

# RAPPORT ANNUEL

XXII<sup>e</sup> édition, vol. 1 — 1996/1997

## S O M M A I R E

### Message du président

### Les membres du réseau

- L'Ouest et les Territoires
- L'Ontario
- L'Atlantique
- Le conseil d'administration
- L'équipe du bureau national

### Profil de l'APF

#### Secteur Coordination

- Un conseil d'administration actif
- Une équipe renouvelée
- Un bureau national efficace
- Un anniversaire à souligner

#### Secteur Représentation

- Une présence soutenue
- Des interventions mesurées
- De nombreux partenaires

#### Secteur Formation

- Des contributions limitées

#### Secteur Développement

- Une réorganisation logique

#### Secteur Information

- Communications internes et Appuis aux journaux :
- Des ressources utiles
- Des expériences enrichissantes
- Un retour apprécié

#### Service de nouvelles et Agence de presse :

- Une approche distincte
- Des produits reconnus
- Des projets ambitieux

#### Publications spéciales :

- Un succès incontournable
- Des idées prometteuses

### La Fondation Donatien Frémont

#### Bilan au 31 mars 1997 (FDF)

#### Profil des lecteurs

#### Bilan au 31 mars 1997 (APF)

## Vue d'ensemble des opérations

### Évolution

Le réseau subit des changements au cours de l'exercice 1996-1997, l'arrivée d'un nouveau directeur général à l'APF, suivie de la nomination d'une nouvelle directrice à l'agence **OPSCOM**, permettent d'orienter les opérations vers des perspectives toujours plus prometteuses.

Le contexte économique engendre toutefois quelques victimes. On assiste, à la fin de l'été 1996, à la fermeture inattendue de l'hebdomadaire *La Boîte à nouvelles*, à Iroquois Falls. Entre-temps, l'unique hebdo fransaskois, *L'Eau vive*, évite une faillite prévisible en recevant quelques subsides gouvernementaux.

D'autres journaux connaissent cependant une relance.

En Colombie-Britannique, de nouveaux actionnaires se portent acquéreurs du journal *Le Soleil de Colombie*. À Terre-Neuve, fin 1996, le journal *Le Gaboteur* s'enrichit d'une nouvelle directrice et, au printemps 1997, on observe un changement de direction similaire à l'hebdo *La Liberté*, au Manitoba.

Parallèlement, au Nouveau-Brunswick on assiste à la naissance de trois hebdomadaires acadiens pendant qu'un des journaux membres, le *Pro-Kent*, change de nom et de vocation pour devenir *Le Papier*. De facture similaire à son prédécesseur, le journal offre maintenant une distribution plus étendue et augmente son potentiel publicitaire.

Des projets de création de journaux sont par ailleurs annoncés au printemps 1997 dans le nord de l'Ontario.



### Réalisations

En 1996-1997, l'APF termine avec succès l'implantation de son projet «télématique».

La correspondance entre les membres et le personnel du bureau national, incluant les textes du service de nouvelles et les bons de commande d'**OPSCOM**, s'effectue majoritairement par le biais du courrier électronique. Presque tous les journaux ont maintenant accès aux ressources infinies du réseau planétaire Internet.

En collaboration avec le Groupe Angus Reid, l'APF complète une enquête nationale pour établir le profil des lecteurs et des lectrices francophones répartis dans les marchés de l'Atlantique, de l'Ontario, puis de l'Ouest et des Territoires. Les principaux clients du réseau y gagneront. On leur acheminera un outil de marketing pratique, élaboré à l'aide des données de cette étude.

Le début de l'année 1997 marque la relance des projets d'édition de grande envergure à l'APF. Le supplément national *Éducation*

*postsecondaire : perspectives francophones* est tiré à 225 000 exemplaires et diffusé d'un océan à l'autre par le biais de 28 journaux de langue française. Sa publication accroît la notoriété de l'APF dans tout le pays, y compris au Québec.

### Participation

Au plan politique, l'APF s'affaire à défendre les intérêts de ses membres. Elle s'appuie notamment sur la vigilance du Commissariat aux langues officielles pour garantir le respect de la législation canadienne en matière de publicité gouvernementale.

En 1996-1997, l'APF se manifeste également auprès des dirigeants de la Société canadienne des Postes pour venir en aide aux journaux à distribution gratuite. Ces démarches, appuyées par des groupes de journaux anglophones, permettent le maintien temporaire de la livraison postale à tarif économique dans les zones urbaines et rurales du Canada.

L'Association accorde aussi son

appui à différents organismes. Elle se porte à la défense de dossiers touchant les francophones et les Acadiens. Parmi ces causes variées, notons : les inquiétudes reliées à l'éventuelle privatisation de TFO; la menace de fermeture de l'unique hôpital francophone de l'Ontario; le projet de liaison satellite des radios communautaires d'Amérique du Nord; les coupures devant conduire à une diminution inacceptable des services offerts en français par Radio-Canada.

### Affectation

Les interventions de l'APF permettent à plusieurs membres de bénéficier de ressources humaines additionnelles au cours de 1996-1997.

Le renouvellement du programme de coopération étrangère, appuyé par l'Ambassade de France au Canada, comble les absences temporaires grâce à la participation utile de deux «journalistes-pompier». Ces derniers séjournent au sein des entreprises de certains éditeurs membres de l'APF afin d'y effectuer leur service militaire tout en affinant leur expertise journalistique.

L'appui de personnel supplémentaire prend de l'ampleur à l'automne 1996 alors qu'une douzaine de journaux accueillent une vingtaine de stagiaires. Ces diplômés de collèges et universités canadiennes profitent d'une série d'ententes exceptionnelles conclues, par l'entremise de l'APF, avec les responsables nationaux du programme Jeunesse Canada au travail.

La clé des marchés  
francophones hors-Québec

OPSCOM

30 HEBDO  
FRANCOPHONES  
D'UN OcéAN À L'AUTRE

1-800-267-7266

# Message du président



## Chers ami(e)s,

L'Association de la presse francophone (APF) n'a pas échappé au regain de vitalité qu'a connu la presse écrite au pays durant la dernière année. Nous naviguons par temps stable et les prévisions météorologiques sont rassurantes.

L'esprit d'équipe qui a longtemps animé notre association se fait sentir plus que jamais, notamment grâce à la collaboration renouvelée des membres et des employés de notre réseau national. Les changements s'opèrent en douceur au fur et à mesure que nous évoluons, mais l'APF cherche encore à atteindre sa pleine vitesse de croisière.

De nouveaux journaux et de nouveaux joueurs se joignent à nous. Nous envisageons l'avenir avec optimisme, malgré les moyens limités dont nous disposons et qui font en sorte que l'on doive s'en tenir strictement à notre programmation de base.

Une édition spéciale, longtemps souhaitée, se révèle encourageante à tous les points de vue et confirme le positionnement de l'APF en tant que leader de l'information pour les francophones de l'extérieur du Québec. L'APF s'inscrit en force dans cette dynamique du développement des communautés vers laquelle s'orientent les efforts de la francophonie canadienne... *mais* elle est peut-être en avance sur son temps. Trop souvent, on semble nous oublier chez les responsables du financement de projets spéciaux et notre ouverture vers des partenaires naturels ne trouve pas forcément un écho favorable.

Un organisme d'envergure nationale tel que le nôtre doit constamment viser le progrès. On ne peut accepter le désengagement de nos bailleurs de fonds. Malgré nos succès, le financement pour de nouvelles activités reste difficile à trouver. L'APF veut offrir beaucoup plus à ses membres et à leurs lecteurs, mais elle se voit contrainte de réduire certains services. À titre d'exemple : la formation. Cette activité excessivement importante pour assurer la vitalité des journaux, une des raisons d'être de notre association, a pourtant été sacrifiée en bonne partie depuis déjà trop longtemps.

Des interventions actives au sein d'une francophonie canadienne qui se fait de plus en plus institutionnelle, ne suffisent pas à assurer les revenus nécessaires pour le développement de nos

programmes et activités. L'APF et ses membres doivent continuer de s'impliquer politiquement et de participer de façon soutenue à la défense de notre mission et de nos objectifs. Nous devons adopter une position encore plus ferme à l'intérieur des mécanismes de concertation proposés aux organismes nationaux et provinciaux par les représentants du gouvernement canadien. En même temps, nous devons innover en proposant à nos partenaires publicitaires comme à nos lecteurs des produits de très grande qualité. Nos publications pénètrent dans des marchés bien définis mais qui sont généralement trop peu exploités.

Au terme de ce mandat, ma dixième année au sein du conseil d'administration de l'APF et d'OPSCOM, la sixième et dernière à titre de président, je veux remercier chacun des membres de l'association, en particulier ceux et celles aux côtés desquels j'ai siégé en tant qu'administrateur. Je tiens également à rappeler mon intérêt à demeurer actif au sein de cet organisme auquel je crois sincèrement. Je souhaite aux gens qui prendront la relève de bénéficier de cette confiance que l'on m'a accordée durant toutes ces années. J'en profite aussi pour saluer mon confrère Jean Mongenais qui, depuis 20 ans, a consacré bénévolement ses énergies à faire avancer chacun des dossiers traités au conseil d'administration. Comme moi, il a sans doute retiré beaucoup de cette expérience et c'est pourquoi j'encourage les membres à s'impliquer toujours davantage.

Notre XXII<sup>e</sup> assemblée générale annuelle de juillet 1997, à Hawkesbury en Ontario, marque le 50<sup>e</sup> anniversaire de fondation du journal *Le Carillon*. Je félicite donc son éditeur, Monsieur André Paquette, un des membres fondateurs de l'APF, et je lui souhaite longue vie ainsi qu'à son journal. Son dynamisme témoigne bien de la valeur d'une presse écrite en langue française qui se veut à la fois vigoureuse et aussi répandue que possible dans l'ensemble du Canada.

Le président,

Roger Duplantie

## Les membres du réseau

### LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

**Roger Duplantie**  
président

**François Pageau**  
premier vice-président

**Jean Mongenais**  
deuxième vice-président

**Omer Cantin**  
trésorier

**Kathleen D'Entremont-Mooney**  
secrétaire

### L'ÉQUIPE DU BUREAU NATIONAL

**Guy-Marc Dumais**  
directeur général, APF, FDF

**Nicole L. Lavoie**  
directrice, OPSCOM

**Yves Lusignan**  
journaliste, service de nouvelles

**Manon St-Denis-Brunet**  
contrôleur

**Anne-Marie Marcil**  
adjoite aux ventes, OPSCOM

**Annie Crevier**  
stagiaire

**Denis Guérin**  
journaliste-coopérant (1997)

**Matthieu Massip**  
journaliste-coopérant (1996)

### L'OUEST ET LES TERRITOIRES

**L'Aurore boréale**  
Whitehorse (Yukon)  
Cécile Girard

**L'Aiglon**  
Yellowknife (Territoires du Nord-ouest)  
Alain Bessette

**Le Soleil de Colombie**  
Vancouver (Colombie-Britannique)  
Patrick Morgenstern

**Le Franco**  
Edmonton (Alberta)  
François Pageau

**L'Eau vive**  
Régina (Saskatchewan)  
Francis Potié

**La Liberté**  
Saint-Boniface (Manitoba)  
Sylviane Lanthier

### L'ONTARIO

**Le Nord**  
Hearst (Ontario)  
Omer Cantin

**L'Horizon**  
Kapusking (Ontario)  
Pierre Ouellette

**Le Voyageur**  
Sudbury (Ontario)  
Guy Lemieux

**Le Goût de vivre**  
Penetanguishene (Ontario)  
Odette Bussière

**Le Rempart**  
Windsor (Ontario)  
Jean Mongenais

**Le Métropolitain**  
Mississauga (Ontario)  
Roger Samson

**Le Journal de Cornwall**  
Cornwall (Ontario)  
Roger Duplantie

**Le Reflet de Prescott-Russell**  
Embrun (Ontario)  
François Bélaïr

**Agricom**  
Clarence Creek (Ontario)  
Pierre Glaude

**Le Carillon**  
Hawkesbury (Ontario)  
André Paquette

### L'ATLANTIQUE

**Le Gaboteur**  
Stephenville (Terre-Neuve)  
Angélique Gridel

**Le Courrier de la Nouvelle-Écosse**  
Yarmouth (Nouvelle-Écosse)  
Kathleen D'Entremont-Mooney

**La Voix acadienne**  
Summerside (Île-du-Prince-Édouard)  
Marcia Enman

**L'Aviron**  
Campbellton (Nouveau-Brunswick)  
Marc Pitre

**Le Madawaska**  
Edmundston (Nouveau-Brunswick)  
Jean-Pierre Boucher

**Le Moniteur Acadien**  
Shédiac (Nouveau-Brunswick)  
Gilles Haché

**Le Papier**  
Richibouctou (Nouveau-Brunswick)  
Raymond Beaudouin



Association de la presse francophone  
325, rue Dalhousie, pièce 702, Ottawa (Ontario) K1N 7G2  
Tél.: (613) 241-1017 Fax: (613) 241-6193  
Courriel : [pressapf@globalx.net](mailto:pressapf@globalx.net)



325, rue Dalhousie, pièce 702, Ottawa (Ontario) K1N 7G2  
Tél.: (613) 241-5700 Fax: (613) 241-6313  
Courriel : [pressapf@globalx.net](mailto:pressapf@globalx.net)

# Profil de l'association

L'Association de la presse francophone (APF) est un organisme national à but non lucratif qui regroupe des journaux communautaires de langue française. Publiés en milieu minoritaire, ces journaux sont répartis dans 11 provinces et territoires canadiens. En 1996-1997, l'APF représente six journaux dans les Territoires et les provinces de l'Ouest, 11 en Ontario, et sept dans la région Atlantique.

Active depuis 1976, l'Association de la presse francophone favorise le rayonnement de la presse écrite et se fait le porte-parole de ses membres à l'échelle nationale. L'APF et ses journaux membres participent à l'essor économique et culturel des communautés francophones du pays. Les programmes et activités de l'organisme englobent les nombreux aspects

reliés à la publication d'hebdomadaires de qualité et ses projets génèrent des retombées positives tant pour les journaux que pour leurs lecteurs.

L'Association multiplie ses interventions auprès des instances gouvernementales et auprès des partenaires de la francophonie canadienne afin d'intégrer avec justesse sa mission et ses objectifs aux plans politique, économique et social.

Les journaux de l'APF, qu'ils soient d'envergure provinciale ou à vocation régionale, ont une influence particulière sur la dynamique des sociétés minoritaires au sein desquelles ils évoluent. Chez le public francophone vivant à l'extérieur du Québec, ces journaux répondent au besoin irréfutable de recevoir de l'information dans sa langue. Entreprises de presse

privées ou publications associatives, les membres de l'APF sont au service de leurs communautés respectives. Ils renseignent les lecteurs sur les événements et les enjeux politiques, économiques et culturels qui façonnent leur environnement.

Au fil des ans, l'APF a développé des secteurs d'activités dont l'impact est mesurable. Par l'entremise de son agence de représentation média **OPSCOM**, elle sollicite, depuis 1979, la participation des annonceurs nationaux. Elle assure ainsi une part des revenus publicitaires indispensables à la santé financière des hebdomadaires de langue française. En matière de publicité nationale, **OPSCOM** est l'unique agence de représentation commerciale concentrée sur la presse écrite de langue française en dehors du Québec.

Les journaux de l'APF demeurent les actionnaires exclusifs de l'agence **OPSCOM**.

De plus, grâce à son *Agence de presse*, l'APF donne accès à une information nationale de haut calibre, dont le traitement reflète le point de vue distinctif des francophones hors Québec. Elle supporte aussi la relève et la formation journalistique par l'octroi des bourses d'études et de perfectionnement de la **Fondation Donatien Frémont**.

Les valeurs et les convictions partagées au sein du milieu de la presse écrite en langue française cherchent à rehausser constamment la qualité du produit et la pertinence de l'information. Cette philosophie d'action se veut à la fois le moteur des récentes réalisations de l'APF et une source d'inspiration pour ses projets à venir.



## Secteurs d'activités

### Fonctionnement

Vingt années d'existence et des efforts de rationalisation soutenus conduisent l'APF à une sérieuse remise en question de ses activités lors des récents exercices financiers. Le conseil d'administration, avec la participation des employés du bureau national, identifie les priorités afin de positionner l'organisme avantageusement à l'échelle nationale, dans un premier temps; et vis-à-vis chacun des membres du réseau, dans un deuxième temps.

On cherche à diversifier les sources de revenus en évitant les projets comportant le moindre risque financier. Ainsi, l'association se fait discrète pendant trois ou quatre ans. Toutefois, dès le début de l'année 1997, l'organisme s'accorde une visibilité incontournable à l'échelle pancanadienne.

### Représentation

Conformément au vœu exprimé par ses membres au moment de l'assemblée générale de juillet 1996, l'APF s'efforce d'être plus active sur la scène politique. Sa présence au sein de la francophonie canadienne, d'abord à titre d'organisme national, ensuite à titre de membre

en règle de la Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada, lui permet de participer à l'évolution de dossiers précis.

### Formation

La qualité rédactionnelle, la qualité graphique et la rentabilité des journaux ont une influence considérable sur le rayonnement de la presse écrite. La formation des membres et de leurs employés, tout comme la formation du personnel du bureau national ont pour but d'améliorer, de façon continue, la qualité des publications mises à la disposition des lecteurs.

Dans une assez large mesure, la croissance et la viabilité d'un hebdomadaire francophone repose sur une formation adéquate de ses journalistes et artisans. C'est pourquoi le secteur Formation demeure une préoccupation constante pour le conseil d'administration et les membres de l'APF.

### Développement

Essentiellement tributaire des activités de représentation commerciale de l'agence **OPSCOM**, le secteur Développement s'affaire à identifier les marchés potentiels susceptibles

de favoriser la rentabilité des journaux, la viabilité financière des projets de publication de l'APF et l'élargissement des sources de revenus pour l'ensemble du réseau.

### Information

Pierre angulaire de l'Association, le secteur Information s'articule en différents volets, soit le volet Communications internes et Appuis aux journaux; le volet Service de nouvelles et Agence de presse; et le volet Publications spéciales.

#### Service de nouvelles et Agence de presse

En 1988, l'Association de la presse francophone établit les bases d'une toute première agence de presse au bénéfice du réseau national qu'elle représente. Au cours des huit années qui suivent, l'APF poursuit la mise en place et le développement de ce projet qu'elle intègre rapidement à sa programmation annuelle.

#### Publications spéciales

Pendant longtemps, l'APF est reconnue pour produire et diffuser des cahiers spéciaux qui complètent avantageusement l'information publiée par les

journaux. On doit mettre un terme à ces productions au cours de l'année 1993; conséquence des coupures budgétaires subies par l'organisme. Début 1997, l'APF choisit de relancer ses projets d'édition et son nouveau supplément fait rapidement le tour du pays...



## Fonctionnement

### Un conseil d'administration actif

Réunis à cinq reprises au cours de l'exercice 1996-1997, les membres élus au conseil d'administration encadrent la plupart des interventions de l'APF. Celles-ci s'orientent notamment vers : la conclusion de l'enquête nationale «Profil de lecture»; la prévention des impacts provoqués par une restructuration des services postaux canadiens; la publication d'un supplément national sur l'éducation postsecondaire et les partenariats à concrétiser avec l'Alliance des radios communautaires du Canada (ARC), dont l'ambition de monter une *Agence de presse* de plus grande envergure.

Bien entendu, les mesures à prendre pour assurer la progression et la santé économique de l'association et de son agence **OPSCOM** font partie des dossiers soumis à l'attention du conseil d'administration. Un plan de redressement et le rétablissement d'un partenariat actif avec la

Société Air Canada s'inscrivent à l'ordre du jour. De même, on élabore la mise en place d'un mécanisme innovateur pour favoriser l'accessibilité aux bourses d'études de la **Fondation Donatien Frémont**.

### Une équipe renouvelée

Au milieu de l'été 1996, l'APF embauche un nouveau directeur général; son poste est reconduit à temps complet dès septembre. Pour veiller aux opérations comptables de l'organisme, l'APF dispose déjà d'une contrôleur dotée d'une formation académique et pratique rigoureuse. Elle continue de faire appel à un journaliste chevronné pour articuler son service de nouvelles. En outre, de la mi-septembre à la fin décembre, deux stagiaires participent étroitement au volet *Publications spéciales* de sa programmation annuelle.

Du côté d'**OPSCOM**, on choisit une nouvelle directrice au début de l'automne 1996. Soutenue par

une adjointe expérimentée, la nouvelle directrice entreprend, de manière à la fois optimiste et ambitieuse, d'atteindre les objectifs établis au chapitre commercial.

### Un bureau national efficace

L'organisation de l'effectif et la mise à jour de l'infrastructure au bureau national suscitent de nouveaux investissements en 1996-1997. En cours de route, son système informatique subit une révision en profondeur. L'Association lance son propre site sur le World Wide Web ([www.apf.ca](http://www.apf.ca)) et chaque employé a accès à un ordinateur dont la configuration est compatible à l'environnement Windows. La communication avec les membres du réseau s'effectue pratiquement sans anicroche grâce à l'utilisation systématique du courrier électronique.

L'administration quotidienne des différents dossiers s'améliore sans cesse. Les contacts avec les bailleurs de fonds, les clients et

les fournisseurs sont accentués et le système comptable en place s'avère efficace et conforme aux pratiques de l'industrie.

### Un anniversaire à souligner

En juillet 1996, la tenue de la XXI<sup>e</sup> assemblée générale annuelle, à Rockland (Ontario), se fait le théâtre de véritables retrouvailles. L'événement coïncide avec les célébrations du 20<sup>e</sup> anniversaire de l'APF. Anciens employés et membres du conseil d'administration de l'organisme s'y donnent rendez-vous.

Les membres actuels tracent le bilan des activités de l'APF et de ses composantes. On y discute de projets à venir et l'assemblée maintient la tradition en attribuant ses *Prix d'excellence*. Cette remise annuelle sert à reconnaître la qualité du travail accompli par les artisans de la presse écrite en milieu francophone minoritaire au Canada.

## Représentation

### Une présence soutenue

Le développement et le financement de projets exigent la présence propice de l'APF auprès des élus et des fonctionnaires. Tout au long de l'année, la direction générale et le conseil d'administration profitent de différentes plateformes pour promouvoir les activités et projets planifiés ou en cours de réalisation.

En 1996-1997, l'APF a entretenu des liens formels avec le ministère du Patrimoine canadien; Travaux publics et services gouvernementaux Canada; le Commissariat aux langues officielles; l'Office des affaires francophones; l'Ambassade de France au Canada; le Secrétariat aux affaires intergouvernementales canadiennes; et le Conseil du Trésor.

Outre ces activités de liaison propres à l'APF, l'agence **OPSCOM** entretient, pour sa part, des liens privilégiés avec les nombreux ministères et agences des gouvernements fédéral et provinciaux qui utilisent les journaux pour communiquer efficacement avec la population francophone et acadienne.

### Des interventions mesurées

Que ce soit par le biais de lettres d'appui, de lettres de revendication, ou encore par des interventions remarquées dans le cadre des multiples forums et rencontres auxquels elle participe, l'APF est active sur l'échiquier francophone national.

Elle multiplie les occasions d'exposer les vues de ses membres et les dossiers foisonnent. Qu'on songe à ceux-ci : harmonisation de la taxe de vente dans les provinces maritimes; abandon de la livraison postale sans adresse à tarif économique; menace de fermeture de l'hôpital Montfort; rumeurs de privatisation de la chaîne de télévision française de TVOntario; réduction des services de radiodiffusion et de télédiffusion francophones à la Société Radio-Canada dans l'ouest du pays; projet de liaison satellite du réseau de l'ARC du Canada; Forum francophone de concertation 1997, à Québec; rencontre de consultation des ministères et organismes fédéraux, à Ottawa-Hull; Table de concertation des organismes nationaux; sans oublier les comités divers de la FCFA du Canada.

### De nombreux partenaires

Les organismes nationaux et provinciaux francophones font partie du réseau de contacts quasi permanents de l'APF, avec lesquels elle élabore et met en oeuvre ses ambitions. Divers organismes nationaux sollicitent son appui : l'Alliance des radios communautaires du Canada; la Fédération de la jeunesse canadienne-française; la Fédération des femmes canadiennes-françaises; la Fédération canadienne pour l'alphabétisation en français; le Conseil de la coopération canadienne; la Fédération culturelle canadienne-française; l'Association canadienne d'éducation en langue française; la Fédération canadienne des enseignants et enseignantes; et la Fédération des communautés francophones et acadienne.

En 1996-1997, l'APF amorce aussi un rapprochement avec son homologue anglophone, le *Canadian Community Newspapers' Association*. D'autres liens sont tissés tout au long de ce parcours avec les principales agences de publicité canadiennes, en particulier celles de Montréal et

de Toronto. Le personnel du bureau national les visite occasionnellement. Des entreprises du secteur privé, dont Air Canada et Les Hebdomadaires Transcontinentaux, font également partie des cibles visées dans le cadre des activités de liaison de l'Association et de son agence de représentation média.

De plus, pendant l'année, des entreprises médiatiques comme TFO, TV5, Le Devoir et LeDroit, de même que la plupart des collèges communautaires et des universités francophones du Canada, s'affichent à titre de partenaires publicitaires à l'APF et chez OPSCOM.

Plusieurs bénévoles participent aux différents comités de sélection mis sur pied pour l'attribution des bourses d'études de la **Fondation Donatien Frémont** ou encore pour la remise annuelle des *Prix d'excellence* de l'APF.

Par ailleurs, au printemps, les journaux de l'APF participent à promouvoir les efforts de prélèvement de fonds entrepris pour venir en aide aux victimes de l'inondation du siècle au Manitoba.

## Information

*Communications internes et Appuis aux journaux*

### Des ressources utiles

Les éditeurs membres du réseau ont recours aux textes et produits de l'APF car ils représentent une source d'information indéniable pour le lecteur. Entre autres, ils profitent du travail professionnel d'un courriériste parlementaire et d'un caricaturiste qui couvrent adéquatement l'actualité francophone d'intérêt national.

Pour répondre aux situations d'urgence, le secteur Information met à la disposition des membres un «journaliste-pompier». Face au départ imprévu d'un employé, ou quand l'absence temporaire de personnel affecte l'équipe de production, les éditeurs peuvent recourir aux services d'un journaliste-coopérant français. Au cours de 1996-1997, en différentes occasions, deux jeunes européens ont ainsi prêté main forte à cinq journaux du réseau APF. Subventionnés majoritairement par le gouvernement de la France, chaque séjour de «dépannage» a une durée limite de trois mois consécutifs. L'accessibilité à ce type d'appui est une ressource considérable pour des journaux souvent contraints à opérer avec un effectif réduit.

### Des expériences enrichissantes

À l'automne 1996, une vingtaine d'étudiants de collèges communautaires et d'universités du Canada sont employés pendant trois mois chez douze journaux membres.

Recrutés dans le cadre des stages de formation pratique financés par le programme Jeunesse Canada au travail, les aspirants-journalistes et autres diplômés apportent une contribution remarquable au sein des journaux participants. L'expérience s'avère profitable tant pour les stagiaires que pour leurs hôtes. On en profite pour lancer de nouveaux projets comme des campagnes d'abonnements, des publications spéciales, ou tout simplement pour fournir aux lecteurs une plus vaste couverture des événements locaux et régionaux.

Quelques stagiaires de ce programme de création d'emploi réussissent à prolonger l'expérience et font désormais partie de l'équipe permanente de journaux affiliés à l'APF.

### Un retour apprécié

L'accès à un système de courrier électronique efficace conduit à la relance du bulletin interne de l'APF. Depuis l'automne 1996, «Les P'tites vites du bureau national» sont diffusées environ une fois la semaine dans l'ensemble du réseau.

Le bulletin permet à l'association de maintenir le contact avec ses membres tout en les informant des différents dossiers traités par le personnel et le conseil d'administration. «Les P'tites vites...» se font aussi le véhicule par excellence pour diffuser les grandeurs et misères qui affectent le réseau et ses partenaires.

À l'occasion, le bulletin propose des idées de production reliées à la publication de cahiers ou de sections spéciales. La rétroaction des membres démontre qu'ils accueillent favorablement le retour, à fréquence régulière, de cet outil de communication interne.

### Service de nouvelles et Agence de presse

#### Une approche distincte



Le service de nouvelles de l'APF offre à sa clientèle des articles qui reflètent le point de vue des francophones hors Québec. En plus d'alimenter régulièrement ses abonnés avec des textes et des produits d'information axés sur les intérêts spécifiques des francophones et des Acadiens, le service propose la caricature hebdomadaire de Michel Lavigne; la bande dessinée Max Média, produite par le bédéiste Paul Roux; et la chronique linguistique bimensuelle «Sur le bout de la langue», rédigée par Annie Bourret. Chaque année, près de trois cent textes et chroniques sont ainsi acheminés à l'ensemble des journaux de l'APF et auprès d'une quinzaine d'abonnés institutionnels.

Les commentaires reçus témoignent de l'appréciation

générale de ce service unique en son genre. Selon la Fédération canadienne des enseignantes et enseignants, quelques-uns des produits de l'APF sont même utilisés en salle de classe dans le cadre de programmes d'enseignement réguliers ou d'immersion. La dimension pédagogique du service de nouvelles ne s'arrête pas là, puisqu'au Nouveau-Brunswick, le ministère de l'Éducation a reproduit des caricatures de l'APF pour illustrer les questionnaires d'un examen de fin d'année.

### Des produits reconnus

En 1996-1997, l'APF propose de réorienter les services de son Agence de presse. On cherche à identifier des moyens de rentabiliser davantage les opérations qui en découlent. On se met à la recherche de commanditaires pour aider au financement de la bande dessinée exclusive mais les résultats sont décevants. On maintient la publication de la chronique bi-hebdomadaire sur la langue française mais on suspend temporairement la production de Max Média.

Entre-temps, un album en couleurs de la bande dessinée originale de l'APF est publié dans la collection BD des Éditions Mille-Iles. *Les (més)aventures de Max Média, repor-terre* remportent un succès foudroyant dès leur lancement au Salon du livre de l'Outaouais. Quelques semaines plus tard, au 10<sup>e</sup> Festival de Bande Dessinée francophone de Québec, Paul Roux, le créateur de «Max», reçoit le Grand Prix Québécois pour l'ensemble de son oeuvre.

### Des projets ambitieux

L'idée d'élargir la couverture journalistique et de multiplier les ressources disponibles au sein de l'Agence de presse (francophone) revêt une importance de premier ordre dans la nouvelle programmation annuelle de l'APF. Les projets d'expansion pivotent autour de la création de nouveaux services qui incluent la production de textes pour alimenter les bulletins de nouvelles et autres chroniques d'information diffusées sur les ondes des radios communautaires francophones du pays. Cette diversification des services veut renforcer les liens de partenariat proposés par l'APF à l'ARC du Canada.

### Publications spéciales

#### Un succès incontournable



Le supplément national intitulé *Éducation postsecondaire : perspectives francophones* suscite l'enthousiasme des lecteurs tout comme celui des annonceurs qui participent à sa publication en janvier 1997.

Tiré à 225 000 exemplaires, le document de format magazine est imprimé en quadrichromie. Il est diffusé d'un océan à l'autre par l'entremise de 26 hebdomadaires et deux quotidiens de langue française. Il rejoint plus d'un demi-million de lecteurs. Le supplément s'avère suffisamment rentable pour son éditeur comme pour les journaux qui le diffusent. L'APF et OPSCOM y gagnent une visibilité presqu'inattendue.

Le succès du supplément est attribuable à la pertinence et à la qualité rédactionnelle de son contenu. On l'attribue également aux soins attentifs apportés à sa présentation graphique. Le service de nouvelles de l'APF fournit les articles de fond et plusieurs membres du réseau collaborent à la rédaction d'articles. Deux stagiaires participent à la coordination de la production et l'APF s'associe au Groupe RGDesign de même qu'à l'illustrateur Jacques Laplante pour articuler sa vision du projet.

Le supplément génère de nombreux commentaires, tous favorables, de la part de lecteurs et d'intervenants en éducation. Les annonceurs surtout, admettent unanimement qu'ils souhaitent renouveler l'expérience.

### Des idées prometteuses

L'éducation demeure un sujet d'actualité pour les communautés francophones, acadienne et québécoise. L'intérêt suscité par

le supplément de janvier 1997 en témoigne. D'ailleurs, une prochaine édition sur ce thème est déjà en marche à l'APF. Elle sera publiée au début de l'année 1998.

Entre-temps, on s'affaire à développer de nouveaux cahiers spéciaux d'envergure similaire. Des thématiques comme le Tourisme francophone; l'Alphabétisation en français; l'Économie; et la Famille, pour ne citer que ces quelques exemples, sont présentement explorées.

## Formation

### Des contributions limitées

En 1996-1997, quelques journaux seulement reçoivent une modeste contribution pour leurs activités reliées à la formation, restrictions budgétaires obligent. D'autre part, les employés du bureau national bénéficient d'une formation sommaire ayant trait à l'utilisation du chiffrier électronique Excel et du logiciel de traitement de textes Microsoft Word. Ces employés travaillent constamment à améliorer leur compétence et leur efficacité en utilisant le matériel de bureautique à leur disposition. Parmi ces outils, on compte le système de gestion informatique des placements publicitaires développé par la compagnie Informatel et, évidemment, les multiples sources de renseignements associées au réseau Internet.

## Développement

### Une réorganisation logique

Dans un souci de rationaliser ses dépenses, l'APF a mis fin, au cours de la dernière année, à la plupart de ses activités de recherche et développement pour en confier la responsabilité à son agence de représentation média. Les efforts de l'Association se concentrent davantage sur la production d'éditions spéciales, tandis que l'accent est placé sur le contenu éditorial et l'aspect visuel des publications. Pour sa part, OPSCOM développe et bonifie sa grande spécialité : les ventes publicitaires.

Un plan de développement stratégique, de nouveaux outils de mise en marché et des mesures de redressement sont élaborés et mis en oeuvre par l'agence de représentation de l'APF au cours de 1996-1997.

# La Fondation Donatien Frémont, inc.

Grâce à un partenariat exceptionnel, la Fondation Donatien Frémont peut doubler chaque dollar investi pour assurer la formation de la relève journalistique francophone.

Mise sur pied en 1980 par les journaux affiliés à l'Association de la presse francophone, la Fondation Donatien Frémont est une corporation sans capital-actions, constituée selon les lois du Canada et enregistrée comme oeuvre de charité (no. 0657999-21-10).

La Fondation favorise le développement des communications en milieu francophone minoritaire au Canada. Elle offre, annuellement, des dizaines de bourses d'études à des personnes qui souhaitent poursuivre une carrière dans les domaines des communications et du journalisme.

Les bourses d'études et de perfectionnement de la Fondation Donatien Frémont sont financées principalement par les revenus du Fonds des communicateurs qui compte, parmi ses généreux bienfaiteurs, les journaux membres de l'APF, des entreprises privées, des établissements d'enseignement, des organismes et des gouvernements.

En 1996-1997, la Fondation Donatien Frémont accorde 16 bourses d'études à autant d'étudiants et étudiantes provenant principalement de l'Ontario et du Nouveau-Brunswick.

Dans un souci d'élargir l'accessibilité aux bourses d'études et de perfectionnement, les responsables de la Fondation Donatien Frémont établissent un partenariat innovateur auprès de la Fondation de La Cité collégiale. De ce partenariat découle la création du «Fonds des communicateurs de l'Ontario».

Une promesse de don est adressée dans le cadre du programme du Fonds fiduciaire



**Donatien Frémont 1881-1967**

*Donatien Frémont est un des plus célèbres journalistes francophones de l'ouest canadien. Sa carrière a marqué toute la presse francophone hors Québec du sceau de la qualité et de la franchise. Il a de plus été un fier défenseur des droits des francophones, de leur langue et de leur culture.*

d'initiative pour les étudiants de l'Ontario et sa réalisation s'échelonne sur trois ans. L'intérêt particulier de ce programme réside dans le fait que le gouvernement ontarien double chaque dollar investi, de sorte que le nouveau «Fonds des communicateurs de l'Ontario» démarre avec une mise initiale d'environ 300 000 \$. La Fondation de La Cité collégiale administre ce nouveau fonds tandis que la Fondation Donatien Frémont veille à l'attribution de toutes les bourses provenant de celui-ci.

Entre-temps, l'ancien Fonds des communicateurs demeure sous la responsabilité administrative de la Fondation Donatien Frémont et poursuit ses activités habituelles avec un budget légèrement réduit. Dorénavant, le Fonds des communicateurs s'intéresse uniquement aux demandes de bourses provenant de l'extérieur de l'Ontario. Le «Fonds des communicateurs de l'Ontario» rejoindra spécifiquement les candidats admissibles qui résident dans cette province.

## Les boursiers de 1996-1997

**Nick Rossignol**  
Edmundston (Nouveau-Brunswick)  
Bourse des communicateurs

**France Charlebois**  
Casselman (Ontario)  
Bourse de l'Association de la presse francophone

**Jacinthe Breau**  
Moncton (Nouveau-Brunswick)  
Bourse de l'Association de la presse francophone

**Madame Julie Landry**  
Petit-Rocher (Nouveau-Brunswick)  
Bourse de l'Association de la presse francophone

**Marie-Lynne Levasseur**  
Edmundston (Nouveau-Brunswick)  
Bourse de l'Association de la presse francophone

**Chantal Nadeau**  
Sturgeon Falls (Ontario)  
Bourse de l'Association de la presse francophone

**Isabelle Perreault**  
Val-Caron (Ontario)  
Bourse LeDroit

**Nathalie Richard**  
St-Quentin (Ontario)  
Bourse de l'Association de la presse francophone

**Mylène Ménard**  
Dartmouth (Nouvelle-Écosse)  
Bourse de l'Association de la presse francophone

**Luc Levesque**  
Saint-Basile (Nouveau-Brunswick)  
Bourse Pétro-Canada

**Juanita J. Lewis**  
Summerside (Île-du-Prince-Édouard)  
Bourse des communicateurs

**Myriam Legault**  
Garson (Ontario)  
Bourse des communicateurs

**Philippe Bérubé**  
Bathurst (Nouveau-Brunswick)  
Bourse J.-Donat Langelier

**François Gravel**  
Edmundston (Nouveau-Brunswick)  
Bourse Banque Nationale

**Inès Mpambara**  
Montréal (Québec)  
Bourse des communicateurs

**Mireille-Anne Allaire**  
Ottawa (Ontario)  
Bourse de stage pratique

## La Fondation Donatien Frémont, inc

BILAN AU 31 MARS 1997

### ACTIF

	Fonds général	Fonds des communicateurs	Total 1997	Total 1996
<b>ACTIF À COURT TERME</b>				
Encaisse	7 475	-	7 475	26 402 \$
Dépôts à terme	30 000	361 000	391 000	357 680
Intérêts courus à recevoir	950	-	950	9 131
Avances (dûs) inter-fonds	1 738	(1 738)	-	-
À recevoir de 118725 Canada Inc.	914	-	914	258 -
	<u>41 077</u>	<u>359 262</u>	<u>400 339</u>	<u>393 471 \$</u>

### PASSIF ET SURPLUS

<b>PASSIF A COURT TERME</b>				
Créditeurs et frais courus	2 975	-	2 975	3 814 \$
À payer à l'Association de la Presse francophone	9 058	-	9 058	2 140
Dons reportés	-	-	-	1 759
	<u>12 033</u>	<u>-</u>	<u>12 033</u>	<u>7 713</u>
<b>SURPLUS</b>	<u>29 044</u>	<u>359 262</u>	<u>388 306</u>	<u>385 758</u>
	<u>41 077</u>	<u>359 262</u>	<u>400 339</u>	<u>393 471 \$</u>

### FONDS GÉNÉRAL

	1997	1996
<b>SURPLUS AU DÉBUT DE L'EXERCICE</b>	<u>27 811</u>	22 864 \$
Excédent des revenus sur les dépenses	2 548	7 782
	<u>30 359</u>	30 646
Virement au Fonds des communicateurs	(1 315)	(2 835)
<b>SURPLUS À LA FIN DE L'EXERCICE</b>	<u>29 044</u>	<u>27 811 \$</u>

### FONDS DES COMMUNICATEURS

<b>SURPLUS AU DÉBUT DE L'EXERCICE</b>	357 947	355 112 \$
Virement du Fonds général	1 315	2 835
<b>SURPLUS À LA FIN DE L'EXERCICE</b>	<u>359 262</u>	<u>357 947 \$</u>

### REVENUS ET DÉPENSES

<b>REVENUS</b>		
Dons	2 815	4 335 \$
Intérêts	20 526	25 641
	<u>23 341</u>	<u>29 976</u>
<b>DÉPENSES</b>		
Assurance	405	-
Bourses d'études	12 300	17 200
Honoraires professionnels	1 035	1 504
Frais de gestion	5 175	2 070
Publicité	27	535
Frais de bureau	1 605	716
Frais bancaires	246	169
	<u>20 793</u>	<u>22 194</u>
<b>EXCÉDENT DES REVENUS SUR LES DÉPENSES</b>	<u>2 548</u>	<u>7 782 \$</u>



UN **don**  
DOUBLEMENT  
APPRECIÉ!

FONDATION  
DE LA CITÉ COLLÉGIALE

801, promenade de l'Aviation, pièce H1050  
Ottawa (Ontario) K1K 4R3

# Profil des lecteurs

Selon les données du Recensement de 1991 de Statistiques Canada, 1,04 millions de francophones vivent au Canada, à l'extérieur du Québec :

Terre-Neuve	3 215	francophones
Nouvelle-Écosse	39 280	francophones
Nouveau-Brunswick	249 500	francophones
Ile-du-Prince-Édouard	6 286	francophones
Ontario	541 585	francophones
Manitoba	54 975	francophones
Saskatchewan	24 722	francophones
Alberta	63 735	francophones
Colombie-Britannique	57 620	francophones
Territoires du Nord-Ouest	1 520	francophones
Yukon	940	francophones
<b>CANADA (hors-Québec)</b>	<b>1 043 378</b>	<b>francophones</b>

Une enquête nationale APF-Angus Reid menée en 1996-1997 rejoint 2 292 individus de langue maternelle française dans plus de 300 différentes communautés au Canada.

Le sondage couvre les marchés spécifiques aux journaux communautaires de langue française dans toutes les provinces et territoires canadiens, à l'exception du Québec. Ses résultats contiennent une marge d'erreur de  $\pm 2\%$  et bénéficient d'un niveau de confiance établi à 95 %.

## 87 % des francophones connaissent un journal de l'APF

- 80 % des francophones ont déjà lu un journal de l'APF
- 71 % des francophones sont propriétaires d'une maison
- 90 % des francophones possèdent un micro-ondes, un magnétoscope, un lecteur de disques numériques ou un répondeur téléphonique
- 46 % des francophones ont un ordinateur personnel

## 47 % des francophones ont lu un journal de l'APF au cours du dernier mois

- 39 % des francophones sont abonnés à un journal anglophone hebdomadaire ou quotidien
- 39 % des francophones qui écoutent la radio régulièrement ne l'écoutent pratiquement jamais en français
- 26 % des francophones ne regardent pratiquement jamais la télévision de langue française

## 79 % des lecteurs lisent régulièrement un journal de l'APF

- 75 % des lecteurs sont mariés ou conjoints de fait
- 69 % des lecteurs ont un revenu annuel situé entre 30 000 et 70 000 \$ ou plus
- 62 % des lecteurs travaillent à l'extérieur du foyer
- 61 % des lecteurs ont entre 25 et 49 ans
- 52 % des lecteurs ont entrepris ou terminé des études collégiales ou universitaires

### 87 % des répondants connaissent le journal :

Ouest et Territoires	85 %
Ontario	87 %
Atlantique	90 %

87%

### 92 % des répondants qui connaissent le journal, l'ont déjà lu :

Ouest et Territoires	88 %
Ontario	91 %
Atlantique	92 %

92%

### 61 % des lecteurs ont lu le journal au cours du dernier mois :

Ouest et Territoires	79 %
Ontario	83 %
Atlantique	75 %

61%

### 79 % des lecteurs se considèrent comme des lecteurs réguliers :

Ouest et Territoires	79 %
Ontario	83 %
Atlantique	75 %

79%

30 journaux francophones du Canada sont représentés par l'APF ou OPSCOM !

# L'Association de la presse francophone

## BILAN AU 31 MARS 1997

ACTIF	1997	1996
<b>ACTIF À COURT TERME</b>		
Encaisse	9 644	20 166 \$
Dépôt à terme	-	30 000
Débiteurs	4 681	40 894
Frais payés d'avance	1 073	2 659
Avances à 118725 Canada Inc.	57 444	32 469
Avances à la Fondation Donatien Frémont	9 058	2 140
	<b>81 900</b>	<b>128 328 \$</b>

## PASSIF ET DÉFICIT

PASSIF À COURT TERME	1997	1996
Créditeurs et frais cours	84 079	97 024 \$
Revenus et subventions reportés	5 000	39 098
	<b>89 079</b>	<b>136 122</b>

## DÉFICIT DE L'EXERCICE

<b>DÉFICIT AU DÉBUT DE L'EXERCICE</b>	<b>(7 794)</b>	<b>(57 995)</b>
Excédent des revenus sur les dépenses	615	50 201
<b>DÉFICIT À LA FIN DE L'EXERCICE</b>	<b>(7 179)</b>	<b>(7 794)</b>
	<b>81 900</b>	<b>128 328 \$</b>

## REVENUS

### PROGRAMMES RÉGULIERS

Cotisations	81 990	81 736 \$
Subvention du ministère du Patrimoine canadien	219 119	240 236
Contribution 118725 Canada Inc.	2 641	-
Autres	17 749	13 926
Abonnements à l'agence de Presse	9 933	10 728
Honoraires de gestion	42 600	37 000
	<b>374 032</b>	<b>383 626 \$</b>

## DÉPENSES

### PROGRAMMES RÉGULIERS

Salaires et avantages sociaux	161 229	134 173 \$
Loyer	19 679	27 799
Téléphone	23 543	15 318
Frais de bureau	17 769	18 343
Location d'équipement	13 412	11 286
Assurances	2 565	735
Frais de réunions - conseil d'administration	12 726	17 617
Frais de réunions - assemblée annuelle	24 551	29 342
Frais de représentation et voyages	14 656	15 822
Honoraires professionnels	35 584	25 556
Associations	5 525	5 870
Intérêts et frais bancaires	1 077	370
Matériel et équipement	2 444	5 956
Accréditation des journaux	14 871	12 752
Divers	5 186	3 645
	<b>354 817</b>	<b>324 584 \$</b>

## REVENUS

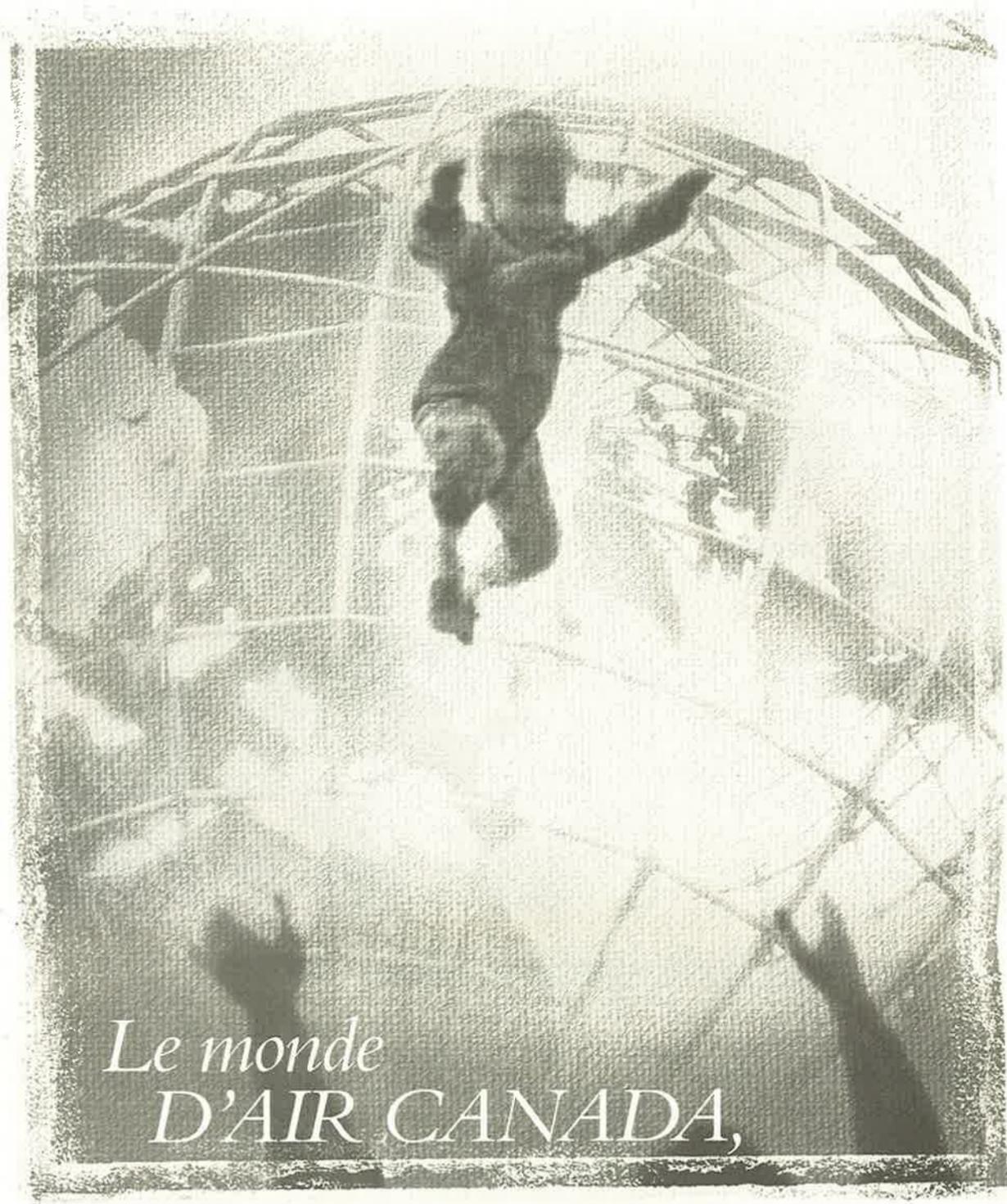
### PROJETS SPÉCIAUX

Subvention - Ambassade de France	7 448	2 552 \$
Contributions des éditeurs	10 535	-
Jeunesse Canada au travail	14 490	-
Subvention du ministère du Patrimoine canadien	42 274	93 687
Subvention du Secrétariat aux affaires intergouvernementales canadiennes	3 335	6 343
Vente de publicité	69 890	-
	<b>147 972</b>	<b>102 582 \$</b>

## DÉPENSES

### PROJETS SPÉCIAUX

Achat de publicité - encartage	20 835	6 343
Salaires et avantages sociaux	21 776	47 610
Honoraires professionnels	67 819	52 696
Impression et transport	48 482	-
Matériel et équipement	7 660	4 774 \$
	<b>166 572</b>	<b>111 423 \$</b>



*Le monde*  
**D'AIR CANADA,**

*c'est énormément*  
**DE MONDE.**

*Notre monde est immensément grand. Grand comme plus de 575 destinations à travers le monde. Et c'est avec tous nos partenaires que nous pouvons ainsi sillonner le globe. Voir plus grand, repousser les frontières. Air Canada, toujours meilleure, toujours plus efficace. Voici la vision du monde qui nous habite totalement, et c'est la nôtre.*

**AIR CANADA**

