RAPPORT ANNUEL 2015-2016

L'unique réseau canadien de journaux francophones en situation minoritaire!





Table des matières



MOT DU PRÉSIDENT	3
HISTORIQUE	4
RAPPORT DE GESTION	5
Représentation politique	5
Publicité fédérale	5
Fonds du Canada pour les périodiques	6
Promotion du réseau	
Représentation et réseautage	7
Les relations presse	
Poursuite des efforts sur les médias sociaux	9
Projets spéciaux1	
Service de nouvelles	1
CONGRÈS 2015	2
PRIX D'EXCELLENCE 2015	4
RESSOURCES HUMAINES	6
FONDATION DONATIEN-FRÉMONT 1	7
DU CÔTÉ DE NOS JOURNAUX 1	9
NOS MEMBRES	3

Vision

L'APF rassemble, appuie et représente ses publications membres afin d'assurer leur vitalité et leur pérennité, contribuant ainsi au développement et au rayonnement des communautés francophones et acadienne du Canada.

Mission

L'Association de la presse francophone (APF) est le réseau des journaux francophones en situation minoritaire du Canada. Sa mission est de rassembler, d'appuyer, de servir et de représenter ses journaux membres afin de contribuer au développement et au rayonnement de la presse francophone, ainsi qu'à la vitalité des communautés francophones et acadiennes du Canada.



Mot du président

L'année qui vient de s'écouler a été synonyme de grands enjeux et défis pour vous, consœurs et confrères de la presse écrite, et pour l'Association de la presse francophone.

Ce que nous retenons furent les nombreuses activités de représentation de l'APF auprès des ministères et des organismes gouvernementaux ainsi que sa présence médiatique.

En septembre dernier, en soutien à la plainte de la Fédération acadienne de la Nouvelle-Écosse (FANE), l'APF déposait une plainte auprès du Commissaire aux langues officielles pour dénoncer la baisse des publicités du gouvernement fédéral dans nos journaux. S'ensuivait une vague de support de la part d'alliés et partenaires dévoués tels que la Fédération des communautés francophones et acadienne (FCFA), l'Assemblée de la francophonie de l'Ontario (AFO), Journaux canadiens (CCNA) et Quebec community newspapers association (QCNA). Cette coalition a fait une différence et érigé un pont sur lequel nous avançons collectivement.

Nous avons déposé une plainte formelle au Commissaire aux langues officielles et rencontré les enquêteurs en novembre dernier. Nous attendons la publication du rapport préliminaire au cours des prochains mois.

Un autre évènement marquant de notre périple fut le témoignage de l'APF devant le Comité permanent de Patrimoine Canada le 8 mars. Nous avons pu compter tant sur un leadership engagé de la FCFA qui n'a pas hésité à apporter son appui lors de cet échange, que sur celui de l'Association des radios communautaires du Canada (ARC). Cela nous a permis de suggérer à l'unisson la création d'un programme d'appui équivalant à 1 % du budget de Radio-Canada destiné aux journaux et médias communautaires. «L'union fait la force », une devise que l'APF a une nouvelle fois fait valoir au cours de cette année.

Sur le plan médiatique, nous avons dénombré près de 40 articles de presse, 12 émissions radio et 4 émissions télévisées ayant permis de donner la parole à l'association et ses alliés communautaires. Je pense notamment à l'émission « Couleurs locales » sur Unis TV à laquelle j'ai eu l'honneur de participer et qui témoigne de l'attention portée à la santé de notre réseau.

Néanmoins, derrière l'enthousiasme que procurent ces nouvelles, subsiste une réalité a laquelle nous tâchons quotidiennement de nous adapter: le déclin des publicités du gouvernement fédéral. Cet important enjeu renforce la raison d'être de l'APF en confirmant son statut d'interlocuteur incontournable des instances gouvernementales.

Le gouvernement fédéral semble reconnaître l'importance de notre organisation en cette période d'adaptation pour les journaux. En avril dernier, le ministère de Patrimoine canadien a renouvellé notre financement pour les deux prochaines années.

Des enjeux et des défis se dresseront encore sur le chemin des journaux communautaires francophones en situation minoritaire. Avec la nouvelle équipe de l'APF, nous continuerons à renforcer nos journaux et les doter d'outils qui garantiront pour longtemps leur présence dans le paysage médiatique francophone.

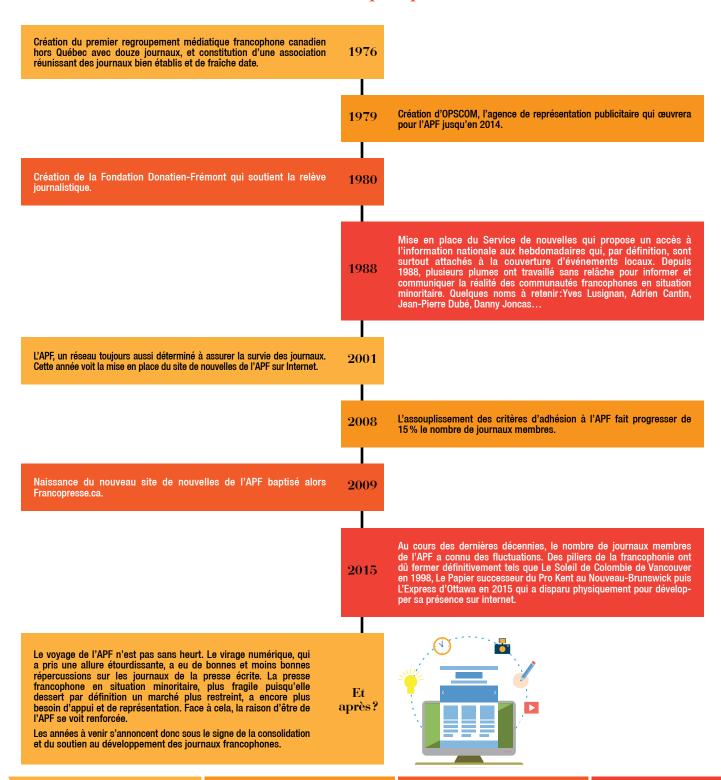
Je tiens enfin à remercier chaleureusement le conseil d'administration, Denis Poirier, François Legault, Alain Bessette et Janine Saulnier pour leur travail et le temps consacré à s'assurer du bien-être du réseau.

Francis Sonier, Président de l'APF

Historique

L'unique réseau canadien de journaux francophones en situation minoritaire depuis 40 ans!

Tour de l'APF en quelques dates...



Rapport de gestion

Un mandat réaffirmé

I. Représentation politique A. Publicité fédérale

La publicité fédérale reste un sujet central pour les journaux membres de l'APF et demeure au cœur des actions de l'association.

Depuis 2006, la réduction des publicités fédérales a stigmatisé les journaux membres de l'APF. Leurs revenus ont chuté considérablement en raison d'une diminution inexorable de 73 % des revenus publicitaires provenant des ministères et des agences du gouvernement fédéral. Le manque à gagner collectif des 22 journaux membres se chiffre à 1,5 million \$ par année et provoque des incidences directes sur la qualité et le volume de l'information véhiculée.

À titre indicatif, les placements publicitaires du gouvernement dans les médias de langue officielle sont passés de 1 938 876 \$ en 2006-2007, à 422 269 \$ en 2014-2015 (Source: Rapport annuel sur les activités de publicité du gouvernement du Canada 2014-2015).

Plusieurs actions de représentation politique et de sensibilisation ont été menées depuis la dernière AGA:

Plainte déposée au Commissariat aux langues officielles

Le 11 septembre 2015, le bureau national de l'APF a officiellement déposé une plainte au Commissariat aux langues officielles au sujet des publicités fédérales. Ce dépôt de plainte a reçu l'appui de Journaux canadiens (CCNA), de la Quebec Community Newspapers Association (QCNA) et de la Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (FCFA).

Campagne de sensibilisation « J'agis pour ma communauté »

En octobre 2015, l'APF a lancé une campagne d'appel à l'action « J'agis pour ma communauté! » sur son site internet www.apf.ca et ses réseaux sociaux. Cette opération invitait les communautés francophones à faire entendre leur voix en déposant à leur tour une plainte individuelle au CLO qui dénonce le non-respect des articles 41 et 42 de la *Loi sur les langues officielles*.



- Du 5 au 31 décembre 2015:97 vues sur www.apf.ca
- Plus de 30 twittes mentionnant l'APF depuis le début de la campagne
- Soutien des communautés francophones (reprises des twittes et post sur Facebook): FCFA, ARC, Radio-Canada

Un soutien engagé de nos alliés et partenaires communautaires

La plainte déposée initialement auprès du CLO par la **Fédération** acadienne de la Nouvelle-Écosse (FANE) en août, celles de l'APF et **FCFA** en septembre puis l'**Assemblée de la francophonie** de l'Ontario (AFO) en novembre derniers ont vraisemblablement porté leurs fruits. En effet, le 18 novembre, les enquêteurs du CLO ont rencontré la direction et les membres de l'APF. Plusieurs documents leur ont été soumis afin de faire progresser l'enquête et la mise en branle de leur rapport préliminaire prévu pour 2016.

Le 8 mars 2016 à Ottawa, l'APF et les autres organismes nationaux porte-paroles des médias en situation minoritaire du Canada, l'Alliance des radios communautaires du Canada (ARC) et la QCNA ont été invités à témoigner devant le Comité permanent de Patrimoine canadien. Appuyée par la FCFA, l'APF a réitéré l'importance que revêtent les placements publicitaires pour la pérennité des médias communautaires et a suggéré la création d'un fonds annuel équivalent à 1 % du budget de Radio-Canada destiné à soutenir les médias communautaires, dont les journaux.

Le 1er mars 2016 à Ottawa, l'APF a participé au comité de travail sur la situation des médias francophones de l'Ontario en milieu minoritaire orchestré par l'**AFO**. Cette rencontre visait à faire ressortir les défis et enjeux, cerner des pistes de solution et enclencher des actions à court et moyen termes pour assurer leur viabilité. L'une des solutions avancées était de dresser un portrait des médias francophones en Ontario auprès des gouvernements et de leur démontrer la vitalité et l'importance de leur pérennité pour la communauté.



Francis Sonier de l'APF et la sénatrice Maria Chaput

B. Fonds du Canada pour les périodiques

Cette année s'est poursuivie avec des rencontres et des discussions autour du volet « Aide aux éditeurs » du Fonds du Canada pour les périodiques.

À l'invitation de la sénatrice Maria Chaput en décembre dernier, la direction générale de l'APF ainsi que des organismes nationaux de la francophonie canadienne ont participé à une réunion au Parlement. Cette rencontre a permis à la Sénatrice d'exposer les démarches engagées à l'égard du projet de loi déposé au Sénat pour modifier la *Partie IV* de la *Loi sur les langues officielles*. La Sénatrice Chaput a également réitéré la nécessité de réviser les critères d'attribution du Fonds du Canada pour les périodiques (dossier ayant fait objet d'une plainte par l'APF sous la présidence de Sophie Gaulin).

Le président de l'APF a tenu à rappeler que le programme est inéquitable puisque le montant de l'aide attribuée est basé sur le nombre d'abonnés, pénalisant les journaux distribués sur un marché plus restreint comme celui des communautés francophones en milieu minoritaire. Cet événement fut aussi l'occasion d'établir un contact avec le député Randy Boisonnault qui s'est montré attentif à la cause des médias communautaires.

Les rencontres de l'APF avec les enquêteurs du CLO et les députés du Comité permanent de Patrimoine canadien ont été une fois encore l'occasion de marteler les défis auxquels doivent faire face les journaux francophones.

II.Promotion du réseau

A. Représentation et réseautage

Grâce à son conseil d'administration, ses membres et l'équipe du secrétariat, l'APF multiplie ses participations aux événements et occasions de réseautage:

Forum électoral de l'Association franco-yukonnaise (AFY)

Le 26 septembre 2015, l'APF a participé au Forum électoral en français de l'AFY qui réunissait les candidats au siège de député du Yukon.

Des questions portant sur le développement des communautés francophones en milieu minoritaire et notamment sur l'engagement des partis envers les journaux communautaires ont été abordées. La participation de l'APF avait pour objectif de soutenir son membre *L'Aurore boréale* tout en portant à la connaissance de la population, des médias, des politiques et organismes yukonnais les enjeux et défis auxquels font face les journaux francophones.



Le Forum électoral en direct du compte Twitter de l'AFY.

Bilan du Forum des leaders de la FCFA

Le 26 février 2016, presque dix ans après le Forum tenu en 2007, s'est tenu le bilan du Forum. Il était question des rôles et responsabilités des membres concernant les travaux futurs du Forum, la mise à jour du Plan stratégique communautaire ainsi que le rôle du Forum. L'APF a ainsi souligné l'ouverture du nouveau gouvernement à la cause des médias en milieu minoritaire. Le président de l'APF a rapporté les discussions encourageantes avec les ministres et leur entourage. Simon Forgues, le délégué général de l'Alliance des radios communautaires du Canada (ARC), a rapporté que Patrimoine canadien s'est révélé très sensible à la cause des médias communautaires et de l'information locale.



Francis Sonier de l'APF et Mélanie Joly, ministre du Patrimoine canadien, rencontrée lors d'une célébration de la francophonie canadienne au Parlement le 25 février 2016.

L'APF a su habilement choisir les organismes de la francophonie canadienne qui lui permettent de se faire entendre et représenter à grandeur du pays:

■ L'APF est toujours membre de la **Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada (FCFA)**, ce qui permet d'obtenir le solide appui d'un organisme national respecté et reconnu par les instances gouvernementales canadiennes.

Le 27 février, lors du conseil d'administration, l'APF et d'autres médias communautaires se sont réclamés d'une prise de position claire, forte et solidaire de la FCFA à leurs côtés, indiquant que son appui serait le fer de lance de leurs revendications auprès des instances politiques.

La présidence de l'APF a souligné le rôle des médias francophones qui véhiculent les réalisations de la communauté, contribuant sans nul doute à leur épanouissement.

L'association fait également partie des membres de la **Canadian Community Newspapers Association (CCNA)**, un organisme qui regroupe les journaux de la presse communautaire du Canada.

Toutefois, lors de la réunion du conseil d'administration de la CCNA en février dernier, l'organisme a présenté la nouvelle structure qu'il souhaiterait adopter en 2016. Cette entité serait le résultat de la fusion des associations de journaux canadiens (quotidiens et communautaires) en association nationale appelée « Newsmedia Canada ». En regroupant des associations régionales de journaux, celle-ci se présente inadéquate et non pertinente pour l'APF et son réseau. En effet, ce modèle est dichotomique avec le mandat de l'APF et génèrerait la suspension de sa subvention de base. Advenant que le changement soit adopté, l'APF, tout comme l'organisme représentant les journaux anglophones du Québec, la Quebec Community Newspapers Association (QCNA), perdra son siège au bureau de direction. L'APF pourrait demeurer membre de la nouvelle entité nationale à titre d'observateur, sans droit de vote.

B.Les relations presse

L'APF a déployé des efforts en matière de relations presse afin que ses messages soient relayés par les médias. L'impact a été mesuré à travers les retombées médiatiques, soient les reportages, entrevues et articles récoltés.

Les présences médias repérées se ventilent ainsi :

Désignation	Nombre	Commentaires
Communiqués de presse envoyés	5	
Articles de presse (papier et web) (excluant les articles du Service de nouvelles de l'APF)	38	Portant principalement sur l'APF:11 Citant l'APF:18 Articles sur les médias francophones en situation minoritaire:9 81,5 % portent sur la baisse des publicités fédérales.
Entrevues radiophoniques	12	84% portent sur la baisse des publicités fédérales.
Émissions TV	4	100% portent sur la baisse des publicités fédérales.



Francis Sonier dans l'émission Couleurs locales sur Unis TV.

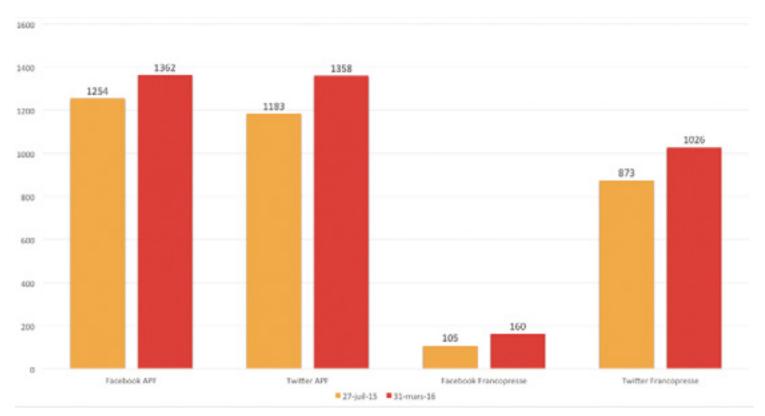


C. Poursuite des efforts sur les médias sociaux

Une présence active dans le monde virtuel

Depuis 2014, l'APF a repris du galon sur les plateformes numériques. Dotée d'une page Facebook et Twitter, l'association ne manque pas une occasion de promouvoir ses membres et leurs initiatives.

Augmentation des abonnés à nos réseaux sociaux



D. Projets spéciaux Cahiers spéciaux Ontario 400°

Un partenariat avec l'Assemblée de la francophone de l'Ontario a été développé en 2015 pour souligner les 400 ans de la présence française dans la province. Les membres situés en Ontario ont été invités à participer à cet événement en publiant une section spéciale basée sur le matériel fourni par l'APF. Dix journaux sur les onze que compte la province ont offert le produit à leurs lecteurs.

Sites web et solutions numériques

Le conseil d'administration a formé au cours de la dernière année un comité technique qui travaille à l'élaboration d'une solution web pour les membres. Cette solution se doit d'être moderne, alliant fureteur bureau, tablette et mobile. Celle-ci devra aussi présenter une plate-forme simple d'utilisation pour les membres qui promouvra l'échange de ressources entre eux. Elle intégrera des fonctions avancées visant à maximiser les clics des membres, la vente de publicités et les fonctionnalités intégrées. La conception, la programmation et la mise en ligne de cette plate-forme seront une priorité de notre organisation au cours de la prochaine année.

Suite à la présentation à l'AGA 2015, le conseil d'administration et la direction ont examiné de plus près la solution ProtecMedia ainsi que des solutions alternatives.

Le conseil d'administration envisage de faire une demande de subvention après la consultation des membres dans le but de sonder l'intérêt envers ce type de plate-forme de production numérique.



E. Service de nouvelles

Francopresse.ca

Le Service de nouvelles de l'APF a rencontré un changement depuis juillet 2015. Le directeur sortant, Adrien Cantin, qui assurait sa coordination durant son mandat continue d'assurer la coordination du service sur une base hebdomadaire.

Analyse

En 2015-2016, le nombre d'articles envoyés était légèrement inférieur à l'année précédente (229 contre 267 soit -14,2 %). La reprise des articles du SdN par les membres a progressé d'environ 34 % et celle des caricatures de 7,7 %.

Presse canadienne

L'entente conclue avec La Presse canadienne en 2013 a permis l'accès aux informations à grandeur du Canada et plus ciblées. Bien que l'APF a observé une reprise régulière par certains des membres,

l'utilisation de ce service a légèrement baissé en 2015-2016: -8%. Notre entente vient à échéance le 31 juillet 2016. La Presse canadienne nous a fait parvenir une proposition d'un an dont les coûts demeurent abordables. Nous leur avons demandé d'inclure dans la proposition toutes les plateformes numériques (ordinateur, tablette et mobile) afin de permettre la diffusion du contenu, sans contrainte.

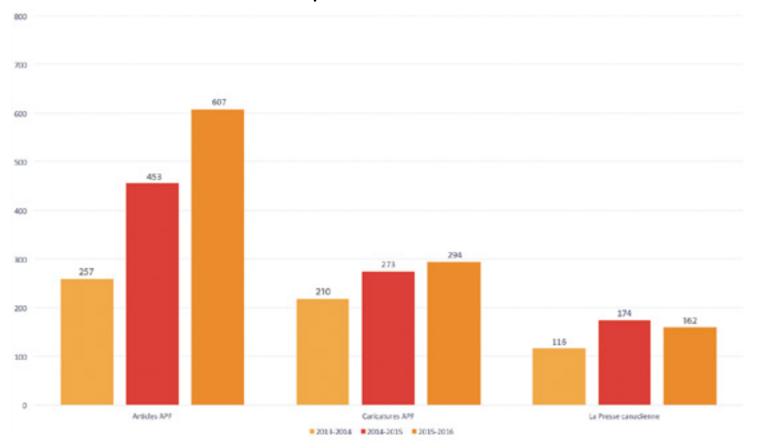
Collaborations

L'entente de collaboration nous liant à l'**Association des professionnels de la chanson et de la musique (APCM)** a été renouvelée pour 2016-2017. En termes pratiques, l'entente avec l'APCM donne lieu à la rédaction et à la publication de critiques de disques et de spectacles : 24 durant l'année.

L'APF a également reconduit une entente similaire avec le **Regroupement des éditeurs canadiens-français (RECF)** et a pu proposer 12 recensions littéraires fort appréciées par les journaux.

Statistiques du Service de nouvelles

Nombre de reprises des textes et caricatures



RAPPORT ANNUEL 2015-2016

Congrès 2015

Retour sur le Congrès



L'APF a tenu son 39° congrès annuel à l'hôtel Ramada Plaza à Régina, en Saskatchewan. Du 10 au 11 juillet, les membres de l'association ainsi que nos partenaires et invités ont pu échanger autour des enjeux des journaux de la presse écrite. Ces présentations ont été assurées par des panélistes experts en stratégie et production numériques, mais également en marketing. Les ateliers ont permis aux professionnels des médias de transmettre, intégrer et amender de nouvelles pratiques.

Gala des Prix d'excellence



Le Gala des Prix d'excellence a eu lieu au Bistro du Carrefour des Plaintes à Régina. Les membres de l'APF, leurs partenaires et invités étaient présents afin de saluer le travail accompli par les journaux gagnants de l'édition 2015. Cette soirée de reconnaissance a permis de remettre 17 prix. Le Prix d'excellence générale a été remis à *La Liberté* (Manitoba).

Merci à tous nos partenaires du Congrès

Bailleur de fonds

Canada

Partenaires prestiges ——









Partenaires associés —



lignes agates marketing



Partenaires complices













Prix d'excellence 2015

Lauréats des prix d'excellence



Journal de l'année

• Lauréat : *La Liberté* (Manitoba)

• 1re mention: L'Express d'Ottawa

• 2^e mention: Le Voyageur (Sudbury, ON)

Prix d'excellence générale

Qualité du français

• Lauréat: Le Voyageur (Sudbury, ON)

• 1re mention : *La Liberté* (Manitoba)

• 2º mention: L'Express d'Ottawa

Qualité graphique

• Lauréat : La Liberté (Manitoba)

• 1re mention: L'Express d'Ottawa

• 2^e mention: Le Voyageur (Sudbury, ON)

Rédaction journalistique

• Lauréat : *La Liberté* (Manitoba)

• 1re mention: L'Express d'Ottawa

• 2e mention: Agricom (Clarence Creek, ON)

Prix d'excellence

Meilleur article communautaire de l'année

• Lauréat : La Liberté (Manitoba)

• 1re mention: Agricom (Clarence Creek, ON)

• 2^e mention: Agricom (Clarence Creek, ON)

Meilleur cahier spécial

• Lauréat : Acadie Nouvelle

• 1^{re} mention: *La Voix acadienne* (I.P.E.)

• 2^e mention: *Le Voyageur* (Sudbury, ON)

Photographie de l'année

• Lauréat : Le Franco (Alberta)

• 1re mention: Le Gaboteur (T.N. et Labrador)

• 2^e mention : L'Aurore boréale (Yukon)

Éditorial de l'année

Lauréat : L'Aquilon (T.N.O)

• 1^{re} mention: L'Eau vive (Saskatchewan)

• 2^e mention: *Le Voyageur* (Sudbury, ON)

Meilleure annonce fabriquée « maison »

• Lauréat : L'Aurore boréale (Yukon)

• 1^{re} mention : *La Liberté* (Manitoba)

• 2º mention: L'Express d'Ottawa

« Une » de l'année

• Lauréat : L'Express d'Ottawa

• 1re mention: L'Eau vive (Saskatchewan)

• 2^e mention : *L'Aurore boréale* (Yukon)

Meilleur article d'actualité

• Lauréat : Le Franco (Alberta)

• 1re mention : La Liberté (Manitoba)

• 2º mention: Le Régional (Hamilton et Niagara, ON)

Meilleur article en arts et culture

• Lauréat: Agricom (Clarence Creek, ON)

• 1re mention: Le Voyageur (Sudbury, ON)

• 2^e mention: *L'Aquilon* (T.N.O)

Meilleur projet spécial (type magazine) de l'année

• Lauréat : Acadie Nouvelle

• 1re mention: Le Gaboteur (T.N. et Labrador)

• 2^e mention: La Voix acadienne (I.P.E.)

Meilleure couverture d'un dossier

• Lauréat : *La Liberté* (Manitoba)

• 1re mention: Agricom (Clarence Creek, ON)

• 2^e mention: La Liberté (Manitoba)

Meilleure section spéciale

• Lauréat : La Voix acadienne (I.P.E.)

• 1re mention: L'Action

• 2^e mention: L'Eau vive (Saskatchewan)

Meilleure présence sur le Web

• Lauréat : Acadie Nouvelle

• 1^{re} mention: L'Eau vive (Saskatchewan)

• 2º mention: L'Express d'Ottawa

Engagement de la jeunesse

• Lauréat : La Liberté (Manitoba)

• 1re mention : La Liberté (Manitoba)

• 2e mention: Le Voyageur (Sudbury, ON)



RAPPORT ANNUEL 2015-2016

Ressources humaines

Conseil d'administration



Francis Sonier Président



Denis Poirier
Vice-président



François Legault
 Secrétaire-Trésorier



Alain Bessette Administrateur



Janine SaulnierAdministratrice

Personnel

- Adrien Cantin a occupé le siège de directeur général de septembre 2014 à juillet 2015 avant de le laisser à **Jean-Patrice Meunier** de juillet 2015 à mars 2016.
- Sophie Bègue s'est jointe à l'équipe en août 2015 en remplacement du congé sabbatique de Caroline Cantin, directrice adjointe. Suite au départ de Caroline en février 2016, Sophie a intégré officiellement le personnel de l'APF en tant que chargée des communications et projets spéciaux.
- Julie Pommainville occupe actuellement le poste de gestionnaire des opérations financières depuis octobre 2014.
- **Étudiants d'été:** Pendant l'été 2015, grâce au soutien financier de Jeunesse Canada au Travail (JCT), deux étudiants ont rejoint l'équipe: **Marie-Maude Turcotte**, affectée à la Fondation Donatien-Frémont, et **Alex Antonacci** au Service de nouvelles sous la supervision du coordonnateur des nouvelles actuel, Adrien Cantin. Les deux étudiants ont fait preuve d'efficacité dans l'atteinte des résultats de la FDF et du SdN.

Fondation Donatien-Frémont

Cultiver la relève



La Fondation Donatien-Frémont, avec le soutien financier renouvelé du Secrétariat des affaires intergouvernementales canadiennes (SAIC), a accordé des bourses de stages à des étudiantes et des étudiants inscrits dans des programmes postsecondaires en journalisme et en communication. Ces bourses confirment l'engagement de la Fondation Donatien-Frémont pour la relève dans nos organes de presse et le soutien des instances gouvernementales pour étendre sa mission. Lors de sa tournée promotionnelle 2015-2016, l'APF a rejoint plus de **250 étudiants** et rencontré près de **160 étudiants** de l'Université d'Ottawa, La Cité collégiale, l'Université de Québec en Outaouais (UQO), l'Université du Québec à Montréal (UQÀM), l'Université de Montréal (UdeM) et du Cégep de Jonquière.

Le comité d'attribution des bourses composé de trois membres, Alain Bessette, Chantal Quirion et Odette Bussière, s'est rencontré à l'hiver 2016. Six bourses de stage ont alors été délivrées.

En avril 2016, ces six boursiers ont réalisé leur stage en Ontario, dans l'Atlantique, l'Ouest et les territoires.



Photo: Courtoisie

Témoignage de François Gravel, ancien boursier de la FDF

«Je suis François Gravel, éditorialiste et responsable de contenu de l'Acadie Nouvelle et ancien boursier de la Fondation Donatien-Frémont. C'était en 1995. Une éternité finalement. J'étais loin de me douter à l'époque à quel point le monde des médias changerait en seulement quelques années.

Je me souviens encore, quand j'étudiais à l'Université de Moncton, que j'étais fier de découvrir qu'une fondation existait au Canada pour appuyer les journalistes en devenir qui font le difficile choix de pratiquer leur métier et passion en milieu minoritaire.

L'aide financière a servi à payer une modeste part du coût de mes études. Mais il y avait aussi le message envoyé, à savoir que quelque part au pays, une fondation croyait en moi (et les autres boursiers) ainsi qu'au rôle que je rêvais de jouer dans le monde du journalisme.

Continuez votre important travail. D'autres futurs jeunes chevaliers de l'information ont besoin de votre appui. Ils sont l'avenir de la presse francophone. »

L'appui aux stages

Fonds du SAIC

Nom	Journal d'accueil	Programme d'études	Institution d'attache	Montant
Emile Brassard	L'Aurore boréale	Art et technologie des médias	Cégep de Jonquière	3 000 \$
Laëtitia Rattier	L'Aurore boréale	Journalisme	UQÀM	3000\$
Mizaël Bilodeau	Le Métropolitain	Journalisme	UQÀM	3000\$

Fonds de la Fondation Donatien-Frémont

Nom	Journal d'accueil	Programme d'études	Institution d'attache	Montant
Gabrielle Lizee-Prynne	L'Aurore boréale	Arts spécialité Communication	Université d'Ottawa	3000\$
Emilie Pelletier	Le Franco	Journalisme	La Cité collégiale	3 000 \$
Alexandre Mckinnon	Le Moniteur acadien	Journalisme	La Cité collégiale	3000\$

N.B. À l'assemblée générale annuelle qui s'est tenue à Ottawa en juillet 2014, les membres ont exprimé leur désir de revoir la formule de financement de la Fondation Donatien-Frémont en conformité avec les orientations formulées dans le plan stratégique. En décembre 2014, le comité d'attribution des bourses a décidé d'abolir les bourses d'études afin de bonifier les bourses de stage pour permettre aux stagiaires une plus grande mobilité géographique.



Ontario

Agricom: un marché de niche

Le journal *Agricom* amorce l'année 2016 avec optimisme. « *Nous sommes la référence francophone en agriculture pour l'information destinée au grand public diffusée à travers les grands médias généralistes et, avec l'Agricom nous sommes également la référence en actualité ontarienne. Je suis fier de mentionner que l'Agricom résiste bien à la morosité générale qui frappe les médias écrits », affirme le directeur général, Simon Durand.*

Agricom jouit effectivement d'un marché de niche qui l'avantage sur le plan de la concurrence, néanmoins, son mandat national lui pose un défi de taille avec un seul bureau dans l'Est ontarien et une très petite équipe: un directeur général, une conseillère en publicité et une journaliste qui coordonne le travail de collaborateurs et de pigistes. Néanmoins, en cette ère technologique, ce défi n'est pas insurmontable. Les téléconférences, les entrevues téléphoniques et les communications électroniques qui permettent le partage de photographies dans un temps record sont monnaie courante. Comme plusieurs nous tentons d'accroître notre présence sur les médias sociaux. Des formations pour nous aider à augmenter notre auditoire sont au programme. Quant au virage numérique, nous sommes à observer ce qui se fait ailleurs, sans pour autant avoir encore amorcé le tournant au-delà du site Internet. Demeurer alerte semble le mot d'ordre qui prévaut au sein d'Agricom dont la fidélité des lecteurs est garante de l'avenir.

L'Agricom est toujours publié à 22 éditions par année et est disponible sur abonnement partout en Ontario ainsi qu'au Canada. Nous rejoignons ainsi toutes les deux semaines nos 1800 adresses de livraison ce qui se traduit par environ 6000 lecteurs.

Le Carillon, Le Reflet et Le Journal de Cornwall

C'est une autre année de transformation pour la Compagnie d'édition André Paquette Inc., éditeur des journaux *Le Carillon* de Hawkesbury, *Le Reflet* d'Embrun et *Le Journal de Cornwall*, qui vient de lancer ses premiers journaux numériques pour tablettes et téléphones intelligents fonctionnant sur iOS et Android.

C'est aussi une année d'anniversaire pour certains de nos journaux. En effet, *Le Reflet* souffle ses 30 bougies alors que *Le Carillon* entame sa 70° année.

Ouest et Nord

L'Action

Le Sud-Ouest de l'Ontario se partage entre deux journaux propriétés d'Altomédia: *Le Rempart*, pour la région s'étirant de Windsor et Chatham-Kent, et *L'Action*, couvrant un territoire dont les deux villes principales sont London et Sarnia. Ces deux journaux publient chaque année le *Guide Alto du Sud-Ouest*, un répertoire des services locaux offert en français. En 2015, ce répertoire a pour la première fois été imprimé en couleur. Ce fut un grand succès, non seulement auprès des lecteurs que des annonceurs.

Dans le département des ressources humaines, *L'Action* compte désormais parmi ses collaborateurs un jeune homme qui a commencé à faire ses premières armes journalistiques alors qu'il était encore au secondaire. C'est en effet alors qu'il étudiait à l'École secondaire catholique de Pain Court, sur le territoire desservi par *Le Rempart*, que William Tran a commencé sa collaboration avec ce journal bien ancré dans la vie de la communauté de langue française. Ses articles ont permis aux lecteurs d'avoir un aperçu du quotidien en milieu scolaire avec tout ce que cela signifie en termes d'activités pour les jeunes.

En septembre 2015, William Tran entamait ses études à l'Université Western, à London, cette fois sur le territoire de *L'Action*. N'ayant rien perdu de son intérêt pour l'écriture, c'est bien vite qu'il a repris du service pour couvrir l'actualité franco-ontarienne. Bien que le campus lui offre matière à écrire des articles, son champ d'action s'est élargi à l'ensemble des évènements et organismes de London.

L'Aquilon: 30 ans au service de la communauté

Février a marqué le 30° anniversaire du journal *L'Aquilon*. C'est un peu curieux de célébrer un tel jalon alors que la survie de plusieurs médias francophones en milieu minoritaire est remise en cause en raison de décisions gouvernementales en matière de placement publicitaire. Comme plusieurs autres journaux ainsi que l'APF, *L'Aquilon* cherche des solutions à court, moyen et long termes. Cependant, ce sont les solutions à court terme qui deviennent urgentes puisque nos revenus ne cessent de diminuer. Depuis un an, c'est la qualité de l'information qui souffre de nos pertes de revenus et on ne sait toujours pas si le nouveau gouvernement fédéral viendra à notre aide. 2016 doit devenir une année charnière pour les journaux sinon plusieurs d'entre nous disparaîtront l'an prochain.

L'Eau vive

L'Eau vive a connu une année en dents de scie. Forcée d'interrompre la publication du journal à la fin du mois de novembre pour des raisons financières, la Coopérative des publications fransaskoises (CPF) a convoqué une assemblée extraordinaire de ses membres. Au cours de celle-ci, les sociétaires ont accepté de suspendre la publication pendant 3 mois, le temps de mettre en place des mesures et une stratégie pour assurer la pérennité du journal. Parmi les mesures adoptées, on note la fréquence de publication qui sera dorénavant aux deux semaines.

Une campagne de collecte de fonds a été lancée auprès de la communauté fransaskoise. Celle-ci a permis de récolter 48 000 \$, ce qui témoigne un attachement de la communauté pour sa presse écrite. Parallèlement, la CPF a poursuivi son virage numérique avec le développement du Portail fransaskois, un outil novateur qui redéfinit le rôle d'un média d'information communautaire.

Le Métropolitain: une année de grands rendez-vous

L'hebdomadaire *Le Métropolitain* a connu une année bien remplie à Toronto avec la présentation des Jeux PanAm l'été dernier. Le journal a joué un rôle important dans la promotion des Jeux en français avec la publication de nombreuses publicités durant les mois qui ont précédé les compétitions et les activités communautaires de Panamania, la promotion et la couverture de plusieurs spectacles d'artistes de la francophonie internationale.

Le journal était commanditaire de plusieurs événements liés à la présentation de ces jeux, dont les deux semaines de festivités de la Franco-Fête au centre-ville en juillet. Durant cette période, il y avait également toutes les activités entourant les 400 ans de présence française en Ontario. D'ailleurs, pour souligner ce moment historique, le journal a publié en juin 2015 une nouvelle édition de *Guide Alto de Toronto*, le répertoire en couleur dans lequel les Franco-Torontois retrouvent toutes les ressources francophones de la ville reine. La première partie du guide racontait l'histoire de la francophonie ontarienne depuis quatre siècles. *Le Métropolitain* a participé activement aux célébrations du 400e anniversaire qui ont atteint leur apogée du 22 au 25 octobre alors que l'Assemblée de la francophonie de l'Ontario tenait son grand rassemblement à Toronto. Le journal a aussi rafraîchi son image en début d'année en changeant son entête.

Le Rempart:50 ans et autant de défis

L'année 2016 marque le 50e anniversaire de fondation du journal hebdomadaire *Le Rempart* de Windsor-Essex-Chatham-Kent. Publié par Altomédia, *Le Rempart* est le journal francophone qui a survécu le plus longtemps dans cette région plus près de la culture américaine que de la civilisation canadienne-française. *Le Rempart* demeure le fidèle descendant d'une longue tradition journalistique française dans ce coin de pays.

Aujourd'hui encore, la communauté francophone du sud-ouest de l'Ontario reste attachée à son hebdo comme l'indique le slogan du 50° placé sur l'entête du journal: l'hebdo des francophones du Sud-Ouest depuis 50 ans. Parmi les bons coups de la dernière année, le journal a publié une édition en couleur du Répertoire des ressources francophones du Sud-Ouest — *Guide Alto du Sud-Ouest*, publication format magazine qui a connu un franc succès l'automne dernier.

Les défis restent cependant nombreux pour l'équipe du journal avec le changement des habitudes de consommation de la nouvelle génération de lecteurs qui préfèrent de loin les médias sociaux et la vidéo à la lecture traditionnelle. Le journal publie bien une édition électronique sur son site internet, mais pour le public cible, la nouvelle ne sort jamais assez rapidement. Et les agences de publicité suivent cette tendance en limitant leurs annonces imprimées au minimum. La diversification des revenus publicitaires restera le défi du journal pour les mois à venir et passera invariablement par la refonte de notre plateforme électronique et une plus grande activité sur les médias sociaux.

Le Régional

Il est très souvent difficile pour les nouveaux arrivants de se trouver un bon emploi dans leur domaine. *Le Régional* compte cependant dans ses rangs un journaliste qui a eu la chance d'échapper à cette pénible réalité.

Donat M'Baya réside à St. Catharines, dans la péninsule du Niagara. Cette région compte une importante communauté francophone qui, depuis quatre générations, travaille avec ténacité pour se doter et faire vivre un vaste réseau d'institutions et d'organismes. C'est donc dire que les sujets d'article n'y manquent pas. Pour un journaliste, il y a là une occasion de mettre à profit ses habiletés. Pour un immigrant de langue française, c'est autant de possibilités de faire connaissance avec sa communauté d'accueil. Pour Donat M'Baya, c'est les deux.

Depuis son embauche au *Régional*, M. M'Baya, journaliste professionnel, couvre la riche actualité des francophones de cette magnifique région. Le portrait sociologique de ces derniers est varié et leurs activités communautaires le sont encore davantage. Voilà donc un beau défi pour cet esprit curieux et engagé que les circonstances amènent à rencontrer des gens de tous âges et de toutes origines, mettant à leur service sa longue expérience dans le domaine des communications.

RAPPORT ANNUEL 2015-2016

Atlantique

La Voix acadienne

Depuis que la nouvelle gouvernance de la communauté de l'Î.-P.-É. a procédé à son analyse d'un mécanisme en matière de communications communautaires, *La Voix acadienne* s'est engagée à être l'intervenant pour ce volet. Un plan d'opérationnalisation a été réalisé et validé par le Conseil d'administration du journal.

Nous procédons au développement d'un nouveau modèle de communication qui saura répondre au mieux aux besoins des partenaires communautaires et gouvernementales. Nous envisageons de prendre un virage numérique et augmenter considérablement notre présence en ligne. Dans cette perspective, la nouvelle structure sera appelée à mettre en place des outils qui répondront aux besoins de la communauté en matière de gamme de services identifiés dans un sondage réalisé par *La Voix acadienne*. Les dirigeants mèneront donc le dossier et les démarches pour l'établissement de ce nouveau modèle d'ici 2017.



Acadie Nouvelle

La restructuration de notre industrie — ce que plusieurs appellent la crise des médias — s'est poursuivie à vitesse grand V en 2015.

Changements technologiques, réduction des effectifs dans les salles de rédaction, diminution des revenus et multiplication des sources d'information font en sorte que plusieurs journaux peinent à garder la tête hors de l'eau.

Dans un tel contexte, il est essentiel de faire et de penser autrement pour réussir. Il faut diversifier ses sources de revenus, puisque la publicité et les abonnements ne sont plus les vaches à lait qu'ils étaient auparavant. La tarte est maintenant divisée entre beaucoup, beaucoup plus de joueurs.

C'est avec ce souci de faire autrement que la direction de l'*Acadie Nouvelle* a entamé la dernière année.

Nous avons d'abord procédé à une restructuration de la salle de rédaction, pour mieux négocier le virage numérique. Nous avons réussi à augmenter de façon exponentielle le nombre de visiteurs sur notre site d'information, refait à neuf en septembre. Le nombre de visiteurs uniques a doublé depuis la restructuration. Quelque 340 000 personnes lisent 1,5 million de pages, en moyenne, chaque mois. Et plus de 32 000 personnes sont amies de notre page Facebook.

Tous nos conseillers publicitaires ont suivi une formation sur la vente en ligne au cours de la dernière année.

Une nouvelle entreprise, TANGO Média, a été créée en partenariat avec une firme de communication stratégique pour offrir des solutions web aux entreprises. TANGO Média fournit également des services de téléphonie IP.

Nous offrons désormais des coupons-rabais sur notre boutique en ligne (anboutique.ca). Nous publions de nouveaux produits, tels que des journaux communautaires. Avec des partenaires, nous organisons des événements dans nos régions: nous avons ainsi reçu Jean Airoldi et Jean-François Lépine au cours des derniers mois.

Nos membres

Atlantique











– Ontario –























Ouest et Territoires















267, rue Dalhousie Ottawa, Ontario K1N 7E3

Tél. 613.241.1017 Téléc. 613.241.6313

> admin@apf.ca www.apf.ca

Suivez-nous sur



