



AVOIR LE
COURAGE
DE NOS
CONVICTIONS

RAPPORT ANNUEL

2018-2019

Table des matières

- 3 Mot du président
- 4 Conseil d'administration
- 5 Le Consortium des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire
- 8 Cinq journaux membres de plus à l'APF
- 9 *Plan d'action pour les langues officielles 2018-2023*
- 13 Communications
- 14 Présence numérique
- 16 Résultats financiers de l'APF
- 17 Congrès annuel et assemblée générale annuelle de 2018
- 21 CanadaLocal.media
- 22 Francopresse
- 28 Journaux membres de l'APF



Vision

L'APF est reconnue comme la voix officielle de la presse écrite et électronique franco-canadienne. Progressiste et incontournable, l'APF a une influence, un leadership et des services à l'avant-garde de l'industrie et contribue significativement à l'essor de ses publications membres.

Mission

L'APF a pour mission de rassembler, appuyer et représenter ses journaux membres afin d'assurer leur vitalité et leur pérennité, contribuant ainsi au développement et au rayonnement des populations francophones et acadienne du Canada.

Valeurs

Dans la réalisation de leur mission, l'APF et ses membres préconisent les valeurs suivantes :

- la créativité et l'innovation
- la coopération et le partage
- l'efficacité
- le leadership engagé

SECRÉTARIAT NATIONAL

Linda Lauzon,
directrice générale

David Pilon,
coordonnateur administratif

Mélodie Dubé,
attachée de direction

Myrka Petiote,
adjoind administrative

Julia Blonda,
agente de communications

FRANCOPRESSE

Andréanne Joly,
coordonnatrice

Samuel Gosselin-Bélanger,
stagiaire

APPUIS EXTERNES

Stéphane Belmadani,
gestionnaire de projets,
Natiotech

Chantal Lalonde,
graphiste, Chantal Lalonde
Design

Martine Leroux,
traductrice et réviseure,
SMART Communication

Mélanie Tremblay,
conseillère en
communications
stratégiques, Stunik Médias

Mot du président



Nous sommes tous des lecteurs, des citoyens, des membres d'une communauté. Nous lisons les journaux, nous désirons être informés. En fait, nous désirons être bien informés. Nous sommes éditeurs, directeurs, journalistes et nous avons la conviction de pouvoir offrir de l'information locale fiable et de qualité. C'est pour cette raison que nous exerçons nos métiers avec rigueur et conviction. Pourtant, jour après jour, nous travaillons dans un contexte économique toujours aussi précaire qui demande de la souplesse, de la créativité et un engagement inébranlable.

Au cours de l'exercice 2018-2019, l'Association de la presse francophone (APF) a plus que jamais été le fier porte-étendard d'un réseau de médias communautaires déterminés à continuer de servir l'intérêt public et la démocratie au sein de leurs collectivités respectives.

L'APF a poursuivi ses efforts de consolidation de la place des médias communautaires en situation minoritaire auprès du gouvernement fédéral. Il s'agit d'un travail de longue haleine mené en collaboration avec nos nombreux partenaires dans un paysage politique en transformation constante.

Forts des mesures à l'intention des médias communautaires en situation minoritaire prévues dans le *Plan d'action pour les langues officielles 2018-2023*, nous avons établi un cadre de travail collaboratif avec le gouvernement et nos partenaires médiatiques.

Nous avons fait entendre notre voix dans le processus de modernisation de la *Loi sur les langues officielles*. Nous y avons vu une occasion d'ancrer le développement et l'épanouissement des collectivités de langues officielles en situation minoritaire par

l'entremise de leurs médias communautaires. Nous avons déposé des mémoires, été présents à plusieurs tables et comités et participé à de multiples rencontres avec des élus et représentants gouvernementaux clés.

L'APF a même trouvé le temps d'accueillir de nouveaux membres, d'aller solliciter de nouveaux partenaires et de livrer des projets structurants pour nos membres et notre secteur.

L'APF est maintenant un acteur incontournable et un leader reconnu et respecté du secteur des médias communautaires en situation linguistique minoritaire.

Nous accomplissons tout ce travail avec l'appui de nos partenaires clés pour que les citoyens, membres de nos collectivités, puissent continuer à se lire, à se voir et à s'entendre dans nos médias.

Les années qui viennent ne seront pas sans défis. Mais, armée de son nouveau plan stratégique et appuyée par des partenaires engagés, je suis convaincu que l'APF saura maintenir le cap afin de permettre le développement collectif de ses membres et du secteur des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire.

Alors, nous poursuivrons notre lancée tout en demeurant aussi convaincus que convaincants!

Le président,

Francis Sonier

Conseil d'administration 2018-2019

Une équipe résolue qui multiplie les efforts pour défendre les intérêts des membres



Francis Sonier

Président

L'APF s'est affirmée de façon encore plus marquée cette année auprès de différentes instances. En plus d'avoir présenté des mémoires aux comités parlementaires et sénatoriaux des langues officielles, l'APF a entretenu des liens constants avec notamment les hauts fonctionnaires responsables du tourisme, des langues officielles et de la francophonie à Patrimoine canadien, avec ceux de Services publics et Approvisionnement Canada et avec ceux d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada.

L'APF a aussi joué un rôle clair dans les différents programmes annoncés pour appuyer les journaux de langue officielle en situation minoritaire. Les efforts des dernières années ont mené à la mise sur pied de nouveaux programmes fédéraux.

Au cours de la dernière année, en collaboration avec nos partenaires du Consortium des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire, nous avons contribué à orienter la mise en œuvre de ces programmes gouvernementaux.

Nous avons aujourd'hui le devoir de poursuivre sur cette lancée afin que ces nouvelles sources de financement soient le mieux adaptées possible aux besoins actuels et futurs des journaux membres de l'APF.



Janine Saulnier

Vice-présidente

« Il faut savoir ce que l'on veut. Quand on le sait, il faut avoir le courage de le dire; quand on le dit, il faut avoir le courage de le faire. » – Georges Clémenceau

L'APF, fidèle à sa mission, rassemble, appuie et représente ses journaux membres afin de veiller à leur vitalité et à leur pérennité, ce qui contribue au développement et rayonnement des populations francophones et acadienne du Canada.

Le démarchage politique a continué d'être un dossier prioritaire, qui a été très mouvementé et exigeant et qui a apporté certains résultats. Cependant, comme c'est toujours le cas en situation minoritaire, le travail est loin d'être terminé.

Le processus d'ébauche du prochain plan stratégique a été mené à terme. L'adoption du nouveau plan à l'assemblée annuelle déterminera « ce que l'on veut » pour les quatre prochaines années.

Mon deuxième mandat à l'APF arrive à sa fin. Merci de votre confiance et bon succès au prochain conseil d'administration qui devra « avoir le courage de le dire et le faire ».



Julien Cayouette

Secrétaire-trésorier

Au cours des dernières années, l'APF a fait des progrès remarquables. D'association oubliée par le gouvernement il y a quelques années, nous sommes maintenant à la barre d'un front commun des médias en milieu minoritaire qui a réussi à faire comprendre certains enjeux aux députés et aux fonctionnaires.

Ce bond extraordinaire démontre que le travail effectué par l'APF et le Consortium des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire a eu des effets positifs et des résultats tangibles. Nous avons pu mener plusieurs discussions et faire avancer nos projets. En d'autres termes, nous avons réussi à faire valoir nos idées et nous continuons à travailler en ce sens.

Par contre, malgré des annonces à première vue positives, le gouvernement fédéral semble s'entêter à nous mettre des bâtons dans les roues avec des règles qui empêchent nos journaux d'être sur un pied d'égalité avec les journaux de la majorité.

Les résultats sont là, mais, comme ils ne sont pas entièrement à la hauteur des attentes, nous continuerons de rappeler au gouvernement qu'il ne remplit pas ses obligations.



Odette Bussière

Administratrice

Pour œuvrer en milieu minoritaire comme le fait l'APF, tout le travail effectué jour après jour ne peut être guidé que par des convictions profondes et une croyance inébranlable envers les communautés francophones « a mari usque ad mare ».

C'est le courage du quotidien qui fait que les journaux membres, aussi différents soient-ils, se rassemblent et se ressemblent! Ainsi propulsée par le « COURAGE », l'APF s'assure de bien représenter ses membres auprès des instances gouvernementales. Ce travail s'avère plus complexe qu'il n'y paraît, mais petit à petit, l'APF a réussi à faire son nid!

L'APF appuie sans réserve ses journaux membres. Elle en est le reflet, ce qui sous-entend qu'elle se doit d'avoir le courage de ses convictions. Il faut toutefois être réaliste et reconnaître que le travail incommensurable réalisé par le bureau national au cours de la dernière année, et mené de main de maître par la direction générale, va au-delà du courage et des convictions... Chapeau à l'équipe et au réseau de la presse francophone canadienne, solidaires dans une même cause!



Maxence Jaillet

Administrateur

L'APF a cru bon de miser sur son réseau, ce qui s'est avéré positif. Ainsi, l'APF grandit grâce à ses membres et aux partages stimulés par ce regroupement.

Toutefois, une représentation nationale comporte beaucoup de défis quand il s'agit de refléter les différentes couleurs de tout un réseau. Dans la dernière année, l'APF a pourtant su se positionner pour faire avancer des dossiers clés et structurer pour les médias communautaires. En plus de toutes ces avancées, l'intégrité de nos nouvelles reste l'un des plus beaux témoignages du dynamisme des communautés francophones et francophiles que l'on informe.

Ces communautés demeurent le deux-points de chacune de nos phrases : elles annoncent l'explication et introduisent la compréhension de notre société.

L'APF évolue mais reste fidèle à ses valeurs, qui incluent la créativité, la coopération et le leadership.

Le Consortium des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire



Multiples prises de position

L'APF et ses partenaires du Consortium ont fait valoir leur position devant plusieurs instances en 2018-2019.

Le 22 mai 2018

Faits saillants du suivi du témoignage du Consortium des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire le 21 mars 2018 devant le Comité permanent des langues officielles lors des travaux d'examen des programmes d'appui aux médias des communautés de langue officielle en situation minoritaire

Le mercredi 21 mars 2018, des représentants du Consortium des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire ont témoigné devant le Comité permanent des langues officielles lors des travaux d'examen des programmes d'appui aux médias des communautés de langue officielle en situation minoritaire.

Le 22 mai 2018, le Consortium a exhorté les membres du comité à adopter la motion suivante demeurée en suspens le 21 mars 2018 :

« Que le Comité recommande que Patrimoine canadien mette sur pied un fonds d'urgence d'une valeur de 2 \$ M destiné aux médias des communautés de langue officielle en situation minoritaire qui soit administré par un comité *ad hoc* composé de l'Association de la presse francophone, l'Alliance des radios communautaires du Canada, et le Quebec Community Newspapers Association.»

Le Consortium a rappelé :

1. l'urgence de la situation dans laquelle se retrouvent les médias communautaires de langue officielle en situation minoritaire, situation qui se détériore depuis plus de 10 ans
2. l'incidence des refus répétés des différentes instances gouvernementales aux demandes de collaboration du secteur des médias communautaires de langue officielle en situation minoritaire afin de déterminer et de mettre en œuvre des mesures correctives
3. les grandes lignes du plan d'action harmonisé interministériel préconisé par le Consortium
4. la nécessité d'avoir accès à des fonds d'urgence permettant de stabiliser la situation des médias communautaires de langue officielle en situation minoritaire avant le 30 juin.

Le 30 mai 2018

Faits saillants du mémoire au Comité sénatorial permanent des transports et des communications à l'occasion de ses travaux d'étude sur la déductibilité de publicités sur Internet

Appui aux recommandations incluses dans l'étude « *Colmatons la brèche! La déductibilité de la publicité sur internet* »

L'étude « *Colmatons la brèche!* » publiée par Les Amis de la radiodiffusion canadienne en mars 2018 illustre clairement un problème grave, celui de la disparition des médias locaux, en lien direct avec les pertes de revenus publicitaires. « Les revenus de publicité des journaux canadiens ont touché leur apogée à 2,66 milliards de dollars en 2005, puis ils ont dégringolé jusqu'à ce jour pour atteindre moins de 1,3 milliard. »

Le Consortium est d'accord avec le raisonnement de base de l'étude voulant que la perte de revenus publicitaires ait contribué à la crise médiatique nationale actuelle. Il estime que le gouvernement fédéral devrait cesser de privilégier toujours davantage l'utilisation d'Internet comme média publicitaire pour joindre la population au lieu d'outils plus traditionnels, tels les journaux et les radios communautaires.

SOMMAIRE DES RECOMMANDATIONS DU CONSORTIUM

Le Consortium est d'avis qu'en plus de colmater la brèche fiscale, les instances gouvernementales doivent envisager d'investir de manière stratégique dans les médias communautaires en situation minoritaire vu leur caractère unique ainsi que les besoins des communautés de langue officielle dans leur ensemble. De manière concrète, le Consortium recommande au gouvernement fédéral les solutions à court terme suivantes :

1. placer 5 % des publicités gouvernementales dans les médias communautaires en situation minoritaire¹
2. investir de manière stratégique, par l'entremise d'organismes nationaux représentant les médias communautaires en situation minoritaire, dans des projets spéciaux structurants de diffusion dans les médias communautaires qui permettront de réinjecter des fonds d'urgence directement dans tous les médias communautaires
3. explorer la possibilité de créer un crédit d'impôt remboursable pour la production d'information originale quotidienne, tel que le recommande le rapport *L'avenir de la presse écrite et de l'information au Québec – Hypothèses de financement* publié par MCE Conseils (voir pages 28 et 29)².

1 Il y a actuellement plus de 2 millions de francophones et anglophones en situation minoritaire au Canada, ce qui équivaut à 5,5 % de la population du pays. Le Consortium revendique une enveloppe publicitaire permanente de 2 millions de dollars, ce qui équivaut à environ 5 % de l'enveloppe publicitaire de Services publics et Approvisionnement Canada, qui s'élève à environ 40 millions de dollars par année.

2 MEC Conseils, « *L'avenir de la presse écrite et de l'information au Québec – Hypothèses de financement* », mai 2016. En ligne : https://www.csn.qc.ca/wp-content/uploads/2016/06/Rapport_financement-medias_juin-2016.pdf.

Le 28 juin 2018

Extraits du mémoire du Consortium au Comité sénatorial permanent des langues officielles, à l'occasion des travaux d'étude sur la perspective des Canadiens et des Canadiennes au sujet de la modernisation de la *Loi sur les langues officielles*

Pour une *Loi sur les langues officielles* qui appuie – et non pas qui ignore, voire mine – le développement des médias communautaires des communautés de langue officielle en situation minoritaire

La *Loi sur les langues officielles* n'offre pas l'encadrement juridique nécessaire pour assurer le développement des médias communautaires, malgré l'importance fondamentale de ces derniers dans l'aménagement linguistique au Canada. Il y a lieu de souligner que la plupart des défis auxquels les médias communautaires sont confrontés sont apparus **après** l'adoption de la *Loi sur les langues officielles* en 1969 et après sa révision en 1988.

Le Consortium a formulé trois recommandations pour modifier la *Loi sur les langues officielles* :

1. inscrire dans la *Loi sur les langues officielles* l'obligation d'adopter un plan d'action pour les langues officielles en vue d'assurer le développement des médias communautaires et, par conséquent, des communautés qu'ils desservent
2. moderniser les articles 11 et 30 de la *Loi sur les langues officielles*, lesquels portent sur la publication d'avis et d'annonces et sur le mode de communication du gouvernement fédéral
3. moderniser l'architecture de mise en œuvre de la *Loi sur les langues officielles* pour exiger une véritable concertation interministérielle.

Le 8 novembre 2018

Extraits de la lettre au président du Conseil du Trésor en réaction à la réponse du gouvernement au onzième rapport du Comité permanent des langues officielles, intitulé « Les médias à l'ère numérique : arrimer les nouvelles tendances aux responsabilités fédérales envers les communautés de langue officielle en situation minoritaire », 16 octobre 2018

« Le Consortium a pris connaissance de la réponse de votre gouvernement et est déçu de n'y trouver aucune mention d'une volonté de modifier la *Politique sur les communications et l'image de marque* ou d'émettre une directive qui obligerait l'Agence de coordination du Canada d'acheter des placements publicitaires dans les médias traditionnels et numériques desservant les communautés de langue officielle en situation minoritaire dans le cadre de campagnes publicitaires nationales. »

Mars 2019

Extraits des réactions du Consortium au rapport de suivi du Commissaire aux langues officielles à la suite de son rapport final d'enquête de juin 2017 sur l'incidence de l'augmentation de l'utilisation des médias numériques sur les journaux et les radios des communautés de langue officielle en situation minoritaire³

PATRIMOINE CANADIEN

Le Consortium a confirmé que, depuis le dépôt du rapport d'enquête en juin 2017, un cadre de collaboration soutenue a été mis en place et maintenu avec Patrimoine canadien ainsi qu'avec la Direction générale des langues officielles (DGLO) à la suite du remaniement ministériel de juillet 2018, surtout dans l'optique de la mise en œuvre des mesures prévues au *Plan d'action pour les langues officielles 2018-2023*.

Les membres du Consortium ont déploré l'absence de consultation préalable pour l'élaboration de nouveaux programmes et la modernisation de programmes existants.

Le Consortium a rappelé l'importance d'établir un plan d'action interministériel harmonisé qui permettrait aux ministères et organismes du gouvernement fédéral ayant des responsabilités conformément à la partie VII de la *Loi sur les langues officielles* d'avoir une approche équilibrée et concertée pour appuyer les médias communautaires de langue officielle en situation minoritaire.

SERVICES PUBLICS ET APPROVISIONNEMENT CANADA (SPAC)

Les membres du Consortium ont déploré l'inaction et les voltefaces de SPAC depuis plusieurs années qui a des responsabilités inhérentes dans l'affectation des enveloppes budgétaires pour la publicité.

Le Consortium est d'avis que la plupart des mesures positives énoncées par SPAC dans le rapport de suivi n'ont eu aucune incidence concrète ou retombées positives sur le secteur.

Tout comme plusieurs programmes de Patrimoine canadien, les membres du Consortium n'ont pas été mis au courant des initiatives menées par SPAC et n'ont pas été consultés de façon systématique comme le prévoit la *Loi sur les langues officielles*.

Le Consortium a encore dénoncé l'invalidité du sondage commandé par SPAC à l'automne 2016, immédiatement après le dépôt du rapport préliminaire d'enquête du Commissaire aux langues officielles dans ce même dossier. Les résultats de ce sondage ont mené au rapport *Habitudes médiatiques des Canadiens en situation de minorité linguistique* livré à l'automne 2017.

Le Consortium a préconisé la création d'une enveloppe budgétaire distincte dédiée aux médias communautaires de langue officielle en situation minoritaire à même le montant global alloué pour la publicité du gouvernement fédéral. Cette enveloppe pourrait être équivalente à la proportion de Canadiennes et Canadiens vivant dans une communauté linguistique minoritaire.

³ La commissaire aux langues officielles par intérim avait conclu que les plaintes reçues, au nombre de 53, étaient fondées et avait formulé trois recommandations relativement à la mise en œuvre de la partie VII de la *Loi sur les langues officielles*. Les institutions visées par ces recommandations sont Services publics et Approvisionnement Canada ainsi que Patrimoine canadien.

Cinq journaux membres de plus à l'APF

En 2018-2019, l'APF a accueilli cinq publications dans ses rangs et compte maintenant un total de 23 journaux membres répartis dans huit provinces et trois territoires.

Les journaux qui se sont joints à l'APF cette année sont :



LE SAINT-JEANNOIS
qui sert la francophonie de Saint-Jean et des environs au Nouveau-Brunswick



LE REFLET-THE NEWS
qui sert la communauté francophone dans la région d'Embrun (Ontario) et une partie du comté de Russell



VISION
qui sert la ville de Clarence-Rockland (Ontario) et les municipalités environnantes



LE CARILLON
de Hawkesbury qui sert la francophonie du comté de Prescott (Ontario)



LA PRESSE COMMUNAUTAIRE,
le tout nouveau journal de la région de Kapuskasing (Ontario)

Plan d'action pour les langues officielles 2018-2023

14,5 millions de dollars sur 5 ans pour appuyer les médias communautaires

L'exercice 2018-2019 a marqué la première année des mesures d'appui aux médias communautaires prévues par le *Plan d'action pour les langues officielles 2018-2023* annoncé en mars 2018 par la ministre du Patrimoine canadien, Mélanie Joly.

Quatre-vingt-dix-sept radios et journaux communautaires de langue officielle en situation minoritaire figurent sur la liste des médias communautaires admissibles à un appui financier provenant des deux enveloppes budgétaires prévues par le plan, soit :

- **10 millions de dollars – Fonds d'appoint (d'urgence) et Fonds d'appui stratégique aux médias communautaires**
- **4,5 millions de dollars – Financement de stages de 12 mois dans les médias communautaires**

Sous le leadership de l'Association de la presse francophone (APF), le Consortium des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire (formé de l'APF, de l'Alliance des radios communautaires du Canada, de la Quebec Community Newspapers Association et du English-Language Arts Network) agit comme interlocuteur auprès du gouvernement fédéral à toutes les étapes de mise en œuvre des mesures d'appui aux médias communautaires prévues par le *Plan d'action*.

Avril et mai 2018

- Les membres du Consortium entament une série de rencontres de travail avec les représentants de la Direction générale des langues officielles (DGLO) afin de déterminer les paramètres préliminaires qui mèneront à l'affectation des deux enveloppes budgétaires du *Plan d'action*.
- La DGLO informe le Consortium que la Fédération de la jeunesse canadienne-française (FJCF), en tant qu'organisme de prestation du programme Jeunesse Canada au travail, appuiera le Consortium pour assurer la mise en œuvre accélérée du programme de stages.
- La DGLO informe le Consortium que le gouvernement a consenti qu'une partie de l'enveloppe de 10 \$ M prévue au *Plan d'action* permettra l'attribution de fonds d'urgence pour certains médias qui risquent de fermer leurs portes avant la fin de 2018-2019 s'ils n'obtiennent pas d'appui.
- Les paramètres d'admissibilité pour recevoir ces fonds d'urgence sont établis.



Le président de l'APF, Francis Sonier, prend la parole lors de l'annonce officielle des mesures d'appui aux médias communautaires prévues dans le *Plan d'action pour les langues officielles 2018-2023*, en présence de l'honorable Mélanie Joly, de plusieurs autres députés fédéraux et de ses collègues du Consortium.

Juin à août 2018

- Le Consortium travaille en étroite collaboration avec la FJCF pour mettre sur pied un programme accéléré de stages de 12 mois et amorcer les démarches de demande de financement des médias souhaitant accueillir un stagiaire.
- Le Consortium reçoit les demandes de 15 médias communautaires qui risquent de fermer leurs portes.
- Le Consortium dépose une demande de financement à la DGLO afin de soutenir :
 - la mise en œuvre d'un processus de « design thinking » en quatre étapes qui mènera à la création d'un programme de financement pour soutenir des projets stratégiques sous le Fonds d'appui stratégique aux médias communautaires
 - le versement de fonds d'urgence à 15 médias communautaires pour atteindre certains objectifs précis.

Septembre à décembre 2018

- La ministre Joly annonce le financement accordé au Consortium pour la première année du *Plan d'action* pour les stages, les fonds d'urgence et les trois premières étapes de la démarche de « design thinking ».
- Le Consortium poursuit sa collaboration avec la FJCF dans le cadre du programme accéléré de stages de 12 mois et fournit en parallèle un appui ciblé et soutenu à plusieurs médias.
- Le Consortium verse les fonds d'urgence aux 15 médias communautaires ciblés.
- Le Consortium amorce la planification de la démarche de « design thinking ».

Janvier à mars 2019

- Des représentants du secteur des médias communautaires et de ministères et organismes gouvernementaux ciblés participent à un « design jam » en janvier.
- Le rapport final du processus de « design thinking » présentant le cadre stratégique du Fonds d'appui stratégique aux médias communautaires est soumis à la DGLO en mars.
- Le Consortium poursuit sa collaboration avec la FJCF dans le cadre du programme accéléré de stages de 12 mois et fournit en parallèle un appui ciblé et soutenu à plusieurs médias.
- La DGLO confie la gestion du Fonds d'appui stratégique aux médias communautaires au Consortium, sous le leadership de l'APF.

PROCHAINES ÉTAPES

Fort du rapport issu du processus de « design thinking », le Consortium entamera en 2019-2020 l'élaboration d'un programme simplifié qui mènera à l'attribution de la première enveloppe de 3 millions de dollars par l'entremise de projets structurants.

Bien que la gestion de ce programme relèvera du Consortium, il y aura une méthode d'évaluation indépendante des demandes de projets soumis par les médias communautaires.

Les mesures d'appui aux médias communautaires du Plan d'action en chiffres pour 2018-2019

STAGES JEUNESSE CANADA AU TRAVAIL DE 12 MOIS

- Approbation de 48 stages
- Utilisation de l'équivalent de 2,1 M \$ de l'enveloppe totale de 4,5 M \$

FONDS D'URGENCE

- Attribution d'un total de 630 000 \$ de fonds d'urgence à 15 médias communautaires (6 journaux et 9 radios)

PROCESSUS COMPLET DE « DESIGN THINKING »

- Dépense de 131 000 \$ (ce qui comprend le mandat de la firme de consultation et la participation des représentants au « design jam »)

Le Consortium tient à remercier sincèrement France Fortier et Michel Costisella de la DGLO pour leur appui indéfectible et leurs conseils en 2018-2019, ainsi que Josée Vaillancourt et Pierre-Luc Lanteigne de la FJCF pour leur grande disponibilité, leur souplesse et leur sensibilité aux réalités du secteur des médias communautaires de langue officielle en situation minoritaire.

Un processus de « design thinking » pour établir des balises

Élaboration du cadre stratégique du Fonds d'appui stratégique PAR, AVEC et POUR les médias communautaires de langue officielle en situation minoritaire

Le Consortium, en consultation avec la DGLO, a retenu les services de Kimiya Project Lab pour mener un exercice de réflexion conceptuelle visant à recueillir des données en vue de recommander un mode de conception et de fonctionnement du Fonds d'appui stratégique aux médias communautaires.

La déclaration contenue dans le *Plan d'action* pour les langues officielles et les discussions avec des représentants de Patrimoine canadien ont permis de définir les paramètres préliminaires suivants pour la création et la portée du Fonds :

- la conception du Fonds doit correspondre aux réalités et besoins du secteur des médias communautaires de langue officielle en situation minoritaire et des utilisateurs de ces médias;
- bien que le Fonds n'ait pas pour but de financer le fonctionnement des médias communautaires, il doit servir à des projets qui contribuent à la pérennité générale du secteur;
- le Fonds doit se concentrer sur des initiatives ou projets qui nécessitent l'injection de capitaux à court terme et qui donnent un retour sur investissement rapide.

« design thinking »

Participants au « design jam » – janvier 2019

Tout l'exercice de « design jam » n'aurait pu avoir lieu sans la représentation du secteur des médias communautaires de langue officielle en situation minoritaire et celle des ministères et organismes gouvernementaux qui y ont participé.



REPRÉSENTANTS DU SECTEUR DES MÉDIAS COMMUNAUTAIRES

Steve Bonspiel,

Quebec Community Newspapers Association et *The Eastern Door* (Kahnawake, Québec)

François Carrier,

CHIP FM (Pontiac, Québec)

Claude Chabot,

Alliance des radios communautaires du Canada, CKGN FM et *La presse communautaire* (Kapuskasing, Ontario)

François Côté,

Alliance des radios communautaires du Canada

Simon Forgues,

Alliance des radios communautaires du Canada

Lorette Gallibois,

CJAS 93.5 FM (Saint-Augustin, Québec)

Sophie Gaulin,

La Liberté (Manitoba)

Sylvie Goneau,

Quebec Community Newspapers Association

Maxence Jaillet,

Radio Taïga CIVR et *L'Aiglon* (Yellowknife, Territoires du Nord-Ouest)

Marie-France Kenny,

L'Eau vive (Saskatchewan)

Linda Lauzon,

Association de la presse francophone

Janice Letemplier,

CFBS (Blanc-Sablon, Québec)

Hugh Maynard,

English Language Arts Network et Qu'Anglo

Sharon McCully,

The Record (Sherbrooke, Québec)

Lily Ryan,

Aylmer Bulletin (Aylmer, Québec)

Francis Sonier,

Association de la presse francophone et *Acadie Nouvelle* (Nouveau-Brunswick)

Véronique Soucy,

Unique FM (Ottawa, Ontario)

REPRÉSENTANTS GOUVERNEMENTAUX

Catherine Bergeron,

Politiques et recherche, Commissariat aux langues officielles

Harold Boies,

Politique et programmes de l'édition des périodiques, Patrimoine canadien

Sarah Boily,

Direction générale des langues officielles, Patrimoine canadien

Michel Costisella,

Direction générale des langues officielles, Patrimoine canadien

France Fortier,

Direction générale des langues officielles, Patrimoine canadien

Linda Garand,

Secteur de la politique stratégique, Innovation, Sciences et Développement économique Canada

Julie Paquette,

Direction générale des ressources humaines, Services publics et Approvisionnement Canada

« design jam »

Communications

Activités de l'année

En 2018-2019, dans l'optique de mettre en valeur le travail de ses journaux membres, l'APF a nourri la discussion dans les médias sociaux sur le rôle des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire à une époque où la désinformation rampante impose une grande vigilance.

En route vers canadainformations.media

La force de l'image

Le marqueur rouge, icône de positionnement, met l'accent sur l'ancrage local de la nouvelle.

Les arcs bleus représentent les flux RSS qui alimentent la passerelle d'information.



Les couleurs rouge et bleu sont le symbole du partenariat entre *Francopresse*, service de nouvelles de l'APF, et les journaux de la Quebec Community Newspapers Association (QCNA).

Atteindre les lecteurs

Le lancement public de CanadaLocal.media se déroulera sur plusieurs semaines sur les diverses plateformes numériques de l'APF. Afin de joindre les mordus d'actualités, là où ils se trouvent, l'équipe des communications de l'APF a travaillé en collaboration avec l'équipe de gestion de CanadaLocal.media pour mettre en place un réseau de partenaires qui participera au rayonnement de la passerelle auprès des publics cibles partout au pays.

Semaine nationale des journaux

À l'occasion de la Semaine nationale des journaux, du 1^{er} au 7 octobre 2018, le président de l'APF a publié une déclaration afin de sensibiliser le public à l'importance de la presse écrite pour une saine démocratie et au rôle particulier des journaux de langue officielle minoritaire au sein de leur collectivité.



Anniversaire de la Charte

Cette année, l'APF a célébré le premier anniversaire de la *Charte de la presse écrite de langue française en situation minoritaire au Canada*. La charte définit des lignes directrices qui encadrent le travail journalistique des membres de l'APF et de *Francopresse*. Elle a été conçue pour veiller à ce que ces derniers puissent jouer leur rôle auprès des populations francophones en situation minoritaire au Canada, sans pour autant faire fi de leurs responsabilités d'organes de presse à part entière. La charte contribue puissamment à assurer de l'information digne de confiance de la part de tous les journaux membres de l'APF et de *Francopresse*.



Fier membre de l'APF

Le logo « Fier membre de l'APF » figure maintenant dans tous les journaux membres. Cette stratégie découle du plus récent plan de communication de l'APF. Ce logo signifie que l'APF est non seulement un partenaire des journaux, mais que ceux-ci font partie d'un collectif. Le logo symbolise également l'unité et la fierté d'appartenance à l'APF.



FIER
MEMBRE

Présence numérique

L'APF dans l'ère du temps

Des abonnés plus engagés que jamais!



L'APF a continué de commanditer certaines publications et a également lancé une campagne de promotion de ses journaux membres sur Facebook. Cette année, l'APF a connu ses plus grands succès sur les réseaux sociaux avec des publications dont le contenu est naturellement lié à sa mission et ses valeurs. Elle a atteint près de 44 000 utilisateurs et suscité plus de 1 500 réactions, commentaires et partages avec la publication « Comment repérer des "fake news" » de la *International Federation of Library Associations and Institutions*.



Politique d'utilisation des réseaux sociaux

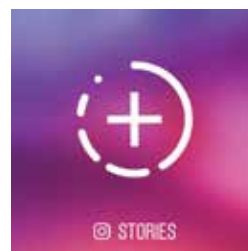
Afin d'encourager les échanges respectueux et de qualité sur ses plateformes de réseaux sociaux, l'APF a adopté, en décembre 2018, une politique d'utilisation des réseaux sociaux destinée à tous ses lecteurs et abonnés.



Photo publiée le 2 novembre 2018, quelques jours après le passage de Denise Bombardier à Tout le monde en parle.

Nos Stories

Cette année, afin de resserrer encore davantage ses liens avec ses abonnés dans les médias sociaux, l'APF a commencé à publier des *stories* sur Facebook et Instagram. Les *stories* sont des publications qui sont disponibles pendant 24 heures après leur parution. L'APF s'en sert pour donner un aperçu de ses nouveaux billets à ses abonnés et pour publier rapidement une photo ou une vidéo lors d'un événement. Les *stories* permettent aussi de créer des sondages et des questionnaires pour recueillir les avis des abonnées de façon rapide et efficace.



Nouveau site Web de l'APF

L'APF a lancé son tout nouveau site Web en septembre 2018. Maintenant propulsé par WordPress, le site a une allure modernisée et comprend plusieurs nouvelles fonctionnalités.

Pour donner une visibilité accrue aux journaux membres de l'APF, le site comporte une page de profil pour chacun d'entre eux. Cette page contient des renseignements tels que le format du journal, son tirage ainsi que les liens vers son site Web et ses médias sociaux.

Toujours plus populaire!

Grâce à diverses stratégies de communication numérique, le nombre d'abonnés aux plateformes numériques de l'APF est en constante croissance! Lors de la dernière année, l'APF a acquis près de 1 000 abonnés sur Facebook et plus de 300 sur Twitter, ce qui porte leur nombre total à plus de 3 000 et 2 275 respectivement. L'APF a aussi un compte Instagram maintenant, qui attire déjà plus de 180 abonnés.

CROISSANCE DES ABONNEMENTS

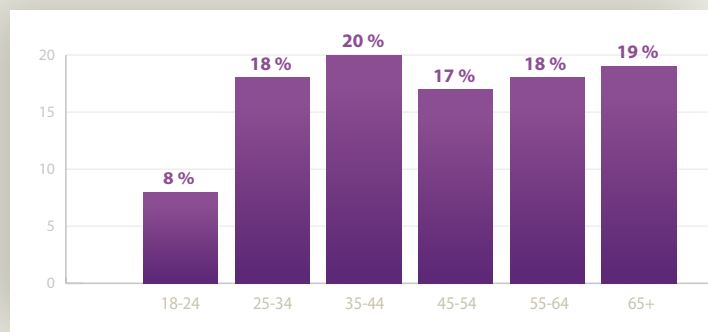
	31 mars 2018	31 mars 2019
	1 952 abonnés 263 publications	2 855 abonnés 323 publications
	1 960 abonnés 121 publications	2 265 abonnés 177 publications
	[Création du compte le 18 mai 2018]	181 abonnés 45 publications

Qui sont nos abonnés?

ÂGE

3,87 k

Utilisateurs uniques



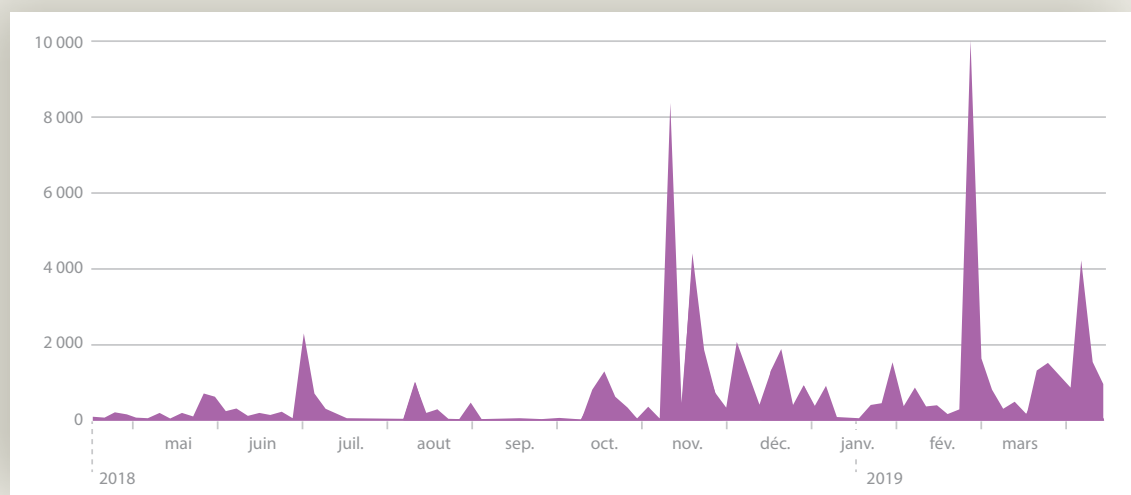
SEXE

38,7 %
(1.50 k)
Homme

57,9 %
(2,24 k)
Femme



PORTÉE DES PUBLICATIONS



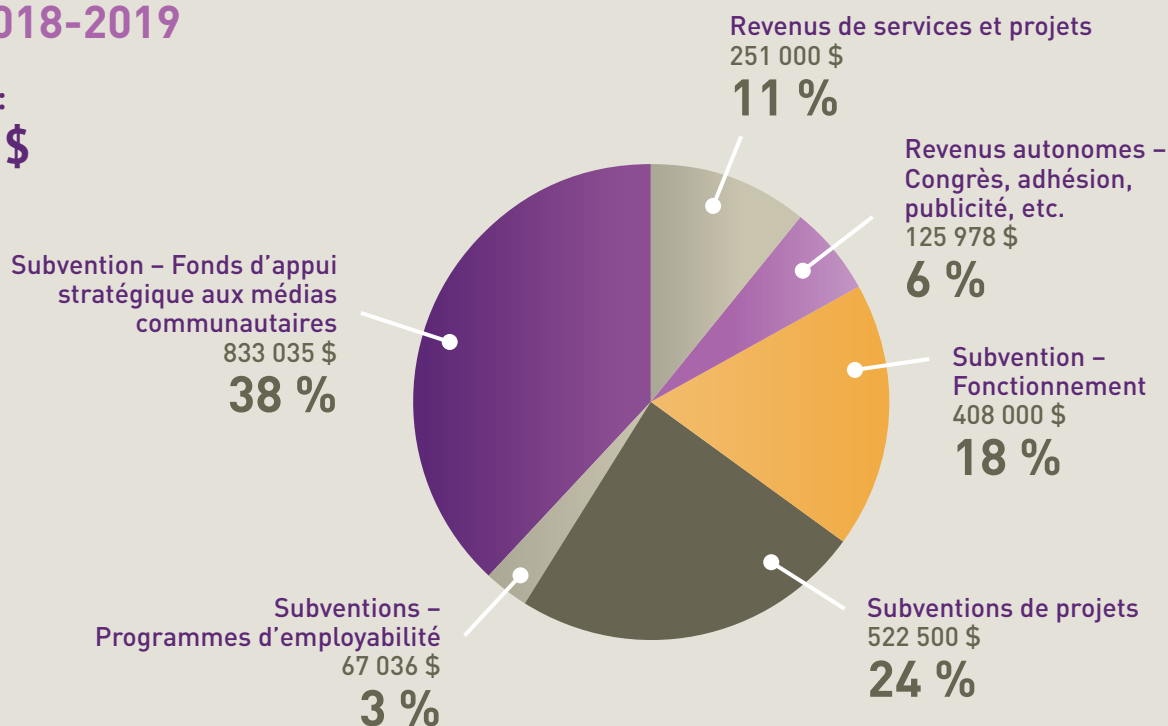
Résultats financiers de l'APF

Des alliances stratégiques mutuellement bénéfiques

Le portrait financier de l'APF pour l'exercice financier 2018-2019 a permis de consolider plusieurs partenariats stratégiques. L'APF a d'autant plus assuré son leadership pour mener à bien plusieurs initiatives importantes pour le secteur des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire.

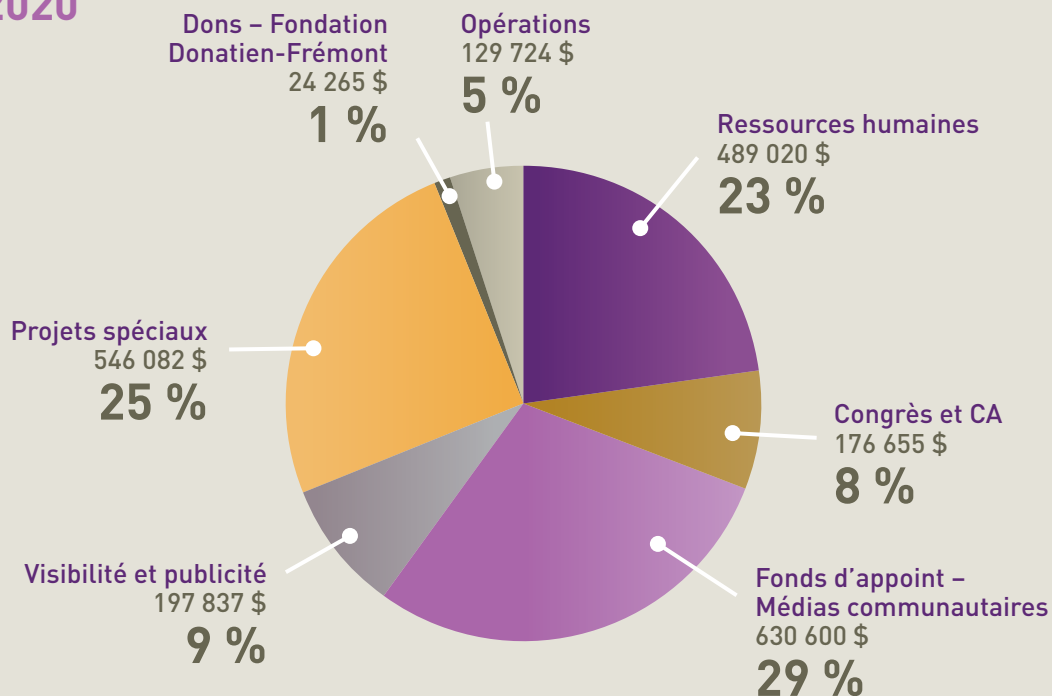
Revenus 2018-2019

Revenus totaux :
2 207 549 \$



Dépenses 2019-2020

Dépenses totales :
2 194 183 \$



Congrès annuel et assemblée générale annuelle de 2018

Du 14 au 16 juin 2018, l'APF a tenu son congrès national annuel à Sudbury (Ontario), à l'occasion des célébrations du 50^e anniversaire du journal de l'endroit, *Le Voyageur*.

Le cocktail d'ouverture de l'évènement, était animé par par Éric Robitaille d'ICI Radio-Canada – Ontario, avec une prestation toute spéciale de la poète officielle de la Ville du Grand Sudbury (Ontario), Chloé LaDuchesse. L'APF en a profité pour souligner l'anniversaire du *Voyageur* de Sudbury, mais aussi les 90 ans du journal *Le Franco* en Alberta.

La journée du vendredi 15 juin a été consacrée en partie aux échanges. Le tout a commencé par une séance de franc dialogue sous la forme d'une longue table animée par Mélanie Tremblay et Denis J. Bertrand de l'agence La Marmite. L'activité intitulée *Est-ce qu'on peut se dire les vraies affaires* se voulait une suite à l'entrée en vigueur de la *Charte de la presse écrite de langue française en situation minoritaire au Canada* à l'automne 2017. Dans cet esprit, l'APF et ses partenaires médiatiques ont tenu une discussion avec des intervenants de la communauté franco-canadienne sur les rôles et responsabilités des médias communautaires.

La suite de la journée a fait place à la jeunesse. Trois représentantes d'organismes jeunesse ont pris part à un talkshow, qui avait pour thème *La Place des jeunes dans le monde de l'information*, animé par Étienne Fortin-Gauthier de la plateforme numérique ONfr. Les invitées étaient Camille Sigouin de Fédération de la jeunesse franco-ontarienne (FESFO), Sue Duguay de la Fédération de la jeunesse canadienne-française (FJCF) et Astrid Fournier du Regroupement étudiant franco-ontarien (RÉFO). Par la suite, les membres de l'APF ont fait une visite historique guidée du centre-ville de Sudbury, animée par Marc Despaties, spécialiste de l'histoire du centre-ville de Sudbury. Le long du parcours, des jeunes de 15 à 25 ans ont parlé de leurs habitudes de consommation de l'information.

Ensuite, les membres de l'APF et de la communauté se sont réunis au bar *Little Montreal* pour un spectacle de l'auteur-compositeur-interprète Dayv Poulin, connu sous le nom du Paysagiste, accompagné sur scène d'une brochette de musiciens francophones du Nord de l'Ontario.



Hélène Lequitte, Julien Cayouette et Francis Sonier au cocktail 2018.
Crédit photo : Léo Duquette.

Le conseil d'administration de 2018-2019

Deux postes au conseil d'administration de l'APF étaient à pourvoir lors de l'assemblée annuelle de 2018. La tenue d'élections a permis de reconduire Julien Cayouette du journal *Le Voyageur* de Sudbury (Ontario) pour un nouveau mandat et d'élire Odette Bussière du *Goût de vivre* de Penetanguishene (Ontario) pour succéder à Hélène Lequitte du *Franco* (Alberta). Les mandats de Thibaut Rondel de *L'Aurore boréale* du Yukon, de Francis Sonier de *l'Acadie Nouvelle* du Nouveau-Brunswick et de Janine Saulnier du *Courrier de la Nouvelle-Écosse* au conseil d'administration n'arrivaient pas à échéance. Au cours de l'exercice, Maxence Jaillet de *L'Aiglon* des Territoires du Nord-Ouest a été appelé à terminer le mandat de Thibaut Rondel, qui a quitté ses fonctions à *L'Aurore boréale*.



Membres du conseil d'administration 2018-2019 (g. à d.) : Maxence Jaillet, Francis Sonier (président), Janine Saulnier (vice-présidente), Odette Bussière et Julien Cayouette (secrétaire-trésorier).
Crédit photo : Mélanie Tremblay.



prix d'excellence
de la presse francophone
2018

Le samedi 16 juin 2018

Hôtel Radisson Sudbury (Ontario)

La fête et le rire étaient au rendez-vous de l'édition de 2018 de l'Anti-Gala des Prix d'excellence de la presse francophone. Des saynètes humoristiques, des vidéos, des farces et des entrevues parodiques ont servi de cadre à l'évènement qui vise à souligner l'excellence du travail des journalistes de la presse francophone en milieu minoritaire au Canada. Des trophées ont été remis aux lauréats des Prix d'excellence, tandis que les finalistes ont reçu un tablier de cuisine avec le logo du thème de la soirée, *Lâchez pas la patate*.

L'Anti-Gala a été précédé d'un cocktail d'ouverture animé par les célèbres Monsieur et Madame Patate, interprétés par les comédiens sudburois Denys Tremblay et France Huot. Près de 200 personnes ont assisté à la soirée animée par l'humoriste Mathieu Pichette et ses fameux personnages, dont le « politicien de carrière » Paul Etychen et l'illustre « journaliste-enquêteur » Pierre-Paul Paquet.

Au cours de la soirée, le journal *Le Voyageur* a décerné le prestigieux prix Pionnier à son fondateur, Émile Guy, et à son propriétaire de 1998 à 2011, Réjean Grenier, deux acteurs importants dans l'histoire de la publication.



Le journal *L'Express*, lauréat du Journal de l'année. De g. à d. : Mathieu Pichette, animateur de la soirée, Denys Tremblay, également à l'animation et interprète de Monsieur Patate, Richard Tardif, ancien directeur général de la Quebec Community Newspapers Association, François Côté, directeur général de l'Alliance des radios communautaires du Canada, François Bergeron, rédacteur en chef de *L'Express*, Sophie Gaulin, directrice générale et rédactrice en chef de *La Liberté*, Pierre-Paul Noreau, directeur général du *Droit*, et France Huot, à l'animation et interprète de Madame Patate. Crédit photo : Mélanie Tremblay.



Lauréats de 2018 : Devant (g. à d.) : Sophie Gaulin (*La Liberté*), Andréanne Joly (*Le Voyageur*), Liette Landry (*Acadie Nouvelle*), Hélène Lequitte (*Le Franco*), Kim d'Alessio (*Le Franco*), Marcia Enman (*La Voix acadienne*), Réjean Grenier (*Le Voyageur*). Derrière (g. à d.) : Maxence Jaillet (*L'Aquilon*), Pierre-Paul Noreau (*Le Droit*), Émile Guy (*Le Voyageur*), François Bergeron (*L'Express*), Julien Cayouette (*Le Voyageur*), Thibaut Rondel (*L'Aurore boréale*) et Éric Mazaré (*L'Express*). Crédit photo : Mélanie Tremblay.



Andréanne Joly (*Le Voyageur*) en compagnie de Julien Cayouette (*Le Voyageur*) et de Maxence Jaillet (*L'Aquilon*), gagnants ex aequo de la catégorie du meilleur article d'actualité de l'année. Crédit photo : Mélanie Tremblay.

PALMARÈS DES PRIX D'EXCELLENCE DE LA PRESSE FRANCOPHONE DE 2018

JOURNAL DE L'ANNÉE

L'EXPRESS (ONTARIO)

FINALISTES

La Liberté (Manitoba)
Le Droit (Ontario)

PRIX D'EXCELLENCE GÉNÉRALE ANTIDOTE QUALITÉ DU FRANÇAIS

L'AUREORE BORÉALE (YUKON)

FINALISTES

L'Express (Ontario)
La Liberté (Manitoba)

PRIX D'EXCELLENCE GÉNÉRALE QUALITÉ GRAPHIQUE DU JOURNAL

LE FRANCO (ALBERTA)

FINALISTES

L'Express (Ontario)
L'Orléanais (Ontario)

PRIX D'EXCELLENCE GÉNÉRALE RÉDACTION JOURNALISTIQUE

LE DROIT (ONTARIO)

FINALISTES

Acadie Nouvelle (Nouveau-Brunswick)
L'Express (Ontario)

ARTICLE COMMUNAUTAIRE DE L'ANNÉE

AGRICOM (ONTARIO)

FINALISTES

L'Eau vive (Saskatchewan)
La Voix acadienne (Île-du-Prince-Édouard)

MEILLEURE ANNONCE FABRIQUÉE MAISON

ACADIE NOUVELLE (NOUVEAU-BRUNSWICK)

FINALISTES

Le Gaboteur (Terre-Neuve-et-Labrador)
Le Voyageur (Ontario)

PHOTOGRAPHIE DE L'ANNÉE

L'AUREORE BORÉALE (YUKON)

FINALISTES

L'Aquilon (Territoires du Nord-Ouest)
La Liberté (Manitoba)
Le Droit (Ontario)

LA UNE DE L'ANNÉE

LA LIBERTÉ (MANITOBA)

FINALISTES

L'Aurore boréale (Yukon)
Le Franco (Alberta)

MEILLEUR CAHIER SPÉCIAL

LA VOIX ACADIENNE (ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD)

FINALISTES

Acadie Nouvelle (Nouveau-Brunswick)
L'Orléanais (Ontario)
Le Voyageur (Ontario)

MEILLEUR ARTICLE EN ARTS ET CULTURE

L'AUREORE BORÉALE (YUKON)

FINALISTES

La Liberté (Manitoba)
Le Franco (Alberta)

ÉDITORIAL DE L'ANNÉE

LE FRANCO (ALBERTA)

FINALISTES

L'Aurore boréale (Yukon)
La Liberté (Manitoba)

MEILLEUR ARTICLE D'ACTUALITÉ

EX ÆQUO :
L'AQUILON (TERRITOIRES DU NORD-OUEST) ET
LE VOYAGEUR (ONTARIO)

FINALISTES

Acadie Nouvelle (Nouveau-Brunswick)
La Liberté (Manitoba)

MEILLEUR PROJET SPÉCIAL

LA VOIX ACADIENNE (ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD)

FINALISTES

Le Courrier de la Nouvelle-Écosse (Nouvelle-Écosse)
Le Droit (Ontario)
Le Gaboteur (Terre-Neuve-et-Labrador)

MEILLEURE PRÉSENCE NUMÉRIQUE

L'EXPRESS (ONTARIO)

FINALISTES

Acadie Nouvelle (Nouveau-Brunswick)
La Liberté (Manitoba)

MEMBRES DU JURY DES PRIX D'EXCELLENCE DE 2018



Suzanne Benoit

Retraitée – Ancienne directrice générale / Coalition ontarienne de formation des adultes



Étienne Fortin-Gauthier

Journaliste et animateur / #ONfr



Philippe Orfali

Journaliste économique / Journal de Montréal



Denis J. Bertrand

Chargé de cours au programme d'Études journalistiques / Université de Sudbury



Yvan Noé Girouard

Directeur général / Association des médias écrits communautaires du Québec



Carl Poirier

Directeur créatif / Cayenne Creative



Lucile Caron

Traductrice-révisoire à la retraite



Mireille Groleau

Agente de liaison / Commissariat aux langues officielles



Frédéric Projean

Journaliste / ICI Radio-Canada Première (CBON)



François Carrier

Directeur général / CHIP 101,9 (Pontiac)



René Hardy

Ancien reporter / Radio-Canada-Ottawa



Guylaine Scherer

Agente des communications / Conseil scolaire public du Nord-Est de l'Ontario



Bernard Charlebois

Professeur contractuel / Collège La Cité
Consultant en marketing et communication



Samy Khalid

Héraut d'armes / Autorité héraldique du Canada



Paryse St-Pierre

Vice-présidente marketing / Réseau des Femmes d'affaires du Québec



Émilie Delattre

Gestionnaire communication-marketing / Conseil des écoles publiques de l'Est de l'Ontario



Chantal Lalonde

Designer graphique / Chantal Lalonde Design



Mélanie Tremblay

Journaliste, animatrice-réalisatrice / Stunik Médias



Serge Fleyfel

Président-directeur / FCW Media



Michelle Landry

Professeure de sociologie / Campus de Shippagan de l'Université de Moncton



René Tshibula

Directeur général / ALTA TV



Simon Forgues

Agent en développement et communications / Alliance des radios communautaires du Canada



Martine Leroux

Gestionnaire fondatrice / SMART Communication



Benjamin Vachet

Reporter national / #ONfr

CanadaLocal.media, une passerelle nationale d'informations locales, est en ligne depuis le printemps 2019. D'ici son lancement officiel à l'automne 2019, la passerelle continuera d'évoluer pour offrir une couverture d'informations locales, provenant d'une cinquantaine de médias en situation linguistique minoritaire, de nouvelles fonctionnalités ainsi qu'une expérience personnalisable pour ses utilisateurs. Il s'agit d'un outil crucial pour les journaux de l'APF et de la Quebec Community Newspapers Association (QCNA) qui leur permettra d'accroître leurs revenus publicitaires et leur visibilité.

Fonctionnalités



Rassembler

Le contenu des journaux membres de l'APF et de QCNA sont automatiquement rassemblés dans la passerelle.



Explorer

La population peut consulter l'information :

- par catégorie (arts et cultures, sports, etc.)
- par région
- par média



Diffuser

la population est informée en continu; le contenu de CanadaLocal.media est automatiquement diffusé sur ses plateformes de médias sociaux et dans des infolettres distribuées par courriel.



Personnaliser

les utilisateurs pourront personnaliser leur expérience et leur fil de nouvelles dans CanadaLocal.media en se connectant à l'aide de leur compte Facebook ou Google.

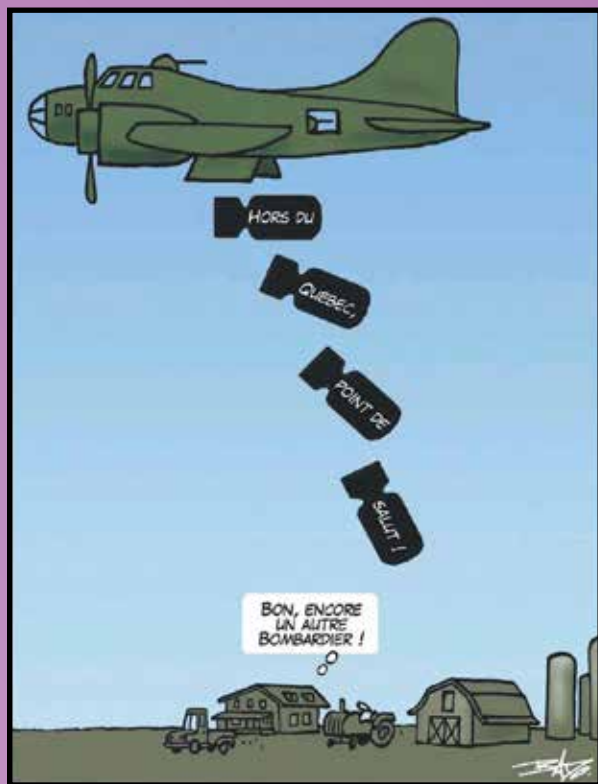
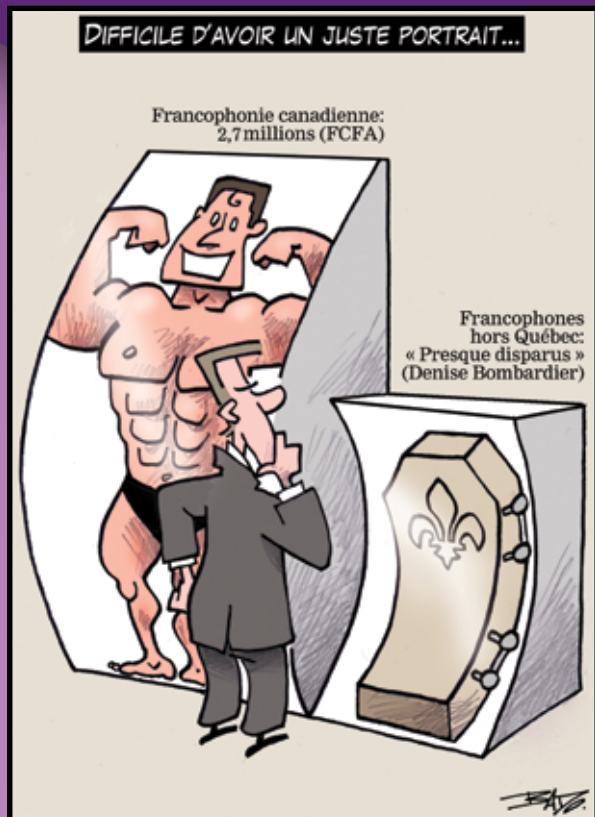
Nouveaux sites web (phase 1)

Ce projet de transformation numérique a également permis à six membres de l'APF de se doter d'un nouveau site Web propulsé par la plateforme Omerlo, qui aide les médias locaux à faire la transition vers le numérique :

<i>L'Aurore boréale</i>	auroreboreale.ca	Yukon
<i>Le Courrier de la Nouvelle-Écosse</i>	lecourrier.com	Nouvelle-Écosse
<i>Le Reflet</i>	editionsap.com	Ontario
<i>Le Carillon</i>	editionsap.com	Ontario
<i>Vision</i>	editionsap.com	Ontario
<i>Le Voyageur</i>	lavoixdunord.ca	Ontario

Grâce à leur nouveau site Web, les membres de l'APF disposent d'outils de pointe pour publier du contenu et présenter leurs nouvelles rapidement et de façon moderne.

D'autres membres qui souhaitent avoir un nouveau site Web sur la plateforme Omerlo pourront en bénéficier dans les prochaines phases de développement.



Bilan de Francopresse

L'année de l'opinion

L'année 2018-2019 a été marquée par quelques coups durs portés à la francophonie canadienne. Notamment, la francophonie a été témoin de la montée d'un parti antibilinguisme au Nouveau-Brunswick, a encaissé les propos de Denise Bombardier sur le plateau de l'émission de grande écoute *Tout le monde en parle* et a assisté aux compressions du gouvernement ontarien visant l'Université de l'Ontario français et le Commissariat aux services en français. À cela se sont ajoutés le dossier des ambulanciers bilingues et l'annulation des Jeux de la Francophonie au Nouveau-Brunswick.

Toutes ces situations ont eu d'importantes répercussions sur l'échange de contenu. Les hebdomadaires ont produit près de 50 articles sur ces sujets et *Francopresse*, une quinzaine. C'est sans compter le contenu d'opinion : près de 40 caricatures, chroniques et lettres ont été diffusés et ont suscité un intérêt indéniable, en particulier dans les réseaux sociaux. En fait, cinq des 20 contenus les plus consultés dans le site de *Francopresse* en 2018-2019 ont trait à ces événements.

- APOGÉE -

LAURENCE GAGNON / 613.706.4373

4 MOIS DE LOCATION GRATUITS*

460

A LOUER, SUITES LUXUEUSES

A partir de 1 300 \$/mois*

jusqu'à 3 100 \$/mois*

*Régie d'arrangement sans peine. Possibilité d'un long terme.

BRIGIL

FRANCOPHONIE CANADIENNE

brigil.com

OTTAWA-GATINEAU | 84 PAGES | 100^e ANNÉE | N° 208

Facebook Twitter YouTube leDroit.com

CAHIER DES ARTS

TOURNAI DE HOCKEY AU PAYS DES TUQUES

KARLSSON VEUT «SAVOIRER LE MOMENT»

PAGES 34-35

EDITION WEEK-END DU SAMEDI 1^{er} DÉCEMBRE 2018

DE NOUVELLES TRADITIONS POUR NOËL

PAGES 14-15

leDroit

CAHIER SPÉCIAL À L'INTÉRIEUR

+ GRATTON

Lutter d'une seule voix

+ DUQUETTE

Denise Bombardier a tort

+ ÉDITORIAL

Solitaire dans la résistance!

LE JOUR DE LA RÉSISTANCE

Cette journée historique regroupera des milliers de supporters de la francophonie ontarienne dans une quarantaine de manifestations.

Une offre record depuis 2008

+ 350
articles

du service de
nouvelles

En cours d'année, la production de *Francopresse* a atteint un sommet sur le plan du volume de production d'articles d'actualité et de société, de caricatures et de chroniques depuis 2007-2008. Cette offre a été bonifiée par une participation soutenue des journaux membres de l'APF, qui ont fait circuler plus de 350 articles dans le réseau. Grâce à leur contribution, *Francopresse* peut offrir une vitrine sans pareille sur la réalité des francophones et francophiles du Canada, mais aussi aux membres de l'APF.

Un portrait du lectorat

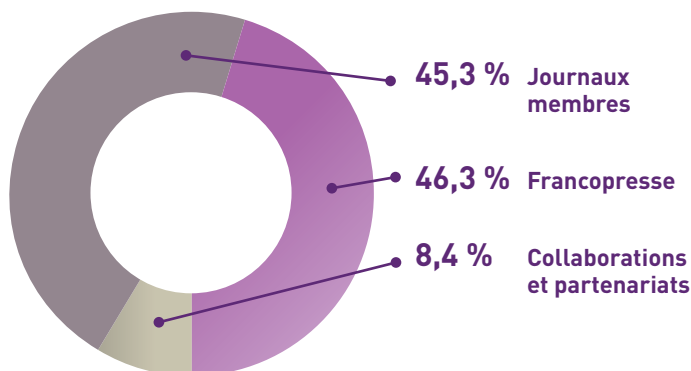
Les données montrent que le nombre de lecteurs est passé de 40 000 à 70 000 par rapport à l'exercice précédent et que le nombre de pages vues dépasse les 100 000.

Plus des trois quarts des lecteurs proviennent de l'Ontario et du Québec. Suivent le Nouveau-Brunswick, l'Alberta et la Colombie-Britannique. Ils sont surtout du Canada, mais aussi de la France et des États-Unis. Ils sont en majorité âgés de 25 à 54 ans, mais près du tiers ont plus de 55 ans. Les 18 à 24 ans, eux, sont peu nombreux au rendez-vous; ils ne représentent que 7 % du lectorat.

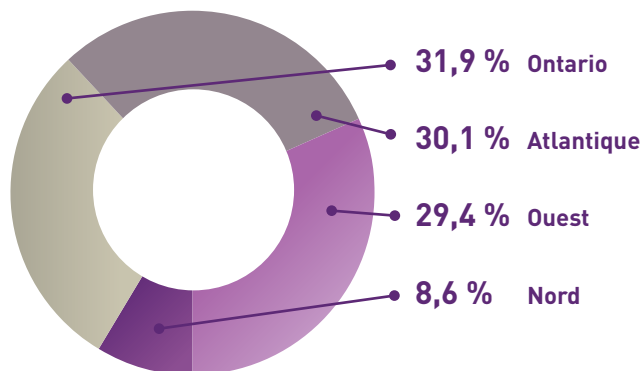
Toujours selon les statistiques compilées à partir des plateformes de *Francopresse*, un plus grand nombre de visiteurs ont déclaré que l'anglais est leur langue d'usage : la proportion est de 51 %, contre 47 % pour le français.

Relevons que la page Facebook de *Francopresse* a gagné 2 000 abonnés au cours de l'année.

SOURCES DES CONTENUS



PROVENANCE DES ARTICLES



PORTRAIT DU LECTORAT

	2017-2018	2018-2019
Lecteurs	40 000	70 000
Nombre de pages vues	54 320	100 000

Parlez-moi de moi!

Que lisent les lecteurs? Sur francopresse.ca, les textes d'opinion sont populaires, mais aussi les articles sur la langue française et la vie quotidienne des francophones bilingues.

Les habitudes ne sont pas les mêmes chez les journaux membres. Selon les données compilées tout au long de l'année, ces derniers préfèrent reprendre les articles qui portent sur... les journaux! Ils privilégient aussi des sujets comme le programme de contestation judiciaire, la *Loi sur les langues officielles*, et les enjeux de société, comme la réalité des francophones du pays, la place réservée aux Noirs au Canada et le suicide.

Commentaires sur les réseaux sociaux

« Excellent article qui en dit long sur les langues officielles et la Francophonie au Canada. Bravo monsieur Réjean Paulin! »

« Un média additionnel qui commente et analyse la francophonie à travers le pays est une excellente nouvelle. »

« La langue française en Amérique du Nord a besoin de toute la visibilité possible. En espérant que la qualité et la rigueur journalistique primera sur le sensationnalisme. Bravo! »

« Voilà une des clés pour développer et maintenir l'identité canadienne-française d'un océan à l'autre. »



Le Palmarès : un produit qui s'impose

L'un des objectifs de *Francopresse* étant de créer des ponts d'une communauté francophone à l'autre au pays, il est logique de faire connaître les instigateurs de changement et des acteurs qui font rayonner la francophonie et les communautés. Ainsi, pour une quatrième année consécutive, *Francopresse* a présenté un palmarès des personnalités influentes de la francophonie canadienne.

Tout au long de l'année, *Francopresse* épluche les journaux membres de l'APF, prend des notes, puis les consulte afin d'identifier des personnes qui ont été des agents de progrès. Puis, un jury de journalistes issus des publications membres de l'APF détermine quelles personnalités ont été les plus influentes, dans leur région ou pour l'ensemble du pays.

Début 2019, le palmarès a donné lieu à la publication d'articles dans les journaux membres et à une série de 11 entrevues sur les ondes de 10 stations régionales de la radio de Radio-Canada, sans compter les entrevues accordées par les personnalités influentes elles-mêmes. Une belle vitrine pour les personnalités des quatre coins du pays et une belle vitrine pour *Francopresse* et le réseau de l'APF.

Partenariats : jeunesse, politique, démocratie...

En 2018-2019, le service *Francopresse* a été appelé à produire des articles dans le cadre de partenariats ponctuels conclus par l'APF. *Francopresse* a diffusé des lettres d'opinion en provenance du Sénat et, dans le plein respect de son indépendance journalistique, produit des articles sur les Rendez-vous de la Francophonie et des initiatives de la Fédération de la jeunesse canadienne-française, et a participé à la création de contenu pour le Projet Démocratie.

Organisé par la chaîne CPAC, le Projet Démocratie « propose des contenus stimulants et des points de vue inédits sur la démocratie et les enjeux qui façonneront les prochaines élections fédérales ». En apparaissant aux côtés de joueurs de calibre comme le magazine *The Walrus* et la chaîne APTN, *Francopresse* confirme son rôle incontournable sur la scène médiatique canadienne. Au 31 mars 2019, *Francopresse* avait déjà publié du contenu sur projetdemocratie.org, qui bascule vers francopresse.ca et le fera encore d'ici la fin du projet, à l'automne 2019.

Trente ans pour *Francopresse*

L'ère de l'instantanéité et de l'infonuagique fait parfois oublier la réalité des artisans des premières heures du service de nouvelles de l'APF, lancé en 1988!

Tout le matériel fourni par *Francopresse* (bandes dessinées et chroniques, cahiers spéciaux et suppléments) était autrefois diffusé par télécopieur, sur CD-ROM et réseau internet, avant de l'être par courriel et dans un nuage...

En cette 30^e année d'existence, à l'heure où les nouvelles circulent à la vitesse de l'éclair, *Francopresse* s'est concentré sur la production de contenus en continu et sur la mise en place de guides de fonctionnement.

Profitons de l'occasion pour souligner qu'en 2018, *Le Franco* de l'Alberta a célébré son 90^e anniversaire et *Le Voyageur*, du Nord ontarien, son 50^e anniversaire.

Financement agricole Canada : les trésors de la ruralité

Au cours de 2018, *Francopresse* a publié une série de douze articles sur les trésors de la ruralité au Canada grâce au soutien financier du fonds Expression de Financement agricole Canada.

Avec la participation de dix journaux et de pigistes, *Francopresse* et les journaux membres de l'APF ont pu diffuser, en novembre et décembre, des articles traitant de différents aspects de la ruralité : recours à des travailleurs étrangers, phénomène du *fly-in, fly-out*, amour du Nord et des grands espaces, savoir-faire agricole... Chaque texte était accompagné de photos de haute qualité mettant aussi en valeur la ruralité.

La qualité du travail et l'immensité du thème feront que l'expérience sera renouvelée en 2019-2020.

Soulignons que le bailleur de fonds n'avait pas de droit de regard sur les sujets abordés et sur les

contenus proposés : *Francopresse* a eu les coudées franches, et avait comme seuls paramètres le thème, «les trésors de la ruralité au Canada», et l'obligation de couvrir la francophonie canadienne d'un océan à l'autre à l'autre.



Tiré de la série *Ruralité au Canada. Mutation du modèle de distribution agricole : Disparition des élévateurs à grains, sentinelles des Prairies*. Crédit : Jean-Pierre Picard.

Les artisans de Francopresse

L'ÉQUIPE



Andréanne Joly, coordonnatrice de *Francopresse*

Depuis 20 ans, Andréanne Joly a été journaliste, rédactrice en chef, chroniqueuse et conceptrice-rédactrice dans une variété de médias : à la radio communautaire, dans la presse écrite indépendante, pour des magazines, à la radio publique et pour le web. La francophonie est au cœur de ses activités professionnelles. Elle assure la coordination de *Francopresse* depuis juin 2016.



Mélodie Dubé, adjointe à la coordination

Mélodie Dubé s'est jointe à l'équipe *Francopresse* en octobre 2018. Elle assure notamment la présence du service de nouvelles sur les différentes plateformes numériques. Elle a développé ses compétences en marketing par le biais de sa propre entreprise. Cette Québécoise d'origine a profité aussi d'une solide expérience en administration et en ventes.

COLLABORATEURS RÉGULIERS



Guy Badeaux, caricaturiste

Guy Badeaux (Bado) est caricaturiste au quotidien *Le Droit* à Ottawa depuis 1981 et chez *Francopresse* depuis 2016. Fin observateur de l'actualité québécoise, canadienne et internationale, il a été lauréat du Concours canadien de journalisme dans la catégorie « dessin éditorial » en 1991 et finaliste en 2016. Depuis 2002, il préside le jury du Concours de dessin éditorial du Comité canadien de la liberté de la presse à Ottawa. Il a également été rédacteur en chef des 22 premières éditions de *Portfolio : The Year's Best Canadian Editorial Cartoons*.



Jean-Pierre Dubé, collaborateur affaires francophones

Jean-Pierre Dubé est journaliste et auteur d'une dizaine de publications : pièces de théâtre, romans, recueil de nouvelles et essai historique. Il a débuté sa carrière comme reporter à Radio-Canada (Manitoba) avant d'occuper divers postes, pendant dix ans au journal, *La Liberté* : journaliste, éditorialiste et rédacteur en chef. Il a également œuvré à la Commission nationale des parents francophones. Depuis 2013, il est pigiste au service de nouvelles de *Francopresse*.



Mireille E. LeBlanc, journaliste

La diversité et la flexibilité du journalisme à la pige ont séduit Mireille LeBlanc dès ses premiers articles. L'être humain derrière les manchettes l'a toujours fascinée et elle adore découvrir la passion qui motive les gens qu'elle rencontre. Elle s'est lancée dans cette aventure il y a plus de 20 ans et ses textes ont paru dans diverses publications telles que *l'Acadie Nouvelle*, le magazine *Progrès* pour lequel elle a agi comme rédactrice en chef pendant 10 ans et, plus récemment, *Francopresse*.



André Magny, journaliste

André Magny est collaborateur régulier de *Francopresse* depuis la fin de 2015. Ancien rédacteur au *Droit* et au *Soleil*, pigiste pour divers médias de langue française d'ici et de l'Hexagone, son travail de journaliste nourrit son amour pour le fait français. Il a aussi travaillé au Centre de la francophonie des Amériques. Comme enseignant de français, il partage sa passion pour la langue de Gilles Vigneault et de Gabrielle Roy avec de nouveaux arrivants.



Réjean Paulin, chroniqueur

Observateur de la francophonie au Canada et dans le monde, Réjean Paulin a vécu en France, en Acadie, au Québec, en Ontario et dans l'Ouest canadien. Il collabore avec *Francopresse* depuis août 2015. Il a été en poste à Radio-Canada Saskatchewan et à Radio-Canada Atlantique avant de devenir journaliste indépendant sur la Colline parlementaire à Ottawa. Il a été collaborateur à Radio-Canada, Radio-Canada international, Radio Vatican et à la Radio Suisse romande avant de se consacrer à l'enseignement du journalisme au collège La Cité à Ottawa.



Lucas Pilleri, journaliste

Un échange étudiant a mené Lucas Pilleri en Alberta alors qu'il complétait un Master dans une école de commerce française. Il travaillait depuis 5 ans en marketing à Edmonton lorsque l'appel du journalisme s'est fait entendre. Il collabore avec *Le Franco* en Alberta et le journal ontarien *Agricom* et a été responsable des affectations pour *La Source*, à Vancouver. Pigiste chez *Francopresse* depuis l'hiver 2017, ce touche-à-tout a découvert au fil de son travail l'existence, le dynamisme et la diversité des minorités francophones au Canada.

COLLABORATEURS PONCTUELS



Samuel Gosselin-Bélanger

À 22 ans, Samuel Gosselin-Bélanger vient tout juste d'obtenir un baccalauréat conjoint de l'Université d'Ottawa et du collège La Cité en journalisme. Au cours du printemps et de l'été 2018, il a occupé un emploi d'été chez *Francopresse*. Il a notamment assuré la présence web lors du congrès 2018 de l'APF. À travers ses expériences professionnelles, Samuel estime qu'il a pu grandir et en apprendre davantage sur les composantes du métier de journaliste.



Nelly Guidici

Originaire de la France, Nelly Guidici s'est installée au Canada en 2005. Après avoir obtenu un Certificat en anthropologie de l'Université Laval de Québec, elle s'installe à Whitehorse, capitale du Yukon, en 2011. Elle débute une collaboration avec le journal *L'Aurore boréale* à l'été 2012 (collaboration qui se poursuit encore aujourd'hui), et se spécialise dans l'actualité des Premières Nations du territoire. Nelly écrit également pour le magazine québécois *Sans Frontières* qui propose une analyse de l'actualité internationale ainsi que pour *Francopresse*. Crédit photo : pedalemoinsvite.org

Aux quatre coins du pays



1

Aurore boréale

Fondé en 1983
Circulation : 2 000

2

L'Aiglon

Fondé en 1986
Circulation : 1 250

4

Le Franco

Fondé en 1928
Circulation : 2 500

5

L'Eau vive

Fondé en 1971
Circulation : 1 000

6

La Liberté

Fondé en 1913
Circulation : 6 000

9

La Presse communautaire

Fondé en 2018
Circulation : 5 700

7

Agricom

Fondé en 1983
Circulation : 1 930

8

Le Nord

Fondé en 1976
Circulation : 2 100

10

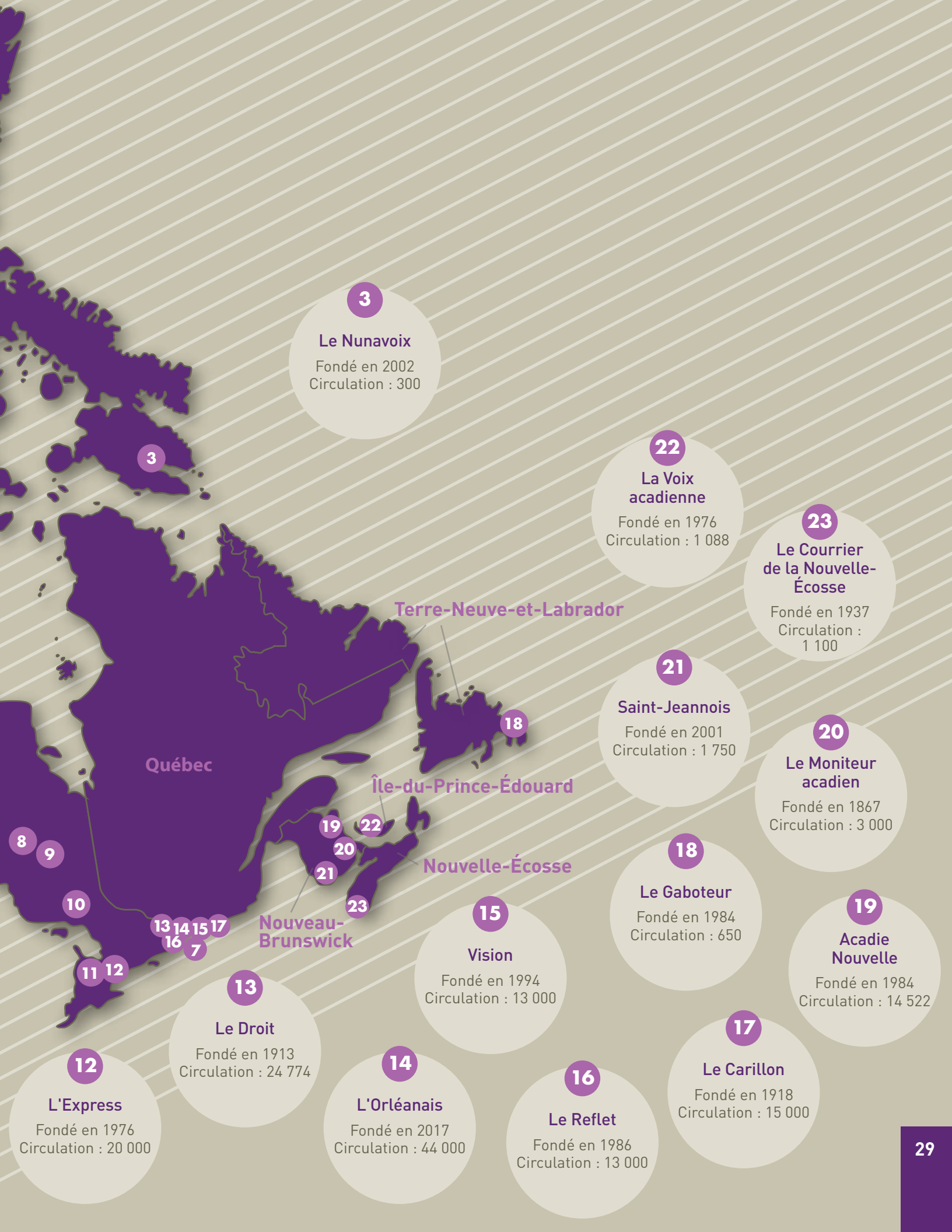
Le Voyageur

Fondé en 1968
Circulation : 13 000

11

Le Goût de vivre

Fondé en 1972
Circulation : 1 000



3

Le Nunavoix

Fondé en 2002
Circulation : 300

3

22

**La Voix
acadienne**

Fondé en 1976
Circulation : 1 088

23

**Le Courrier
de la Nouvelle-
Écosse**

Fondé en 1937
Circulation :
1 100

21

Saint-Jeanois

Fondé en 2001
Circulation : 1 750

20

**Le Moniteur
acadien**

Fondé en 1867
Circulation : 3 000

18

Le Gaboteur

Fondé en 1984
Circulation : 650

19

**Acadie
Nouvelle**

Fondé en 1984
Circulation : 14 522

17

Le Carillon

Fondé en 1918
Circulation : 15 000

16

Le Reflet

Fondé en 1986
Circulation : 13 000

15

Vision

Fondé en 1994
Circulation : 13 000

14

L'Orléanais

Fondé en 2017
Circulation : 44 000

13

Le Droit

Fondé en 1913
Circulation : 24 774

16

14

15

17

18

19

20

21

22

23

24

25

Québec

Terre-Neuve-et-Labrador

Île-du-Prince-Édouard

Nouvelle-Écosse

Nouveau-
Brunswick

12

L'Express

Fondé en 1976
Circulation : 20 000

Date de fondation : **1983**
Tirage : **2 000 exemplaires**
Fréquence de publication :
24 numéros par an
Nombre d'employés :
3 employés à temps partiel
Propriétaire : **Association
franco-yukonnaise**

Le Yukon en bref

Le Yukon attire de nombreux amateurs de plein air avec son paysage riche en rivières et montagnes. On y retrouve 4 510 personnes ayant une connaissance du français dont 1 630 ayant le français comme langue maternelle.

Sources : Recensement de 2011 de Statistique Canada et Fédération des communautés francophones et acadiennes.

Présence en ligne

f @auroreboreale.ca

t @l_auroreboreale

i @lauroreboreale

auroreboreale.ca



Préparation du lancement de la 36^e édition de la Yukon Quest, en février 2019, qui comptait 54 mushers et plusieurs centaines de chiens. Sur la photo, Denis Tremblay.

Liens de proximité

L'Aurore boréale est un journal très présent au sein de sa communauté. L'un de ses principaux objectifs est de faire briller celle-ci au maximum. Pour ce faire, le bimensuel met toujours de l'avant les bons coups des francophones du Yukon et offre même une tribune particulière aux jeunes.

Il n'est donc pas étonnant que les articles les plus marquants de 2018-2019 aient été ceux dans lesquels la collectivité était mise de l'avant. Par exemple, deux articles ont porté sur des participants francophones à la Yukon Quest, la course de chiens de traineau la plus difficile au monde. Le journal a d'ailleurs souligné la participation de deux jeunes francophones de 18 ans à cet évènement annuel.

Dans l'optique de répondre à la demande de son lectorat, le journal a repris la chronique des « Rapides du cheval blanc », un titre qui fait un clin d'œil au nom de la ville de Whitehorse. Très appréciée des lecteurs, cette chronique rapporte les petites nouvelles de la collectivité.

Perspectives d'avenir

L'équipe du journal s'affaire à un projet de baladodiffusion. En plus de servir d'outil pédagogique pour les élèves francophones du Yukon et pour les apprenants du français, le contenu mettra en vedette la collectivité.

Pour les prochaines années, les défis de *L'Aurore boréale* seront surtout d'ordre financier. L'équipe doit composer avec la baisse des revenus publicitaires et elle travaille d'arrachepied pour ne pas enregistrer un déficit cette année. Malgré cela, *L'Aurore boréale* souhaite continuer à être un élément clé de la francophonie yukonnaise au cours des prochaines années.



Photo de la une du 7 février 2019. Lori Tweddell arbore un grand sourire pour le départ de la Yukon Quest 300. Elle a franchi la ligne d'arrivée aux côtés de sa sœur jumelle, aux alentours de 1 h du matin, le lundi 4 février. Louve a terminé 8^e tandis que Lori était en 9^e place.



Prestation d'Étienne Girard du groupe MAJor-FUnK-and-the-EmploYment de Whitehorse au Yukon lors du Folk On The Rocks 2018 à Yellowknife aux T.-N.-O. Un festival incontournable de l'été téniois, pour lequel *L'Aquilon* met en valeur une dizaine d'artistes dans ses pages.

Des partenariats fructueux

Dans la dernière année, *L'Aquilon* a eu le plaisir d'être le journal francophone officiel des Jeux de la francophonie, qui se sont déroulés aux Territoires du Nord-Ouest, dans les communautés de Hay River et de Fort Smith.

L'hebdomadaire a également noué des partenariats avec des organismes importants pour le milieu de la francophonie du territoire. Par exemple, il a publié des dossiers spéciaux sur le 40^e anniversaire de la Fédération franco-ténioise et le 15^e anniversaire du Conseil de développement économique des Territoires du Nord-Ouest.

Toutes ces réalisations ont permis au journal d'accroître sa visibilité, mais également d'attirer des annonceurs, ce qui s'est traduit par une hausse des revenus publicitaires.

Un lectorat et des articles diversifiés

L'une des ambitions de *L'Aquilon* est de rester le seul journal francophone des Territoires du Nord-Ouest. Il lui faut donc réussir à fidéliser les lecteurs, ce qui n'est pas une mince tâche puisque la population francophone du territoire est assez hétéroclite. En effet, elle peut provenir du Québec et de l'Acadie, mais aussi d'ailleurs dans le monde.

L'Aquilon multiplie ainsi les efforts pour aborder des sujets variés qui répondent aux intérêts de grands groupes. Cela demeure tout de même un défi en raison du manque de ressources humaines pour couvrir les événements du territoire en entier.

Date de fondation : **1986**

Tirage : **1250 exemplaires**

Fréquence de publication :
48 numéros par an

Nombre d'employés :
2 employés + 1 comptable

Propriétaire : **Les éditions franco-ténioises/L'Aquilon**

Les Territoires du Nord-Ouest en bref

Les Territoires du Nord-Ouest comptent 11 langues officielles, dont neuf langues autochtones, l'anglais et le français. Un total de 3 765 personnes ont une connaissance du français et 1 175 personnes possèdent le français comme langue maternelle.

Sources : Recensement de 2011 de Statistique Canada et Fédération des communautés francophones et acadiennes.

Présence en ligne

 **@AquilonTNO**

 **@AquilonTNO**

 **www.aquilon.nt.ca**

Date de fondation : 2002

Tirage : 300 exemplaires
papier et numérique

Fréquence de publication :
23 numéros par an

Nombre d'employés :
1 bénévole

Propriétaire : Association des
francophones du Nunavut

Le Nunavut en bref

Le Nunavut est officiellement
devenu un territoire du
Canada en 1999. On y compte
1 585 personnes ayant une
connaissance du français dont
580 ayant le français comme
langue maternelle.

Sources : Recensement de 2016 de
Statistique Canada et Fédération des
communautés francophones et acadiennes.

Présence en ligne

f @AFNunavut

t @afnunavut

afnunavut.ca



La photo montre la 17^e édition de la course de bateaux sur le lac Anonyme organisée par l'école des Trois-Soleils dans le cadre de ses activités pour la rentrée scolaire. Crédit : Simon Houle.

Miser sur le local

Le journal s'adresse à la communauté francophone d'Iqaluit qui se compose principalement de personnes venues d'ailleurs. La communauté se décrit comme étant ouverte, rassembleuse, engagée et soucieuse du bien des francophones au Nunavut.

Au cours de l'année 2018-2019, *Le Nunavoix* a réussi à augmenter le contenu local dans ses pages en misant sur des articles marquant les bons coups des habitants de la communauté.



L'équipe Nunavoix : François Fortin - Collaborateur; Mylène Chartrand - Coordinatrice du Nunavoix et Présidente de l'AFN; Karine Baron - Directrice générale de l'AFN; Marily Nolet - Collaboratrice et Maurice Lamothe - Collaborateur. Absent de la photo, Simon Houle - Collaborateur.

Un échange stimulant

Après un échange entre des élèves de l'école secondaire des Trois-Soleils à Iqaluit et des élèves de l'école secondaire Le Savoir à Montréal, deux jeunes Iqaluitois ont écrit dans *Le Nunavoix* pour raconter leur expérience. Cet article a suscité un grand intérêt auprès des lecteurs.

Les points forts

Le journal publie des articles uniques faisant rayonner la communauté francophone d'Iqaluit. *Le Nunavoix* sert aussi d'outil de lecture pour les élèves de l'école des Trois-Soleils. Il s'agit d'une belle façon de mobiliser et d'informer les jeunes sur à ce qui se passe dans leur communauté.

Les défis

Le Nunavoix compte actuellement une seule ressource bénévole. Assurer la viabilité du journal demeure un des plus grands défis. Au cours de la prochaine année, le journal compte examiner ses possibilités de développement en augmentant la fréquence de ses publications et la quantité d'articles publiés.



Mars, mois de la francophonie albertaine. Cette photo a été publiée le 8 mars sur la page Facebook du journal afin de marquer le mois de la francophonie albertaine.

La métamorphose

Cette année, les lecteurs du *Franco* ont eu droit à une métamorphose de la facture visuelle du journal. En plus de dévoiler sa nouvelle image, l'hebdomadaire a refondu son site Web. Pour ce faire, l'équipe a fait appel à un graphiste d'expérience qui a mis le site Internet au goût du jour pour lui assurer une apparence professionnelle et en faciliter la navigation.

L'indépendance

Le conseil d'administration du *Franco* est maintenant complètement indépendant de son actionnaire-propriétaire, l'Association canadienne-française de l'Alberta. Le journal a ainsi une crédibilité accrue et profite maintenant d'une indépendance journalistique reconnue.

À force de détermination

Le travail de journalisme exige souvent de la persévérance. *Le Franco* en a fait la preuve en travaillant pendant plusieurs semaines sur ce qui a mené à l'article intitulé *Disparition d'une bourse d'études pour les francophones : le provincial vient à la rescousse*. Cet article révélait, avant même que le gouvernement n'en fasse l'annonce, que la province allait sauver la bourse « Fellowship for full time studies in French » cette année en assurant provisoirement son financement à la place du gouvernement fédéral. Grâce au travail de ses journalistes, *Le Franco* a non seulement couvert la nouvelle, mais il a créé l'évènement.



Canoë volant : plus de 300 visiteurs bravent le froid ! Photo publiée le 7 février 2019.

Date de fondation : 1928

Tirage : 2 500 exemplaires

Fréquence de publication :
48 numéros par an

Nombre d'employés :
3 employés et
3 correspondants

Propriétaire : Association
canadienne-française de
l'Alberta

L'Alberta en bref

L'Alberta est une province reconnue pour ses nombreuses ressources naturelles. Elle est un moteur économique important pour le Canada et est la quatrième province la plus peuplée du pays. On y compte 268 605 personnes ayant une connaissance du français dont 88 140 ayant le français comme langue maternelle.

Sources : Recensement de 2016 de Statistique Canada et Fédération des communautés francophones et acadiennes.

Présence en ligne

f @lefranco.ab

🐦 @JournalLeFranco

📷 @lefrancojournal

🌐 lefranco.ab.ca

Date de fondation : 1971

Tirage : 1 000 exemplaires
 papier et numérique

Fréquence de publication :
 quinzomadaire

Nombre d'employés :
 3 employés

Propriétaire : Coopérative des
 publications fransaskoises

La Saskatchewan en bref

Un peu plus d'un million
 de personnes vivent en
 Saskatchewan dont 51 896
 possèdent une connaissance
 du français et 17 735 ont
 le français comme langue
 maternelle.

Sources : Recensement de 2016 de
 Statistique Canada et Fédération des
 communautés francophones et acadiennes

Présence en ligne

f @leauvive.cpf

t @leauvive

leau-vive.ca

Des initiatives aux retombées positives

En 2018-2019, *L'Eau vive* a connu de
 belles réussites. En partenariat avec
 le Collège Mathieu et l'organisme
 La Puce, il a notamment réussi
 à organiser deux formations sur
 les réseaux sociaux à l'intention
 du personnel en communication
 d'organismes francophones. Ces
 événements répondaient à un
 grand besoin et, depuis, le Collège
 Mathieu offre un cours sur le sujet.

Le journal a connu du succès avec
 le portail fransaskois, lancé il y
 a un an, qui offre une vitrine aux
 organismes francophones de la
 province. Dorénavant, de manière
 automatique, tous les articles de
L'Eau vive qui font mention d'un de
 ces organismes se retrouvent dans
 ce portail. En plus de faire rayonner
 les organismes fransaskois, *L'Eau
 vive* y gagne en visibilité.

Un appel aux communautés

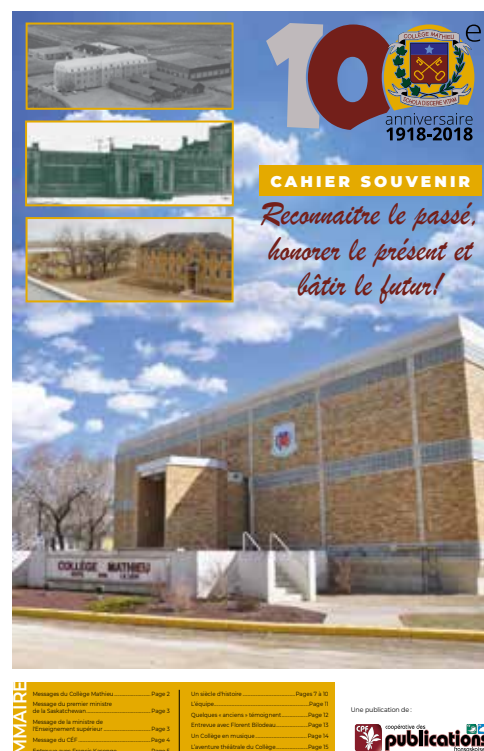
Seul journal francophone de la
 Saskatchewan, *L'Eau vive* doit
 atteindre des communautés
 dispersées aux quatre vents
 dans la province. Pour y arriver, le
 journal fait directement appel aux
 communautés en leur demandant de
 lui fournir des informations et des photos.

Des projets d'avenir

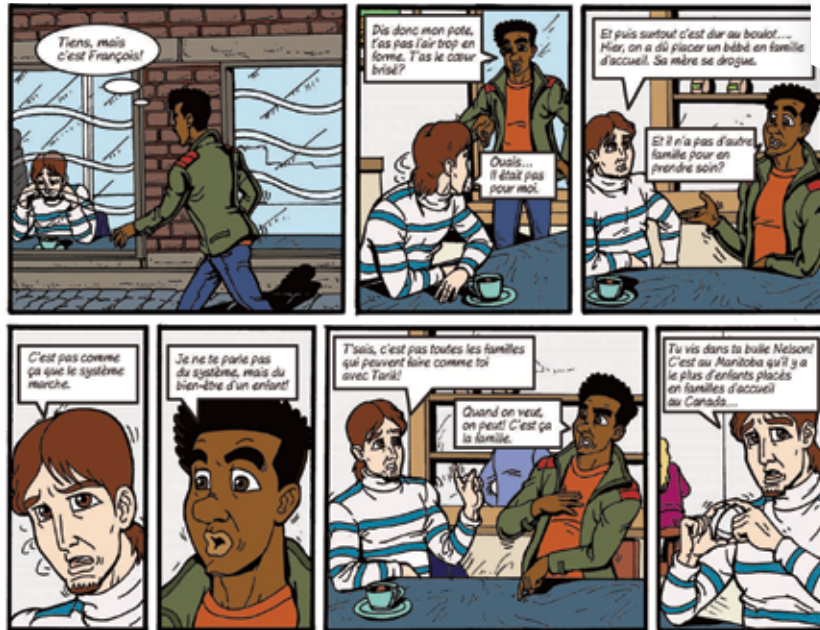
L'Eau vive caresse plusieurs projets pour son avenir dont celui de se rapprocher
 de la radio communautaire et celui de créer une baladodiffusion. Le journal
 pourrait atteindre un plus grand public francophile.



La revue littéraire *À ciel ouvert*, née d'un
 partenariat entre la Coopérative des
 écrivains de Saskatoon et la Coopérative
 des publications fransaskoises.
www.acielouvert.ca



Couverture du cahier spécial soulignant le
 centenaire du Collège Mathieu.



MERCI à la Division scolaire franco-manitobaine pour sa commande envers ce projet.

Planche de la seconde saison de *Nelson au Manitoba*.

Un projet à succès

La bande dessinée à succès *Nelson au Manitoba* publiée dans le journal *La Liberté* a connu de nouvelles aventures cette année. En plus de revenir pour une deuxième saison, elle a donné naissance à *Nelson au Canada*, grâce à un partenariat avec le Conseil jeunesse provincial du Manitoba. Des journaux de l'Ouest et des territoires ont ainsi pu publier une version adaptée à leur région des planches de la bande dessinée. Grandement appréciée des lecteurs, cette œuvre a aussi été le point de départ pour la tenue d'un forum de discussion sur les jeunes et l'immigration.

Des sujets rassembleurs

Le journal *La Liberté* s'efforce d'aborder des sujets d'intérêt pour le plus grand nombre de personnes possible au Manitoba. Dans le but de traiter d'un enjeu de société important, l'hebdomadaire a mis sur pied une série qui présente le portrait de personnes en transition et de personnes transgenres.

Cette année, le journal a montré encore une fois toute sa pertinence dans l'expression de la démocratie. En effet, après avoir suscité de vives réactions contrastantes chez ses lecteurs en annonçant en primeur la possibilité que l'École Précieux-Sang de Winnipeg change de nom pour devenir l'École Georges-Forest – en l'honneur du défenseur des droits des Franco-Manitobains –, *La Liberté* a su servir de point de dialogue entre les partisans de cette idée et les opposants.

À suivre...

À court terme, l'équipe du journal a entamé des démarches pour que la bande dessinée *Nelson au Manitoba* connaisse une troisième saison et que *Nelson au Canada* ait une deuxième saison.

Date de fondation : 1913

Tirage : 6 000 exemplaires
papier et numérique

Fréquence de publication :
48 numéros par an

Nombre d'employés :
15 employés (avec l'agence de
communication rattachée au
journal)

Propriétaire : Presse-Ouest
(propriété de la Société
franco-manitobaine)

Le Manitoba en bref

Le Manitoba est le centre
géographique du Canada. On
y compte 109 935 personnes
ayant une connaissance du
français dont 46 060 qui ont
le français comme langue
maternelle.

Sources : Recensement de 2016 de
Statistique Canada et Fédération des
communautés francophones et acadiennes.

Présence en ligne

f @LaLiberteManitoba

🐦 @laliberte_mb

📺 @laliberte_mb

🌐 la-liberte.ca

Date de fondation : 1983

Tirage : 1 930 exemplaires
papier et numérique

Fréquence de publication :
Bimensuel, 22 numéros par an / à partir de janvier 2019 mensuel, 12 numéros par an

Nombre d'employés :
**1 à temps partiel,
1 à temps plein et 6 pigistes**

Éditeur : **Union des
cultivateurs franco-ontariens**

L'Ontario en bref

L'Ontario est la province la plus peuplée du Canada et possède la plus importante communauté francophone à l'extérieur du Québec. Au total, 1 530 435 Ontariens possèdent une connaissance du français dont 568 340 ayant le français comme langue maternelle.

Source : Fédération des communautés francophones et acadiennes.

Présence en ligne

f @JournalAgricom

🐦 @JAgricom

🌐 journalagricom.ca

Fierté agricole, fierté francophone

Le journal *Agricom* représente le lien qui unit les agriculteurs francophones de l'Ontario. Il s'adresse à tous ceux qui ont l'amour de l'agriculture, de la terre, des animaux et, bien sûr, du français.

Lors de la dernière année, le journal a beaucoup traité de gestion de l'offre dans le cadre des négociations de l'Accord de libre-échange entre les États-Unis, le Mexique et le Canada ainsi que du nouveau *Guide alimentaire canadien*.

Dans la foulée des compressions annoncées par le gouvernement Ford en Ontario à la fin de 2018, *Agricom* a offert une tribune aux agriculteurs en lançant un concours photo nommé « AGRO et FRANCO » qui invitait les lecteurs à afficher leur appui au mouvement de résistance contre les compressions provinciales aux services en français. La photo gagnante est celle d'un petit veau portant un foulard aux couleurs du drapeau franco-ontarien.



Franco le petit veau ! Photo gagnante du concours « Nous sommes, nous serons Agro et Franco » organisé par le journal *Agricom*. Photo prise par Marika Meloche à la Ferme Ghislain Lalonde de Curran (Ontario).

Repositionnement du journal

Au cours de la dernière année, *Agricom* s'est livré à un grand exercice de planification et de repositionnement afin d'assurer sa pérennité. L'équipe a pu faire le bilan de la situation du journal et passer en revue les tendances du marché. Le journal a aussi repensé son contenu pour mettre l'accent sur des dossiers qui traitent des aspects humains de l'agriculture plutôt que de la nouvelle quotidienne consommée généralement rapidement par les abonnés des médias sociaux. Le journal s'oriente aussi vers l'élaboration de plateformes mobiles pour joindre un public de jeunes agriculteurs.



Réunion du conseil d'administration. Crédit : Geneviève Souigny, journal *Agricom*.

Des initiatives bien locales

Cette année, *Le Nord* a lancé une campagne de sensibilisation sur la thématique de l'achat responsable avec plusieurs partenaires communautaires tels que la Ville de Hearst (Ontario) et la caisse populaire. Puisque Hearst et ses alentours sont éloignés des grands centres urbains, le magasinage en ligne est très populaire dans la région. Cette campagne baptisée « Achat responsable 2019 » visait à rappeler l'importance de contribuer à une économie locale forte.

Une campagne pour une cause

Le Nord a lancé une campagne pour amasser 1,7 million de dollars dans la communauté afin que l'Hôpital Notre-Dame de Hearst puisse se doter d'un tomodensitomètre. Grâce à la généreuse contribution de la population, d'entreprises et d'organismes communautaires, les habitants de Hearst n'auront plus à parcourir des centaines de kilomètres jusqu'à Timmins ou à Sudbury pour une tomodensitométrie.



Certaines entreprises comme Columbia Forest Products ont remis un don de plus de 100 000 \$ grâce aux dons des employés et la direction.

Regard sur l'avenir

Le plus grand défi du journal demeure le manque de journalistes. Très peu de nouveaux diplômés choisissent de s'installer à Hearst pour lancer leur carrière. S'ils le font, ils y restent peu de temps. C'est un problème sur lequel le journal continuera de se pencher au courant de la prochaine année. *Le Nord* a aussi comme projet d'enrichir sa présence Internet et de refondre son site Web dans la prochaine année.



L'équipe du journal *Le Nord* et de la radio CINN FM : Marcel Marcotte, Chloé Villeneuve, Marie-Claude Mongrain, Elsie Suréna, Julie Pelletier, Maël Bisson, Claire Forcier et Yves Chalifoux. (Absent : Steve McInnis).

Date de fondation : 1976

Tirage : 2 100 exemplaires papier et numérique

Fréquence de publication : 52 numéros par an

Nombre d'employés : 7 employés (incluant la radio CINN FM)

Propriétaire : Les Médias de l'épinette noire

Hearst en bref

Plus de 90 % de la population de la ville de Hearst est francophone. La petite municipalité de 5 000 habitants est située dans le district de Cochrane, dans le Nord de l'Ontario, où 44 970 personnes ont une connaissance du français dont 35 465 ont le français comme langue maternelle.

Sources : Recensement de 2016 de Statistique Canada et Fédération des communautés francophones et acadiennes.

Présence en ligne

f @lejournallenord

🐦 @lejournallenord

🌐 lejournallenord.com

Date de fondation :
1^{er} décembre 2018

Tirage : **5 700 exemplaires**

Fréquence de publication :
Hebdomadaire

Nombre d'employés :
5 employés

Propriétaire :
Radio KapNord inc.

Kapuskasing en bref

Kapuskasing est située dans le district de Cochrane en Ontario. Dans cette grande région, 44 970 personnes ont une connaissance du français dont 35 465 personnes qui possèdent le français comme langue maternelle.

Sources : Recensement de 2016 de Statistique Canada et Fédération des communautés francophones et acadiennes.

Présence en ligne

f @pressekappress

t @pressekappress

lapressecommunautaire.ca

Le retour attendu

La Presse communautaire de Kapuskasing a vu le jour à la fin de l'année 2018, à l'initiative des propriétaires de la radio locale CKGN. Les réactions du public ont été très positives dès l'annonce du retour d'un hebdomadaire bilingue dans la région. La communauté de Kapuskasing, à 75 % francophone, le demandait depuis la fermeture du journal francophone quelques années auparavant et la fin des activités de l'hebdomadaire anglophone à l'été de 2018.

Afin de maximiser la couverture journalistique du secteur, la salle de rédaction du journal et la salle de rédaction de la radio travaillent en étroite collaboration. Le service des ventes et la distribution demeurent quant à eux indépendants. Le journal est distribué gratuitement sur un vaste territoire entre les communautés d'Opasatika et de Cochrane, dans le Nord de l'Ontario.

Une affaire de communauté

La Presse communautaire est tirée à près de 6 000 exemplaires chaque semaine et est distribuée gratuitement dans une dizaine de collectivités situées dans le corridor de la route 11 dans le Nord de l'Ontario. Non seulement les lecteurs sont au rendez-vous, mais les commerces locaux aussi. La distribution gratuite du journal permet d'en faire un plus grand tirage et d'offrir une plus grande visibilité aux annonceurs locaux. L'équilibre est fragile entre la distribution gratuite du journal, l'offre d'une information locale de qualité et la visibilité des annonceurs.

L'appui financier des gouvernements est donc nécessaire pour maintenir la publication à un rythme hebdomadaire.



Des jeunes Franco-Ontariens disent NON aux compressions du gouvernement Ford. (Décembre 2018).



Smooth Rock Falls participe au 119^e recensement des oiseaux de Noël de la Bird Studies Canada et de la National Audubon Society.



Les annonces du « jeudi noir » ont suffisamment indigné les Franco-Ontariens pour que 15 000 personnes, de tous âges, sortent manifester le 1^{er} décembre.

Un retour sur le passé

Cette année, le lectorat du *Voyageur* s'est régalié des chroniques du 50^e anniversaire du journal. Au nombre de 50, chacune d'entre elles proposait le survol d'un événement marquant de la région de Sudbury (Ontario). Les lecteurs ont aimé revenir sur le passé de leur région ou même le découvrir.

Le Voyageur a aussi traité des compressions budgétaires du gouvernement ontarien dans les services aux francophones à la fin de 2018. Les communautés desservies par le journal comptent une forte proportion de francophones et ont suivi de très près cet enjeu important.

Rayonnement

Sudbury a accueilli le congrès annuel de l'Association de la presse francophone en 2018. *Le Voyageur* a profité de cet événement pour lancer les célébrations de son 50^e anniversaire et pour honorer son fondateur, Émile Guy. Ces célébrations ont donné une grande visibilité au journal auprès d'autres médias francophones de la province.

Être près malgré les distances

Le Voyageur couvre un très grand territoire en Ontario qui s'étend de la région de Nipissing Ouest jusqu'à Kapuskasing en passant par Sudbury et Timmins. Pour couvrir ce vaste territoire, le journal fait appel à des pigistes qui sont bien réseautés dans les différentes collectivités.

Pour les prochaines années, *Le Voyageur* souhaite accroître sa présence numérique, tant sur son site Web que dans les médias sociaux. Les lecteurs changent leurs habitudes de consommation de l'information et *Le Voyageur* veut suivre la tendance.



Un journal préfère de pas faire partie de l'actualité, mais *Le Voyageur* a voulu célébrer son 50^e anniversaire avec la communauté grâce à un spectacle musical avec des musiciens locaux bien connus, et ce, dans le cadre du congrès national de l'APF en juin.

Date de fondation : 1968

Tirage : 13 000 exemplaires l'hiver, 4 000 exemplaires l'été

Fréquence de publication : 48 numéros par an

Nombre d'employés : 6 employés à temps plein

Propriétaire : Paul Lefebvre

Sudbury en bref

Sudbury est la principale ville du Nord-Est de l'Ontario. Parmi ses 150 000 habitants, 64 140 ont une connaissance du français dont 44 855 ont le français comme langue maternelle.

Sources : Recensement de 2016 de Statistique Canada et Fédération des communautés francophones et acadiennes.

Présence en ligne

f @journallevoyageur

🐦 @VoyageurSudbury

📷 @lavoixdunord.ontario

🌐 lavoixdunord.ca

Date de fondation : 1972
Tirage : 1 000 exemplaires
papier

Fréquence de publication :
24 numéros par an

Nombre d'employés :
1 employé

Nombre d'abonnés : 905

Propriétaire : Comité d'action
Place Lafontaine

Le Comté de Simcoe en bref

Le Comté de Simcoe est situé à 150 kilomètres au nord de Toronto. On y compte 32 085 personnes ayant une connaissance du français dont 10 640 ayant le français comme langue maternelle.

Source : Profil du recensement, recensement de 2016, Comté de Simcoe, Ontario.

Présence en ligne

f @legoutdevivre

🐦 @lgdvLafontaine

🌐 legoutdevivre.com

Tissés serrés

Le Goût de vivre est un bel exemple d'engagement et de persévérance.

Si le bimensuel peut être tiré à 1 000 exemplaires, c'est grâce à l'engagement de deux retraitées bénévoles passionnées et conscientes de l'importance du journal dans la région de Lafontaine (Ontario).

Le Goût de vivre est près des gens de la communauté et réussit à atteindre un large public, de l'enfance à l'âge d'or, en étant le reflet des activités publiques et communautaires de la région. Certaines nouvelles familles vont jusqu'à abonner leurs proches qui habitent dans d'autres régions pour les informer de ce qui se passe autour d'elles.

Les pages réservées aux activités locales et aux écoles sont toujours très populaires, tout comme les « p'tites nouvelles » et les chroniques humoristiques d'Ildgère Albert sur la vie quotidienne.

Chroniques d'hier à aujourd'hui

Les séries d'autrefois, lancées en 2017, mettent en vedette plusieurs familles de la région. Cette année, le journal a présenté une série de portraits sur les cabanes à sucre des années 1930 ainsi qu'une série sur la culture d'arbres de Noël depuis des générations dans la région.

Les deux « R » : relève et revenus

En 2018, *Le Goût de vivre* a dû trouver des moyens de fonctionner avec des revenus encore amaigris, un défi de taille relevé grâce à l'engagement de l'équipe de bénévoles. Même en ayant accès à des programmes gouvernementaux de stages, à l'instar de plusieurs journaux communautaires, *Le Goût de vivre* éprouve de la difficulté à recruter du personnel qualifié prêt à s'installer dans la région.



Les sympathisants francophones s'opposant aux compressions du gouvernement ontarien se sont rassemblés le 1^{er} décembre 2018 devant le bureau de la députée conservatrice Jill Dunlop à Midland.



Lors d'une visite dans sa région natale en Huronie, Damien Robitaille s'est arrêté au *Goût de vivre* avec son chien Suki. Le chanteur était la tête d'affiche du Festival du Loup de Lafontaine en juillet 2018.



Scène désolation au cœur du secteur Mont-Bleu, à Gatineau, où des toits ont été arrachés, des voitures et des poteaux d'électricité ont été renversés. Crédit : Sébastien Lavallée, collaboration spéciale, *Le Droit*.

Vivre dans la tempête

Le 21 septembre 2018, six violentes tornades se sont abattues sur la région d'Ottawa-Gatineau touchant des centaines de résidents et aussi l'imprimerie du quotidien *Le Droit*. Très rapidement, la rédaction du journal a pu compter sur son équipe dévouée qui s'est volontairement présentée au travail pour maintenir le fil d'information avec la population. Cette couverture, dans des conditions difficiles, a d'ailleurs valu une nomination au journal dans la catégorie « Nouvelle de dernière heure » du 70^e Concours canadien de journalisme.

Porter le noir

Pour la toute première fois de son histoire, le 16 novembre 2018, le classique bandeau rouge du logo du *Droit* est passé au noir. Le journal titrait à la une : « Jour noir pour les Francos ». Le premier ministre de l'Ontario venait d'annoncer la veille l'abolition du Commissariat aux services en français et la fin du projet d'université de l'Ontario français. À l'occasion des manifestations du 1^{er} décembre en appui à la francophonie ontarienne, *Le Droit* a publié un cahier spécial comprenant plus de 260 articles, analyses, chroniques et éditoriaux.



Une du 16 novembre 2018.

Un nouveau magazine

À la suite du grand succès qu'a connu le magazine *Le Droit AFFAIRES* au cours des trois dernières années, le journal a lancé *Le Droit FAMILLE*, en septembre 2018. Ce magazine s'adresse aux familles et est distribué à plus de 35 000 exemplaires dans le quotidien.

Date de fondation : 1913

Tirage : 24 774

Fréquence de publication :
Quotidienne

Nombre d'employés :
68 employés

Nombre d'abonnés : 24 500

Propriétaire : **Groupe Capitales Médias**

Ottawa en bref

Ottawa est la capitale fédérale du Canada. On y compte 392 810 individus ayant une connaissance du français dont 169 780 ayant le français comme langue maternelle.

Sources : Recensement de 2016 de Statistique Canada et Fédération des communautés francophones et acadiennes.

Présence en ligne

 @LeDroitca

 @LeDroitca

 @photoledroit

 ledroit.com

Le Carillon

Fondation : 1948

Région : Hawkesbury (Ontario)

Langue : Journal de langue française

Distribution :
15 000 exemplaires papier et numériques

Le Reflet/ The News

Fondation : 1986

Région : Embrun (Ontario)

Langue : Journal bilingue

Distribution : 13 000
exemplaires papier et numériques

Vision

Fondation : 1994

Région : Clarence-Rockland (Ontario)

Langue : Journal bilingue

Distribution : 13 000
exemplaires papier et numériques

La Compagnie d'édition André Paquette

Tout a commencé en 1948, quand André Paquette, alors jeune journaliste sportif, a acheté son tout premier journal pour la somme symbolique d'un dollar. M. Paquette a fondé par la suite la Compagnie d'édition André Paquette (CEAP) qui publie maintenant cinq journaux dont trois qui sont membres de l'APF : *Le Carillon*, *Le Reflet/The News* et *Vision*. Après avoir défendu le droit à l'information des francophones pendant une grande partie sa vie, André Paquette s'est éteint en 2014, à l'âge de 86 ans.

Une approche interactive

À l'ère du numérique, les journaux de la CEAP affichent quotidiennement des articles, parfois accompagnés de vidéos, dans Internet. Ils publient aussi des billets dans les médias sociaux et les internautes les partagent et y laissent des commentaires. Les journaux ajoutent aussi des codes QR dans des articles que les lecteurs peuvent balayer pour accéder au contenu vidéo qui s'y rapporte. Il s'agit d'un moyen intéressant d'assurer une bonne symbiose entre la presse écrite et la presse numérique. Lors de la prochaine année, les journaux de la CEAP vont poursuivre leur virage numérique en mettant en place des stratégies pour attirer la jeune génération.

En plus de leur site Web, tous les journaux de la CEAP sont offerts en format liseuse. *Le Carillon* profite aussi d'une plateforme interactive supplémentaire puisqu'il est offert par l'entremise de l'application Mon journal local pour les tablettes et les téléphones intelligents.



Le Carillon est disponible en version Web adaptée aux tablettes numériques.



Les Franco-Ontariens manifestent à Hawkesbury. Photo publiée dans *Le Reflet* du 28 mars 2019. Crédit : Alexia Marsillo.

Considérations linguistiques

Pour s'adresser autant aux lecteurs francophones qu'anglophones de Clarence-Rockland et de la région d'Embrun (Ontario), les journaux *Vision* et *Le Reflet/The News* publient dans les deux langues officielles. Plutôt que de traduire les articles d'une langue à l'autre, la CEAP a misé sur l'offre de contenus complémentaires. Tous les articles sont ainsi accompagnés d'une photo qui contient une légende dans l'autre langue résumant l'essentiel du contenu afin de permettre aux lecteurs de ne rien manquer, peu importe leur langue, et de naviguer aisément d'une nouvelle à l'autre.

Nouvelle orientation

Le Carillon, qui a célébré ses 70 ans en 2018, sert la communauté de Hawkesbury (Ontario). Au cours de la dernière année, le journal a changé son orientation afin d'offrir une expérience de lecture qui se rapproche davantage de celle d'un magazine. Le journal publie principalement des articles de fond, des dossiers, des portraits et de la nouvelle communautaire. Afin d'être plus accessible à ses lecteurs, *Le Carillon* a lancé, il y a quelques années, une version Web du journal adaptée aux tablettes numériques.



Le Soccerfest à Rockland marque la fin de la saison du Club de soccer unifié de Rockland. Photo publiée dans *Vision* en août 2018. Crédit : Caroline Prévost.

Embrun, Clarence-Rockland et Hawkesbury en bref

Embrun, Clarence-Rockland et Hawkesbury font partie des huit municipalités des Comtés unis de Prescott et Russell situés à l'est d'Ottawa. On compte 69 595 personnes ayant une connaissance du français dont 57 410 ayant le français comme langue maternelle.

Sources : Recensement de 2016 de Statistique Canada et Fédération des communautés francophones et acadiennes.

Présence en ligne

Le Carillon

[f @LeCarillonTribuneExpress](#)

[@LeCarillon1](#)

editionap.ca/le-carillon

Le Reflet / The News

[f @Reflet-News](#)

[@JournalLeReflet](#)

editionap.ca/reflet-news

Vision

[f @Le-journal-Vision-newspaper](#)

[@JournalVision](#)

editionap.ca/vision

Date de fondation : 2017

Tirage : 44 000 exemplaires
papier

Fréquence de publication :
13 numéros par an

Nombre d'employés : 5 pigistes

Propriétaire : Fred Sherwin

Orléans en bref

Orléans est une banlieue de la ville d'Ottawa avec une population de 128 281 habitants. De ce nombre, 71 865 personnes ont une connaissance du français et 44 740 ont le français comme langue maternelle.

Source : Recensement de 2016 de Statistique Canada.

Présence en ligne

f @journal.lorleanais

🐦 @LOrleanais

Au cœur de sa francophonie

La francophonie ontarienne a été marquée par les compressions du gouvernement Ford à la fin de 2018. Le journal *L'Orléanais*, qui s'intéresse de très près aux enjeux francophones, a couvert les événements et les manifestations qui ont eu lieu partout au pays le 1^{er} décembre 2018. Ces articles ont suscité un grand intérêt au sein du lectorat. Distribué gratuitement dans 44 000 foyers de la région d'Orléans, à l'est d'Ottawa, *L'Orléanais* se donne pour rôle d'informer, de provoquer la discussion et de développer un sentiment de fierté.

Histoires et réflexions

Les lecteurs semblent apprécier particulièrement deux chroniques publiées depuis la mise en circulation du journal en 2017 : *Réflexion* qui traite, avec une touche d'humour, de sujets variés et *La petite histoire* qui se penche sur l'histoire du nom des rues et des parcs de la communauté d'Orléans.

Virage numérique

Pour atteindre un public encore plus large, *L'Orléanais* est offert en version numérique depuis le 1^{er} janvier 2019. Le journal travaille à la refonte de son site Web qui sera dévoilé au grand public dans le courant de l'année 2019.

La recette des recettes

Le plus grand défi de *L'Orléanais* actuellement est de générer suffisamment de recettes publicitaires pour publier 12 pages chaque mois. Sans une augmentation des revenus publicitaires gouvernementaux, l'avenir du journal pourrait être remis en question.



Une foule estimée à 5000 personnes a manifesté près de l'hôtel de ville d'Ottawa à la suite de la décision du gouvernement de l'Ontario de couper des services aux francophones. Crédit : Fred Sherwin.



Le coureur de haies, Leewinchell Jean, de l'École Gisèle-Lalonde compétitionne lors du championnat de la conférence de l'Est. Crédit : Fred Sherwin.

Un succès numérique

L'Express de Toronto a bien réussi son virage numérique entrepris il y a plus d'un an. Tous les articles du journal se retrouvent désormais dans le site Web et sont partagés sur Facebook, Twitter et Instagram. De plus, chaque semaine, l'hebdomadaire diffuse une infolettre présentant en rafale les articles d'intérêt.



Un ex-Témoin de Jéhova raconte. Un reportage de novembre 2018 racontant l'histoire d'un ancien Témoin de Jéhova qui refait sa vie à Toronto depuis 4 ans.

Au cours de la dernière année, le journal a commencé à évaluer chaque semaine les données de consultation sur le Web et de partage des articles sur les réseaux sociaux afin de constamment ajuster le tir pour joindre le plus de lecteurs possible. Ce travail sollicite la collaboration de tout le personnel de l'hebdomadaire et permet de suivre l'évolution des habitudes du lectorat pour le fidéliser.

Quatre décennies de succès

Au fil des années, la communauté francophone de Toronto s'est agrandie et s'est aussi diversifiée. *L'Express*, bien présent dans la francophonie torontoise depuis plus de 40 ans, a le défi d'atteindre un public en constante évolution. Pour ce faire, il est présent aux débats ainsi qu'aux activités communautaires et culturelles touchant la communauté et il invite le lectorat à y participer.

Toujours dans le souci d'élargir son lectorat, le journal offre sans frais son édition papier dans des boîtes de distribution dans de nombreux secteurs de la ville en plus de donner accès gratuitement à son contenu en ligne.

Gilets jaunes : une culture de dévalorisation du travail. Un texte d'opinion de décembre 2018 qui a été relayé par un agrégateur de contenu en France. L'article a été commenté par des centaines de personnes des deux côtés de l'Atlantique.



Date de fondation : 1976

Tirage : 20 000 exemplaires

Tirage numérique : moyenne de 2 000 par jour

Fréquence de publication : 48 numéros/an

Nombre d'employés : 4 employés à temps plein + 3 journalistes

Propriétaire : *L'Express de Toronto inc.*

Toronto en bref

Toronto est la plus grande ville canadienne. On y retrouve une population francophone en croissance et diversifiée. On compte 474 805 personnes ayant une connaissance du français dont 131 530 ayant le français comme langue maternelle.

Sources : Recensement de 2016 de Statistique Canada et Fédération des communautés francophones et acadiennes.

Présence en ligne

f @LEExpressDeToronto

🐦 @LEExpressToronto

📷 @lexpressdetoronto

🌐 l-express.ca



La poudrière complique la tâche aux automobilistes, 9 février 2019. Crédit : *Acadie Nouvelle*, Patrick Lacelle.

Provoquer l'engagement

« Provoquons l'engagement », c'est le thème qu'a adopté l'*Acadie Nouvelle* au début 2019 afin de favoriser l'engagement de son lectorat. Au cours de la dernière année, le journal s'est doté de nouveaux outils, notamment d'un logiciel d'intelligence artificielle, pour mieux comprendre les habitudes des lecteurs. Par la suite, il se servira des données récoltées afin de cerner les besoins et les préférences de son lectorat.

Savoir se faire voir

En 2018, l'*Acadie Nouvelle* a fait passer son nombre d'écrans publicitaires de 16 à 57. Ce réseau permet au journal de vendre de la publicité, mais également de diffuser de l'information pour lui assurer une présence et une visibilité accrues.

Toujours à la défense du fait français

La question des droits linguistiques lors des élections provinciales de septembre 2018 a fait couler beaucoup d'encre et a suscité de vives réactions. En tant que seul quotidien de langue française au Nouveau-Brunswick, l'*Acadie Nouvelle* s'est positionnée comme pilier d'information pour les francophones, qui voyaient le paysage politique se transformer. Le journal a joué son rôle dans la prise de conscience des francophones devant la menace qui pesait sur les droits linguistiques. Le lectorat est reconnaissant de cet engagement et il l'exprime régulièrement.



Prix du Meilleur éditorial des Prix du journal régional canadien remporté par l'*Acadie Nouvelle* en 2018 pour un éditorial signé François Gravel

Date de fondation : **1984**

Tirage : **14 522 exemplaires**

Fréquence de publication :
Quotidienne

Nombre d'employés :
72 employés

Nombre d'abonnés

- Édition papier : **7 362**
- Édition numérique : **3 361**

Propriétaire : **Les Éditions de l'Acadie Nouvelle**

Le Nouveau-Brunswick en bref

Le Nouveau-Brunswick est la seule province officiellement bilingue au Canada et est le principal foyer de la population acadienne dans les Maritimes. On compte 313 100 personnes ayant une connaissance du français dont 238 875 ayant le français comme langue maternelle.

Sources : Recensement de 2016 de Statistique Canada et Fédération des communautés francophones et acadiennes.

Présence en ligne

f @acadienouvelle

t @acadienouvelle

i @an_acadienouvelle

globe acadienouvelle.com

Date de fondation : 1867

Tirage : 3 000 exemplaires
papier

Fréquence de publication :
51 numéros par an

Propriétaire : Bernard Richard

La région de Moncton en bref

Les municipalités de Riverview, Moncton et Dieppe forment la région urbaine la plus peuplée au Nouveau-Brunswick. À Dieppe, les Acadiens et les francophones représentent le trois quart de la population. Au total, ce sont 41 125 personnes ont le français comme langue maternelle et 54 600 en possèdent une connaissance.

Sources : Recensement de 2016 de Statistique Canada et Fédération des communautés francophones et acadiennes.

Présence en ligne

f @moniteuracadien

🐦 @moniteuracadien

🌐 moniteuracadien.com



L'usine de *Cape Bald Packers* de Cap-Pelé, plus important employeur de la municipalité, rasée par les flammes en février 2019.

Un nouveau propriétaire

Le 1^{er} février 2019, *Le Moniteur acadien* change de propriétaire. Dans un souci de continuer d'offrir de l'information locale, le défenseur et promoteur de la culture acadienne Bernard Richard a décidé d'acquérir le journal avant que le propriétaire des trente dernières années, Gilles Haché, n'ait d'autre choix que de mettre la clé sous la porte, faute de relève.

Changements et continuité

Le changement de propriétaire provoquera inévitablement une transformation du *Moniteur acadien* dans les mois et les années à venir. Le nouveau propriétaire souhaite que le journal devienne plus vivant et actuel et il aspire à en dynamiser la version numérique prochainement. À court terme, cela sous-entend l'embauche d'une personne qui s'affaira à améliorer la page Facebook et le site Internet du journal. À long terme, l'hebdomadaire pourrait être offert intégralement en version numérique, posséder un compte Twitter et même avoir un vlog et réaliser des baladodiffusions à l'occasion. Ces changements auront pour objectif de rajeunir et d'élargir le lectorat.

Le Moniteur acadien continuera d'offrir une version papier du journal, un format qui plait à une grande proportion de ses lecteurs. La petite équipe du *Moniteur acadien* continuera de travailler d'arrachepied afin d'assurer l'indépendance du journal et de fournir de l'information à l'image de son lectorat. À ce jour, *Le Moniteur acadien* est le seul hebdomadaire francophone indépendant du Nouveau-Brunswick.

En bref, la mission et les valeurs du *Moniteur acadien* resteront les mêmes. Cependant, il deviendra un outil qui répond aux besoins et aux goûts d'aujourd'hui.



Sept jeunes élèves des écoles du Sud-Est ont participé à l'activité Maire d'un jour organisée par le RDÉE Nouveau-Brunswick.



Date de fondation : 2001

Tirage : 1 750 exemplaires
papier et numérique

Fréquence de publication :
10 numéros par an

Nombre d'employés :
1 employé

Propriétaire : L'Association
Régionale de la Communauté
francophone de Saint-Jean

Saint-Jean au Nouveau- Brunswick en bref

Saint-Jean est située sur
la rive de la baie de Fundy
au Nouveau Brunswick. On
compte 9 430 personnes ayant
une connaissance du français
dont 3 495 ayant le français
comme langue maternelle.

Sources : Recensement de 2016 de
Statistique Canada et Fédération des
communautés francophones et acadiennes.

Présence en ligne

f @arcfsj

🐦 @ARCfdeSaintJean

📷 @arcfdesaintjean

🌐 arcf.ca/journal-le-saint-jeannois.html



À gauche : Édition du
17 septembre 2018 du
Saint-Jeannois.

Ci-dessous : Le coin
des écoles, section très
populaire du *Saint-Jeannois*.

En symbiose avec sa collectivité

Fondé en 2001, *Le Saint-Jeannois* sert la
communauté francophone
de Saint-Jean au
Nouveau-Brunswick. Le
journal couvre des sujets
généralement négligés
par les grands médias
et offre une tribune aux
francophones de la région.

Le succès du *Saint-Jeannois* réside dans sa proximité avec sa collectivité.
Les nouvelles locales suscitent beaucoup d'intérêt auprès des lecteurs qui
aiment savoir ce qui se passe chez eux. La section « coin des écoles » connaît
beaucoup de succès, surtout auprès des familles.

Numérisation du journal

Cette année, *Le Saint-Jeannois* a augmenté la visibilité de sa version
numérique en publiant dans ses médias sociaux une page du journal trois fois
par semaine. Ces pages s'accompagnent d'un lien vers la version numérique
du journal pour donner encore plus d'occasions au public de le lire.

Les défis à relever

Les médias sociaux sont en concurrence avec les médias traditionnels.
L'équipe du journal est consciente de la nécessité de s'adapter afin de
continuer de répondre aux besoins du public. Au cours des prochaines
années, *Le Saint-Jeannois* souhaite prendre plus de place sur les plateformes
numériques.

COIN DES ÉCOLES



Eric Kennedy
Eric.Kennedy@nbcd.nb.ca

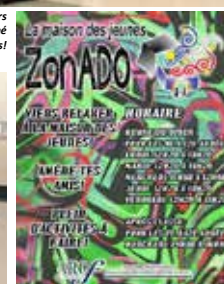
Nos amis les robots à l'École des Pionniers



Merci à Place aux compétences et tout spécialement à messieurs
Mario et François-Léonard pour leur bel atelier de robotique donné
avant les Fêtes. Nos jeunes ont beaucoup apprécié et appris!
Crédit: Gracieuseté.



10 Le Saint-Jeannois | Janvier 2019



Date de fondation : 1975

Tirage : 1 088 exemplaires
(papier et numérique)

Fréquence de publication :
51 numéros par an

Nombre d'employés :
4 employés

Propriétaire : La Voix
acadienne Ltée

L'Île-du-Prince-Édouard en bref

L'Île-du-Prince-Édouard est le berceau de la Confédération canadienne. Une communauté acadienne dont les origines remontent à 300 ans est établie dans la région. Cette province des Maritimes compte un total 17 955 personnes ayant une connaissance du français et 5 395 personnes ayant le français comme langue maternelle.

Sources : Recensement de 2016 de Statistique Canada et Fédération des communautés francophones et acadiennes.

Présence en ligne

f @lavoixacadienne

🐦 @lavoixacadienne

📷 @lavoixacadienne

🌐 lavoixacadienne.com

Miroir de la collectivité

Chaque semaine, *La Voix acadienne* s'assure de représenter toutes les communautés de l'Île-du-Prince-Édouard. Le peu de kilomètres qui sépare les deux extrémités de la province permet à l'équipe de rédaction de couvrir bon nombre d'événements sur le terrain, ce qui fait l'affaire des francophones qui se voient et se reconnaissent dans les articles d'information communautaire du journal.



Edmond et Zita Gallant en compagnie de Marcia Enman, directrice générale du journal. Le couple a collectionné tous les exemplaires de *La Voix acadienne* depuis sa fondation en 1975.

Ancrée dans sa communauté contre vents et marées

Lors de la dernière année, *La Voix acadienne* a eu de la difficulté à maintenir ses revenus publicitaires. Le journal a donc misé sur des partenariats avec des organismes communautaires et provinciaux afin de générer des revenus supplémentaires. Depuis quelques années déjà, en partenariat avec le gouvernement provincial, le journal publie *La Voie de l'emploi*, un mensuel sur les perspectives d'emploi à l'Île-du-Prince-Édouard, qui connaît un bon succès populaire et publicitaire.

Nouveau visage de la communauté

La communauté francophone de l'Île-du-Prince-Édouard se transforme. Au cours des dernières années, plusieurs familles francophones originaires d'autres provinces et même d'autres pays sont venues s'installer dans l'île. La rédaction du journal reste à l'affût de ces changements afin de continuer à offrir un journal qui demeure un reflet de la communauté.

L'avenir numérique

Le journal planifie accroître sa présence sur le Web au cours des deux prochaines années. Les abonnés à la version numérique de *La Voix acadienne* sont pour la plupart d'anciens insulaires toujours attachés à la communauté. Dans sa stratégie de développement numérique, le journal vise la publication de deux à trois nouvelles par jour et la modernisation de sa plateforme d'information.



Prix remportés par le journal au fil des ans.



Prix de l'APF pour souligner le 80^e anniversaire du journal. Sur la photo : Stéphanie LeBlanc, chef de production et Francis Robichaud, directeur général et rédacteur en chef.

Multiplier les réalisations

En plus de publier son édition hebdomadaire, *Le Courrier de la Nouvelle-Écosse* a mené à terme trois grandes réalisations en 2018-2019. Tout d'abord, il s'est chargé de la vente du livre *Femmes inspirantes de la Baie Sainte-Marie*, une initiative de l'Association Madeleine LeBlanc qui présente le portrait de 250 femmes exceptionnelles de cette région de la Nouvelle-Écosse. Le livre a été publié à l'occasion du 250^e anniversaire de la municipalité de Clare (Nouvelle-Écosse). Il a eu tellement de succès qu'il en est à sa seconde impression.

L'équipe du *Courrier de la Nouvelle-Écosse* a aussi publié un cahier spécial sur le 50^e anniversaire de la Fédération acadienne de la Nouvelle-Écosse. Ce cahier présente des archives du journal racontant l'histoire de la Fédération et de ses membres.

Enfin, le journal a participé à la réalisation du livre bilingue de J. Edouard LeBlanc intitulé *Saulnier, Familles fondatrices de Saulnierville*. Cet ouvrage raconte l'histoire du village de Saulnierville (Nouvelle-Écosse) et a nécessité plus d'une année de travail.



L'ouvrage *Saulnier, Familles fondatrices de Saulnierville* de J. Edouard LeBlanc.

Regard sur l'avenir

Le journal souhaite continuer de représenter les membres des communautés francophones et acadienne de la Nouvelle-Écosse et de créer des liens entre les différentes régions de la province pour faire découvrir les identités francophones et acadienne. Le journal vise davantage les élèves des écoles du Conseil scolaire acadien provincial et des écoles d'immersion française. Dès la prochaine année, il entend refondre son site Web et s'investir davantage dans sa présence numérique. *Le Courrier de la Nouvelle-Écosse* espère que ce virage lui permettra d'être viable, d'accroître sa visibilité et de répondre aux nouvelles tendances du marché.

Date de fondation : 1937

Tirage : 1 100 exemplaires

Fréquence de publication :
51 numéros par an

Nombre d'employés :
2 employés

Propriétaire : **Société de presse acadienne**

La Nouvelle-Écosse en bref

La Nouvelle-Écosse est la province la plus peuplée des Maritimes. Elle est également le berceau de l'Acadie et du Canada puisqu'en 1604, une colonie française s'installait à Port-Royal. Au total, 96 085 personnes ont une connaissance du français dont 33 345 ont le français comme langue maternelle.

Sources : Recensement de 2016 de Statistique Canada et Fédération des communautés francophones et acadiennes.

Présence en ligne

@lecourrier

@courrierNE1937

lecourrier.com

1, rue Nicholas, suite 1208
Ottawa, ON K1N 7B7

Téléphone : 613.241.1017

Courriel : info@apf.ca

 @Associationdelapressefrancophone

 @apf_journaux

 www.apf.ca

L'Association de la presse francophone
et tous ses journaux membres désirent remercier
sincèrement les partenaires, collaborateurs et bailleurs de fonds qui
ont contribué au succès de notre réseau durant l'exercice 2018-2019.

Canada 
unis_{TV}



FONDATION

