mais quelle relève ?

Cette rencontre s'est ouverte sur les mots encourageants d'élus présents : Madame Sonia Bélanger, députée de Prévost à la CAQ, ministre responsable des Aînés, ministre déléguée à la Santé et ministre responsable de la région des Laurentides; monsieur Tim Watchorn, ancien maire de Morin-Heights et député des Pays-d'en-Haut récemment élu; monsieur Martin Nadon, maire de Piedmont; Helen Morrison représentant madame Catherine Hamé, mairesse de Sainte-Anne-des-Lacs; monsieur Paul Germain, maire de Prévost. Tous ont salué l'importance du *Journal des citoyens* comme outil d'information locale, de cohésion sociale et de démocratie participative.

Durant la réunion qualifiée de *cercle de dialogue*, les points de vue ont fusé. Les diverses opinions et la richesse des échanges ont convergé vers un dénominateur commun : l'attachement et l'amour des citoyens pour leur *Journal*.

Le *Journal des citoyens* est bien plus qu'un simple outil d'information, il est un vecteur de mémoire, de dialogue et d'engagement local. Il donne une tribune de qualité aux citoyens, il valorise les initiatives locales et permet une couverture médiatique que peu d'autres structures peuvent offrir à l'échelle de la région.

Des mots et des qualificatifs sont revenus souvent, émanant de la bouche des participants : richesse, communauté, implication, intimité, histoire, ancrage, culture, musique, polyvalence, complet, passion, profession, intégrité, générationnel, rassembleur, amour, pertinence, appartenance, plaisir, détente, indispensable, découverte et bien d'autres.

Il semble que le mot « ensemble » ait remporté la palme. Ensemble, les citoyens peuvent faire vivre le journal pour faire en sorte qu'il leur ressemble encore plus. Ensemble, ils peuvent en faire un véritable projet collectif.

Plusieurs pistes ont été explorées, notamment la création d'un comité d'orientation de relance et de sauvegarde, l'organisation de levées de fonds, l'organisation d'activités de financement participatif, la recherche d'autres partenariats, l'éventualité d'une transition vers un modèle coopératif ou communautaire.

Ce samedi-là, dans une salle pleine d'espoir, c'est l'expression d'une démocratie vivante que nous avons vécue. Un moment précieux qui marquera un nouveau chapitre pour le *Journal des citoyens*, un chapitre à écrire à plusieurs mains.

La recension des idées cheminera au cours de l'été de sorte qu'au début de l'automne, un nouveau modèle d'affaires soutiendra la continuité du *Journal des citoyens.*

Cet exercice a été rendu possible grâce à vous tous. Veuillez accepter notre gratitude aussi vaste que sincère.

L'énergie collective, le sentiment d'appartenance et le respect du travail accompli nourrissent l'espoir qu'une nouvelle génération de collaborateurs se lèvera pour continuer cette belle aventure citoyenne.

JOURNAL des citoyens
PRÉVOST – PIEDMONT – SAINTE-ANNE-DES-LACS

Nouveau site web à *La Boyer*

Jean-Pierre Lamonde, *Au fil de la Boyer*, juillet-août 2025

Le site web de *La Boyer* a été refait afin de le rendre encore plus utile à la communauté de Saint-Charles. Le journal et le site travaillent en collaboration, se complètent. J'ai écrit à deux reprises à ce sujet dans les derniers numéros. J'expliquais que, sur tablette, cellulaire ou ordinateur, vous pourriez consulter *La Boyer* en ligne avant tout le monde, bien avant qu'elle soit distribuée aux citoyens de Saint-Charles et aux abonnés postaux; que vous pourriez même retrouver les numéros anciens, si vous les avez manqués. C'est maintenant fait, le nouveau site est en ligne.

Nous avons renouvelé le site afin d'y intégrer davantage d'éléments relatifs à la vie sociale et communautaire de Saint-Charles. Alors, si vous êtes témoin d'une information d'intérêt, vous nous la transmettez et nous la publierons. Nous souhaiterions aussi publier, si vous le voulez bien, les naissances à Saint-Charles, pas seulement les décès. Avec ou sans photos, en indiquant les parents bien entendu. L'été est la saison des mariages, faites-nous parvenir une photo. Si vous êtes arrivés à Saint-Charles ces derniers temps avec votre petite famille, envoyez un mot pour vous présenter à la communauté locale. Informez-nous d'une bonne nouvelle qui vous est arrivée, à vous ou à vos proches.

Le site web travaille dans l'instant présent. S'il est peu utilisé, il sera peu fréquenté, et s'il est peu fréquenté, on va vite s'en lasser. À vous de voir ! Dans l'espérance de vous lire, si vous envoyez vos messages à l'adresse : sitelaboyer@gmail.com

au fil de la Boyer

Le Journal *Reflet de société* marque son arrivée sur LinkedIn

La rédaction, *Reflet de société*, Montréal, septembre 2025

Reflet de société / Le Journal de la Rue a marqué **son arrivée sur LinkedIn** cette semaine en rappelant sa mission auprès des jeunes et des personnes marginalisées ou à risque de discrimination. L'organisme y remercie différents partenaires qui lui ont apporté un soutien d'une façon ou d'une autre depuis sa fondation, en 1992, et pose un regard sur le chemin parcouru depuis.

«Avec nos alliés de toujours — le Journal *Reflet de société*, le Café Graffiti et les Éditions TNT — nous portons un message pour l'avancement sociétal. Au fil du temps, plus de 3 000 reportages ont mis en lumière les enjeux sociétaux vécus par les Québécoises et les Québécois. Nous permettons ensemble à plus de 1000 jeunes par année d'avoir accès gratuitement à des activités de découverte artistique.»

REFLET DE SOCIÉTÉ

La Gazette de la Mauricie récipiendaire du Prix arts-affaires 2025

Isabelle Padula, *La Gazette de la Mauricie et des environs*, Trois-Rivières, juillet 2025

Le Prix arts-affaires de Culture 3R est remis à une entreprise, à une société, à un mécène ou à un homme ou une femme d'affaires ayant eu un impact positif sur le développement culturel de Trois-Rivières et de sa région. C'est avec beaucoup de fierté que *La Gazette de la Mauricie et des environs* a reçu ce prix. Dans la dernière année, *La Gazette* a intensifié son engagement culturel avec le lancement de voxgazette.com, de microreportages vidéo, de nouveaux balados et de 10 éditions imprimées, en plus de souligner les cinq ans de *La tête dans les nuances*. Une entreprise d'économie sociale qui produit gratuitement un contenu de qualité et qui contribue de manière indépendante au développement culturel de sa région, et ce, malgré tous les défis auxquels les médias sont confrontés depuis plusieurs années : c'est un exploit !

La Gazette est un média de proximité, sans but lucratif, réalisé depuis 40 ans par et pour la collectivité, et c'est ce qui fait sa réussite ! Ce prix est une occasion de plus pour dire merci à l'équipe passionnée de journalistes et de pigistes pour leur professionnalisme ! Merci aux nombreux-ses asministrateurs-trices, rédacteur-trices et autres bénévoles pour votre engagement et votre dévouement, qui sont essentiels ! Merci à nos précieux partenaires : les projets balados que vous nous confiez, les publicités dans lesquelles vous investissez, en plus de donner une visibilité à votre organisation, soutiennent un projet collectif d'ici ! Merci à nos lecteurs et lectrices, c'est en pensant à vous, c'est pour vous que nous produisons ce média ! Enfin, merci à Culture 3R pour cette marque de reconnaissance

« Cette année, le Prix arts-affaires est remis à une organisation qui, depuis 40 ans, fait rayonner la culture tout en offrant un service de grande qualité. Modèle d'économie sociale, elle réussit à conjuguer mission culturelle et excellence professionnelle, en plaçant les arts au cœur de son engagement. La Gazette multiplie les plateformes pour valoriser les artistes et projets d'ici, soutenir la diversité culturelle et nourrir une identité régionale forte. Véritable carrefour d'idées et de création, elle favorise un journalisme de proximité qui place la culture au cœur des enjeux locaux. »



Dans la dernière année, La Gazette a intensifié son engagement culturel avec le lancement de voxgazette.com, de microreportages vidéo, de nouveaux balados et de 10 éditions imprimées, en plus de souligner les cinq ans de La tête dans les nuances. Photo : Anne-Sofie Bathalon / © La Gazette de la Mauricie et des environs

Dialogue interculturel

Jeannine Arsenault, *Regards*, Sherbrooke, mai-juin 2025

Regards a réalisé un projet qui lui tenait à cœur depuis longtemps, soit organiser des ateliers d'écriture avec des personnes immigrantes en processus de francisation. Ces personnes étaient invitées à s'exprimer sous le thème « Qu'est-ce qui fait d'un quartier un quartier vivant, accueillant, inclusif ? »

L'objectif de ce projet était de faire ressortir les perspectives interculturelles et d'amener les acteurs de notre quartier à réfléchir à notre vivre ensemble. Une vingtaine de personnes en provenance de différentes régions du monde ont partagé leur expérience d'intégration au Québec. Les textes recueillis ont été publiés dans un numéro spécial du journal, lancé au café Baobab le 27 mars 2025.

Animé par Philip Zoghbi, ce lancement a connu un franc succès et il a été l'occasion d'échanges entre les participants et participantes sur différents thèmes. Plusieurs suggestions sont ressorties en lien avec chacun de ces thèmes.

Inclusion linguistique : connaissance de l'histoire, jumelage, affichage des activités des organismes dans les cafés dans chaque quartier, pose d'affiches avec des expressions québécoises, organisation d'activités sportives interculturelles, de cafés-rencontres, intérêt réciproque entre la culture québécoise et les autres cultures, diffusion d'information de base, patience – prendre le temps de faire comprendre les nouveaux mots.

Inclusion sociale : événements sociaux pour partager la culture, la nourriture, la langue; tournée de quartiers pour visiter les institutions et organismes avec la possibilité d'expliquer les services en plusieurs langues; diffusion des activités et projets de la Ville; diffusion de l'information sur tableau par exemple dans les parcs; plus d'inclusion au travail; diffusion de petites rubriques sur la manière d'inclure quelqu'un dans la société, pose d'affiches extérieures.

Inclusion culturelle : organisation de fêtes de quartier, de sports d'hiver, de festivals; partage d'intérêts communs, par exemple la faune et la flore, la musique, la cuisine, la visite de cabanes à sucre, de musées.

Inclusion logistique : offre de services de la Ville, notamment en francisation; activités sportives et socioculturelles, journal municipal ou communautaire par la poste, collaboration-amitiés de quartier, plus d'événements comme cette rencontre.

Ce projet a été rendu possible grâce au soutien financier de la Ville de Sherbrooke, dans le cadre du programme Sherbrooke, collectivité accueillante, issu d'une entente entre la Ville et le ministère de l'Immigration, de la Francisation et de l'Intégration.



Photo provenant du journal Regards

10 questions à notre ambassadeur : Denis Leclerc

Isabelle Padula, *La Gazette de la Mauricie et des environs*, Trois-Rivières, juillet 2025

Dans le cadre de son 40e anniversaire, *La Gazette de la Mauricie et des environs* a la chance de compter sur des ambassadrices et des ambassadeurs de différents horizons qui sont des personnes significatives dans notre collectivité. Ce mois-ci, nous allons à la rencontre de Denis Leclerc, cofondateur de *La Gazette !*

Pouvez-vous nous raconter les débuts de La Gazette ?

L'aventure a débuté avec le *Journal du Sommet Populaire* de Trois-Rivières qui a eu deux ou trois éditions. Il présentait surtout les enjeux sociaux et économiques de la région de Trois-Rivières en 1983-1984, dont un taux de chômage oscillant entre 15 % et 20 % et des taux d'intérêt entre 20 % et 22 %. Nous étions en pleine crise économique. Le journal reposait uniquement sur le travail de bénévoles, y compris pour sa distribution porte-à-porte.

Comment s'est fait le choix d'en faire un média par et pour la communauté ?

À la fin de 1984, le président de l'Association des médias écrits communautaires est venu nous rencontrer pour nous inviter à transformer le *Journal du Sommet Populaire* en un journal au service de sa communauté. Après réflexion, nous (Christiane Carle, Roger Deslauriers et moi-même) avons décidé d'incorporer le nouveau journal sous le nom de *La Gazette populaire de Trois-Rivières*, un clin d'œil à *La Gazette des Trois-Rivières* publiée par Ludger Duvernay à partir de 1817.

Notre objectif était de démocratiser l'information locale, de la rendre accessible à un plus grand nombre de personnes et d'organismes et de favoriser ainsi le développement d'une plus grande conscience sociale et politique.

Comment se réalisaient à l'époque la recherche de sujets, la production, l'impression et la distribution ?

À partir de l'actualité locale. Il arrivait assez souvent que les gens nous disent : vous devriez vous intéresser à ce sujet qui sera à l'ordre du jour de la prochaine rencontre du conseil municipal de Trois-Rivières. On s'est donc mis à couvrir davantage les réunions du conseil municipal et les gens se sont de plus en plus intéressés à la politique municipale. La production du journal était très artisanale. Au début, tout le journal était fait à la main. On découpait les colonnes de texte, le titre de l'article, les encadrements des photos, la publicité et on les collait avec de la cire sur de grands cartons que nous apportions à l'imprimerie. Ça ressemblait à de grands *scrapbooks*. Le montage du journal se faisait sur deux jours et, comme vous pouvez l'imaginer, la dernière soirée était très fébrile et se terminait autour de minuit. Je partais alors livrer la maquette à l'imprimerie de Saint-Jean-sur-Richelieu, un trajet aller-retour de quatre heures en automobile.

Quels étaient vos principaux défis ?

Certainement le recrutement de personnel, bénévoles et employé-es, et évidemment le financement. Il y avait beaucoup de départs, que ce soit à la rédaction, à la publicité ou en graphisme. Il fallait remplacer ces personnes et les former rapidement. Ça faisait beaucoup de temps passé en entrevue et en formation. À un certain moment, *La Gazette* était pratiquement devenue une entreprise d'insertion.

En ce qui concerne le financement, il était très difficile de vendre de la publicité. Les grands médias régionaux (*Le Nouvelliste*, CKTM-TV, CHEM, les radios AM) occupaient tout le terrain. Comme les conseillers publicitaires étaient payés à la commission,

ils ne restaient pas longtemps. Faute de revenus publicitaires suffisants, il devenait difficile de financer l'informatisation du journal. En 1988, un Mac Plus et une imprimante laser noir et blanc coûtaient 10 000 $… *La Gazette* paraissait deux fois par mois de 1987 à 1990; il fallait payer l'imprimeur, les camelots, etc. Bref, *La Gazette* a été en faillite technique pendant les six années ou j'y ai travaillé. Vous ne serez pas surprise que je vous dise qu'après six années fort stressantes, et sur la recommandation de mon médecin, j'en suis alors venu à quitter *La Gazette*.

Quelle différence voyez-vous entre les défis d'il y a 40 ans et ceux d'aujourd'hui ?

Le véritable défi est le même : celui de publier et de diffuser de l'information locale pour la communauté et de façon indépendante des pouvoirs financiers et politiques. Ce sont les moyens qui diffèrent (balados, sites web et réseaux sociaux).

Pourquoi avez-vous accepté d'être ambassadeur de La Gazette de la Mauricie et des environs ?

Pour saluer *le dur désir de durer* (Paul Éluard) de ses artisans et artisanes – bénévoles, administrateurs-trices, employé-es – qui, depuis 40 ans, croient à la nécessité de mieux informer leur communauté sur les enjeux locaux et régionaux de notre société.

Comment trouvez-vous La Gazette 40 ans plus tard ?

Toujours aussi pertinente pour son contenu. Et les couleurs la rendent beaucoup plus attrayante qu'à l'époque du noir et blanc. C'est un journal bien fait sur le plan graphique. Il nous invite à la lecture.

Qu'est-ce qui distingue La Gazette des autres médias ?

De toute évidence, c'est son ancrage dans la communauté. Elle n'aurait pas pu survivre 40 ans sans le soutien de sa communauté.

Pourquoi lire La Gazette ?

Parce que j'aime les médias papier. Je sais que j'y retrouve de l'information sur la Mauricie, la région de mes étés d'adolescent et où j'ai vécu pendant près de 20 ans. Une information qui s'intéresse aux gens ordinaires, pas au bling-bling des médias sociaux.

Pourquoi les gens devraient-ils faire un don à La Gazette ?

Ben voyons… Pour que je puisse continuer de la lire! Ça va de soi. Et pour ça, ça prend de l'argent. Mon seul don ne suffira pas. Il faut donc beaucoup, beaucoup et encore plus de dons. Des petits, des gros. Tiens, je vais doubler mon don cette année. Et vous, en ferez-vous autant ?



Denis Leclerc - Photo provenant du journal La Gazette de la Mauricie et des environs

Le premier rédacteur se raconte

Jacques Bérubé, *Le Mouton NOIR*, Rimouski, juillet 2025

Cinq ans après le lancement du premier *Mouton NOIR* – je n'abandonne pas les majuscules de sa couleur – j'étais appelé à raconter l'histoire de sa naissance. On me l'a probablement aussi demandé à ses 10 ans et à ses 20 ans. Peut-être. Sans doute. Bref, la revoici. Profitez-en pendant que je m'en rappelle…

On est en 1993 ou 1994. Comme d'habitude, le dossier de la salle de spectacle anime les débats aux assemblées publiques du conseil municipal de Rimouski. Après une soirée où les esprits se sont particulièrement échauffés, j'écris une fable où des membres du conseil municipal et certaines personnes présentes dans la salle sont transformés en animaux; le maire est le loup, le conseiller municipal le plus grognon devient le blaireau, le conseiller-piéton Joël Simonnet, qui serait bientôt la mascotte de ma chronique Le Stylo sauvage, est la belette à cigare. Et ainsi de suite. Je propose cette fable, «*Dans la grande forêt de Rimouski*», au journal hebdomadaire *Le Rimouskois*, alors indépendant, qui la publie en «Libre opinion». Les réactions, nombreuses et toutes positives, s'enchaînent. L'animateur de l'émission matinale de Radio-Canada, Daniel Mathieu, la lit même en ondes.

Plusieurs mois plus tard, probablement dans les mêmes circonstances, j'écris la suite de cette fable, qui avait animé l'espace public, et je la propose à nouveau au *Rimouskois*, convaincu qu'ils seraient contents de la publier. Mais entre-temps, le journal était passé aux mains du groupe de presse Bellavance et, autre temps, autres mœurs, la politique éditoriale avait changé de façon drastique. L'éditeur, Jean-Claude Leclerc, regarde le texte sans vraiment le lire. «*C'est bien trop long* – une page et demie ! —, *je demande des textes de deux à trois paragraphes à mes journalistes*», me dit-il. «*Méchants dossiers de fond*», me dis-je alors à moi-même…

En sortant du journal, déçu, amer, je me dis, en boutade : «*Je vais en partir un journal, il ne pourra pas refuser mes textes.*» Arrivé chez moi, je lance ça à ma blonde. «*Quelle bonne idée*», s'exclame-t-elle. Oh ! ça, c'est un signal ! Une telle réaction de la part de celle qui est habituée à mes réactions et idées spontanées, qui souvent ne vont nulle part, ça veut peut-être dire que cette fois, il y a un vrai projet.

Le soir même, on a des amis invités à souper. «*Mon chum veut partir un journal*», lance alors la blonde, Fernande Forest, qui, incidemment, trouverait quelques jours plus tard le nom dudit journal. «*Quoi ? J'embarque, je vais vendre la publicité et faire les relations publiques*», dit alors la belle Pascale. *Ben là, voyons… qu'est-ce que vous me dites là, êtes-vous sérieux, on part-tu vraiment un journal ?* Le lendemain, appels téléphoniques à Denis Leblond, à Eudore Belzile – qui dit : «*Je n'ai pas le temps, mais j'embarque !*» Et voilà, la mèche était allumée.

Six mois plus tard, à la fin mars 1995, *Le Mouton NOIR* Plus mordant que le loup était lancé au bar Le Cactus devant 300 personnes, dont le maire de Rimouski, Michel Tremblay, qui avait été élu quelques mois plus tôt – il n'était pas le loup de la fable. Et l'idéateur que je fus se retrouva dès lors catapulté « directeur de la rédaction et camelot », puisque je m'occupais, avec un plaisir manifeste, je précise, de la distribution du journal dans les cafés, bars, commerces, bibliothèques et autres lieux susceptibles de recevoir les lecteurs et lectrices de ce singulier nouveau journal.

Le reste de l'histoire, la suite, ce sont les lecteurs qui l'ont construite. Trois ou quatre jours après le lancement– annoncé de façon un peu mystérieuse, avec de petites affiches placées un peu partout en ville, montrant un mouton noir au sourire narquois, dessiné par Alain Huot, qui disait *J'arrive !* –voilà que *Le Devoir*

y consacre la une de son cahier « Régions ». Il n'en fallait pas plus pour que les demandes d'abonnement et les offres de collaboration fusent de partout au Québec.

Après cinq ans, les artisans du *Mouton* étaient surpris qu'il soit toujours là. Et ça fait maintenant 30 ans ! Et on me demande si le journal a encore sa raison d'être, avec tous les changements survenus dans les domaines de l'information – concentration de la presse et consanguinité télévision-journaux, réseaux sociaux, influenceurs – pouah ahahaha ! Sans hésiter, je réponds OUI.

Cela dit, j'affirme que *Le Mouton NOIR* pourrait – et devrait – être bien plus présent dans son milieu et jouer un rôle plus actif dans des dossiers de proximité comme la préservation du patrimoine bâti, la protection d'espaces naturels comme la forêt de Pointe-au-Père, les coupures de services en santé dans la région, pour ne nommer que ceux-là. Refaire du journal un outil que la population s'approprie pour véhiculer ses idées et ses positions dans des dossiers locaux et régionaux qui nous touchent au quotidien.

Les vieux moutons noirs que nous étions ont activement contribué à faire débloquer le projet de salle de spectacle à Rimouski, qui taponnait depuis 20 ans. Nous avons aussi contrecarré un inconcevable projet de développement immobilier sur la crête de la Pointe-aux-Anglais, au Bic. Oui, *Le Mouton NOIR* a encore et toujours sa raison d'être. Je lance un bêlement défiant à la relève : étonnez-nous ! indignez-vous ! dénoncez ! construisez ! Et comme je l'écrivais à la une du tout premier numéro, en mars 1995 : Amenez au pré de quoi nourrir un *Mouton NOIR* plus mordant que le loup !

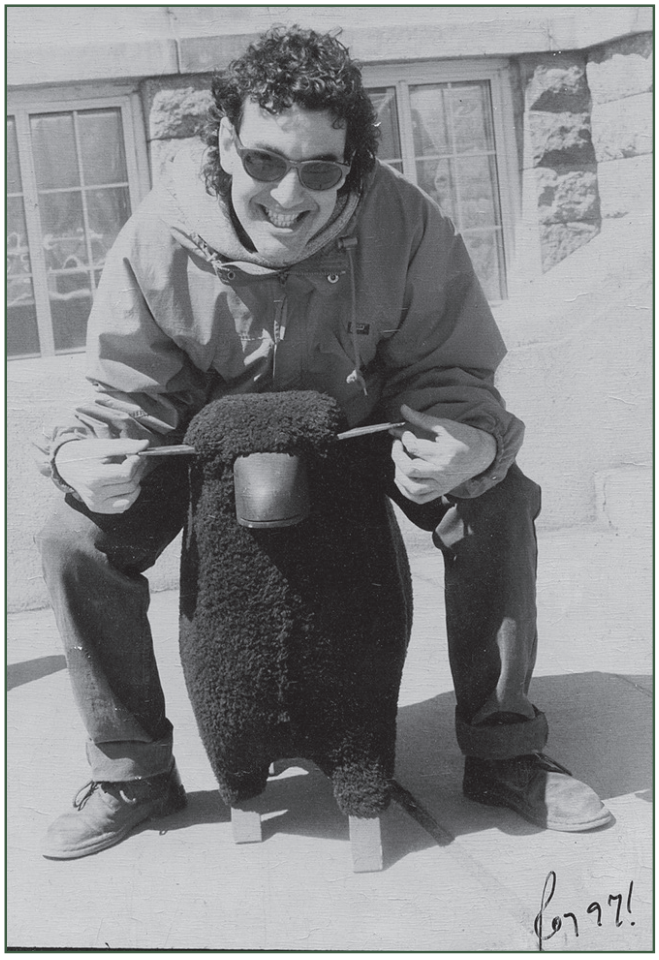


Image provenant du journal Le Mouton NOIR

Mémoires vivantes de *La Gazette*

Anne-Sofie Bathalon, *La Gazette de la Mauricie et des environs*, Trois-Rivières, juillet 2025

En 1983, un sommet populaire réunissant des groupes syndicaux et des organismes communautaires a eu lieu à Trois-Rivières. À cette occasion, des feuillets informatifs ont été produits afin de mettre en lumière les enjeux propres à la région. Devant leur popularité, Roger Deslauriers, Christiane Carle et Denis Leclerc ont décidé, en 1984, de poursuivre le projet en créant un journal mensuel sous forme d'organisme à but non lucratif (OBNL).

Dans un panel enregistré dans le cadre de l'émission La tête dans les nuances, Robert Aubin échange avec trois d'entre elles : Diane Vermette, directrice générale de *La Gazette* de 1991 à 1995, Steven Roy Cullen, en poste de 2015 à 2022, et Isabelle Padula, directrice générale actuelle depuis février 2023.

L'évolution technologique

Diane Vermette raconte que les logiciels de mise en page ont fait leur apparition vers les années 1990. Avant cela, son équipe devait faire preuve de créativité pour produire une maquette attrayante.

Pour créer le produit final, ils imprimaient les textes et les images, les découpaient, puis les assemblaient sur une table lumineuse. Une fois la mise en page terminée, une couche de cire était appliquée pour maintenir le tout en place, avant de faire sécher les feuilles et de les envoyer à l'imprimeur. Par la suite, elle a appris à se servir du Macintosh, et plusieurs autres outils technologiques ont suivi au fil des années.

Un lien commun

La Gazette compte plusieurs rédacteurs et rédactrices de longue date. Pour Steven Roy Cullen, c'est grâce à leur engagement envers l'information alternative que le journal perdure. Il définit cette dernière comme une information distincte de celle offerte par les autres médias de la région, car elle propose des analyses approfondies sur des enjeux de société. Ce type de contenu, selon lui, « fait avancer les réflexions citoyennes et sociales, et permet un engagement dans sa communauté. »

L'attachement au format papier

Depuis ses débuts, *La Gazette* n'a jamais cessé de publier ses articles dans une édition mensuelle papier. Ses éditions ont toujours été gratuites, malgré des contextes économiques plus difficiles. « Lorsqu'on discute avec les directions des autres médias, elles évoquent souvent des arguments économiques, disant que ce n'est pas rentable. Mais comme nous sommes un OBNL, cet argument ne primera jamais. », affirme Isabelle Padula. En effet, l'accessibilité gratuite à une information de qualité est importante pour *La Gazette*. La version imprimée de *La Gazette* est offerte gratuitement à la collectivité, tout comme l'entièreté de son contenu web, ainsi que ses vidéos et balados.

Les trois directions s'accordent pour dire qu'un lien particulier unit *La Gazette* au format papier. D'une part, le numérique n'est pas accessible à toutes et à tous. Certaines plateformes exigent un abonnement payant, et certaines personnes sont moins à l'aise avec les technologies. D'autre part, comme le souligne Isabelle Padula, plusieurs études scientifiques s'accordent à dire que la lecture sur papier favorise la concentration et la rétention de l'information.



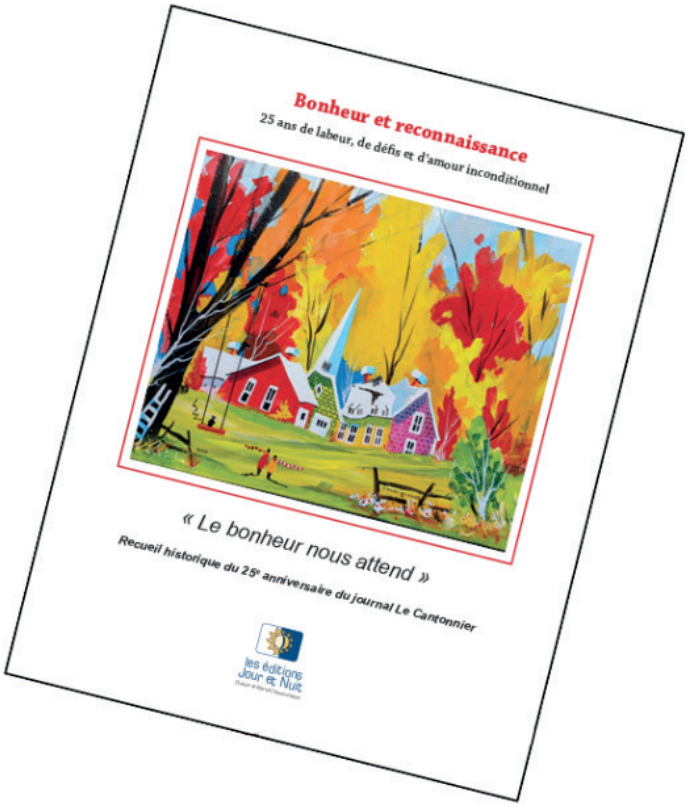
Dans le cadre de l'émission La tête dans les nuances, Robert Aubin échange avec Diane Vermette, directrice générale de La Gazette de 1991 à 1995 et Steven Roy Cullen, en poste de 2015 à 2022. Photo : Anne-Sofie Bathalon

le recceuil du 25e aniverssaire « Bonheur et reconnaissance »

Ronald Martel, *Le Cantonnier*, Disraeli, août 2025

L'équipe conjointe des Éditions Jour et Nuit et du journal *Le Cantonnier* est fière de vous suggérer d'acquérir dès maintenant un exemplaire du recueil BONHEUR ET RECONNAISSANCE, qui est déjà en vente depuis le 18 août dernier, un objet de collection qui a pour objectif de souligner et de célébrer le 25e anniversaire de votre journal.

Seulement 100 exemplaires de ce superbe recueil historique ont été produits, dans un premier temps, pour une diffusion régionale. Il compte 121 pages et propose 25 caricatures, de nombreux articles marquants et des photos qui ont souligné l'actualité de la région, dans le journal *Le Cantonnier*, depuis l'an 2000. Une publication qui sert également de campagne de financement pour votre journal mensuel, puisque tous les profi ts lui seront remis par les Éditions Jour et Nuit.



La page couverture est illustrée de façon colorée par la peinture Le bonheur nous attend, oeuvre de Serge Nadeau, qui signe régulièrement son appellation originale, soit « *le peintre aux maisons qui dansent* ».

Le contenu du recueil a été sélectionné par l'équipe de production composée de Ronald Martel (édition et mise en page), Sylvie Veilleux (chargée de projet) et Steven Laprise (caricaturiste du journal). Les articles primés par l'Association québécoise des médias écrits communautaires du Québec (AMECQ), publiés dans le journal *Le Cantonnier* au cours de son histoire, y tiennent une place prépondérante.

Merci pour tout, Richard !

Danielle Goyette, *L'écho de Compton*, Compton, juin 2025

Eh bien ! C'était quoi cette idée-là de nous quitter ? Bon, je sais bien, avec les années où l'on s'est côtoyés, j'ai compris que tu aimais les nouveaux projets, les nouveaux défis et les choses qui bougent en grand. Je le comprends encore bien plus là !

Ouais ! Tu as même fini par te trouver un nouveau défi… ailleurs ! C'est la vie, hein ?

Merci, Richard, pour ces années au sein de *L'écho*, d'abord en tant que président du CA, ensuite à la direction du journal. Tu as mené tout cela de main de maître et tu as mis en place un poste de direction bien rodé. Toute l'équipe t'en remercie. On perd un gars attentif à son équipe, toujours « à son affaire », qui a mené la barque malgré vents et marées et avec l'assurance d'un bon capitaine de navire.

Merci d'avoir su apaiser mes bouffées d'émotion, écouter patiemment mes états d'âme et n'avoir jamais retenu mon enthousiasme !

T'as été un sacré bon directeur, Richard ! Sois heureux dans tes nouvelles fonctions !

Danielle, Rédactrice en chef

Cher Richard,

Un immense merci pour tout le soutien, la créativité, l'ambition et le cœur que tu as investis dans tes rôles, d'abord comme président du conseil d'administration de *L'écho*, puis à titre de directeur général. Grâce à toi, il était possible de rêver grand et d'envisager l'avenir de *L'écho* avec confiance et vision. Tu as su mettre en place un plan stratégique solide, tout en clarifiant avec justesse la mission de cet OBNL si cher au cœur des comptonnois et des comptonnoises. Merci, Richard, d'avoir cru en *L'écho* et de l'avoir fait grandir. Nous te souhaitons un avenir à la hauteur de ton talent et riche en projets porteurs !

Tu vas nous manquer, c'est certain.
Les membres du C.A. de *L'écho*



Richard Vachon | Photo: Jessica Yung

Ce n’est qu’un au revoir !

Jocelyne Fontaine, *Le Félix*, Saint-Félix-de-Kingsey, juin 2025

Le journal de juin représente pour Daniel Rancourt son dernier reportage en tant que journaliste.

Daniel est arrivé au sein du journal en octobre 2004, avec le projet de rencontrer les aînés de la paroisse, de les entendre se raconter avec leurs histoires réelles, vécues, intéressantes et les plus touchantes.

Dès le mois suivant, une entrevue est accordée : Mme Laurette Desmarais Plante qui avait fêté ses 100 ans en septembre 2004.

Plusieurs autres rencontres ont eu lieu au cours des années suivantes.

En novembre 2007, il devient secrétaire du journal. Dans le journal de mars et avril 2009, il raconte son voyage en Basse-Côte-Nord.

Au fil des années, les reportages se poursuivent. En 2010, il quitte le secrétariat pour revenir en octobre 2013, comme chroniqueur et correcteur du journal.

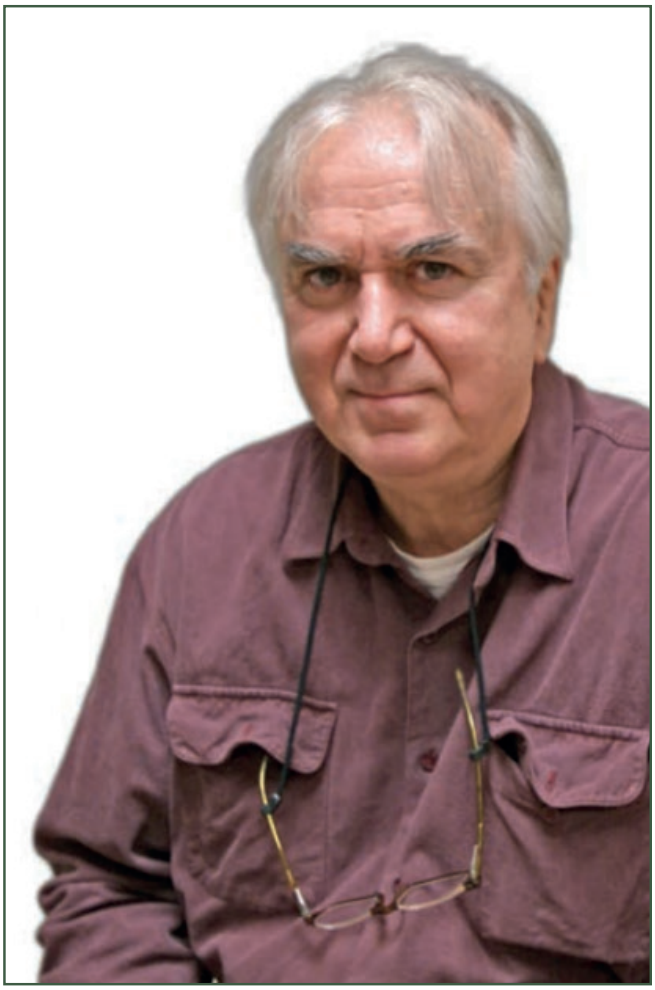
Septembre 2015, début des chroniques. Quelques reportages se succèdent au fil des années. C’est en 2018 que débutent officiellement les reportages mensuels avec des gens d’ici ou d’ailleurs, des sujets d’actualité, au plus grand plaisir des lecteurs.

Plus d’une centaine de chroniques ont été écrites par Daniel au cours de ces 20 ans au sein du journal, cela donne droit à un repos bien mérité.

Daniel continuera de siéger au sein du comité du journal comme administrateur.

MERCI Daniel pour toutes ces années données à renseigner, informer et embellir notre beau journal. Ce n’est pas un adieu, ce n’est qu’un au revoir.

Bonne continuation !



Daniel Rancourt du journal local « Le Félix ».



ASSOCIATION DES MÉDIAS ÉCRITS
COMMUNAUTAIRES DU QUÉBEC