il en écran

www.fedetvc.qc.ca

Bulletin de liaison Numéro 81, décembre 2018

Dans ce numéro :

- Le mot du président
- Le mot de la direction
- 20e congrès annuel de la Fédération
- Le nouveau C.A. de la Fédération
- Plateforme(s) - Le sommet québécois des médias
- Colloque « Oser réinventer son financement tout en préservant sur ADN »
- Les bons coups
- Événement « Pour en finir avec les fausses nouvelles »
- Vœux des fêtes

LE MOT DU PRÉSIDENT

Nous voilà déjà à l'aube d'une nouvelle année, 2018 aura été rempli de défis, sans être un grand prophète je peux vous assurer que 2019 comportera aussi son lot de défis et d'embuches. Les TCA n'y échapperont pas, mais la résilience et la combativité dont nous avons toujours fait preuve nous permettront de surmonter les obstacles, quels qu'ils soient.

Notre fédération demeure le meilleur outil pour traverser les années à venir. Pour ce faire nous avons besoin d'une fédération forte et unie, soyons solidaires!

En mon nom personnel ainsi qu'au nom des membres du conseil d'administration, je vous souhaite de passer un super temps des fêtes en familles. Profitez de ces moments de réjouissance pour faire le plein d'énergie afin d'être prêt pour continuer à servir nos communautés.

Nos meilleurs vœux à tous les artisans et bénévoles du Québec sans qui notre mission serait impossible.

Sylvain Racine
Président de la Fédération

LE MOT DE LA DIRECTION

C'est une autre année bien rempli qui s'achève. Mais j'ai plutôt envie de parler de la nouvelle année encore plus chargée qui s'en vient pour nous! Nous aurons, dans les prochains mois, à gérer deux nouveaux projets de développement rendus possibles grâce au Ministère de la Culture et des Communications. La Fédération accueillera, en mars prochain, un agent de développement numérique dédié entièrement à ce secteur. Nous chercherons, après les fêtes, la perle rare qui pourra nous amener plus loin dans notre réflexion numérique et appuyer nos membres dans leur développement. Le MCC a aussi mis à notre disposition une enveloppe visant le développement de l'auditoire et du lectorat des médias communautaires de la province. Nous travaillerons donc en partenariat avec l'AMECQ et l'ARCQ à l'élaboration d'une enquête exhaustive sur le lectorat, les téléspectateurs et les auditeurs pour en arriver à un diagnostic menant à des recommandations pour le développement de ces derniers.

Ces nouveaux projets nous emballent et nous avons déjà commencés à nous mettre à la tâche. Tout ceci sans oublier l'examen du Cadre législatif canadien sur les communications, comprenant la *Loi sur les télécommunications* et la *Loi sur la radiocommunication* ainsi que la *Loi sur la radiodiffusion*. Cette révision pourrait avoir un impact majeur sur la manière dont les communications, au sens plus large, sont régulées au pays. Nous travaillons donc sur un mémoire où nous prendrons position pour l'intérêt de nos membres.

Finalement, l'autre gros dossier de représentation concerne Patrimoine Canadien et l'aide promise l'an dernier pour le financement des nouvelles locales. Nous élaborons une proposition qui leur sera soumise après les fêtes afin d'obtenir pour les TCA de la province une partie de ces fonds pour l'emploi de journalistes dédiés à la production de nouvelles dans nos régions mal desservies. Évidemment, nous espérons pouvoir vous communiquer de bonnes nouvelles au début de l'année prochaine. Mais d'ici là, passez un beau temps des fêtes!

Amélie Hinse
Directrice générale

20E CONGRÈS ANNUEL DE LA FÉDÉRATION DES TCA DU QUÉBEC

C'est sous la thématique « Les télévisions communautaires autonomes, enracinées dans notre histoire, tournées vers l'avenir » que les membres de la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec (la Fédération) se sont réunis à l'Hôtel Montfort à Nicolet. L'évènement, qui se déroulait du 12 au 14 octobre, marquait le 20e anniversaire de fondation de la Fédération. Ce sont 54 délégués représentant 30 des 41 télévisions communautaires autonomes (TCA) membres de la Fédération qui se sont rassemblés à cette occasion.

Le vendredi après-midi, dès leur arrivée, les membres ont pu participer à la traditionnelle exposition de matériel d'équipement télévisuel. L'exposition de cette année se distingue des précédentes puisqu'elle se concentrait pour la première fois sur des technologies permettant de diffuser en direct à distance. Les exposants présents sur place étaient : Applied Électronique et DXM technologie. Deux membres ont également pris part à l'exposition pour présenter leur programmation, soit la Télévision communautaire de Beauceville et la Télécommunautaire Laurentides & Lanaudière.

La journée du samedi fut d'abord consacrée à l'assemblée générale annuelle, où les membres ont pu faire le bilan de la dernière année, discuter des dossiers de l'heure de la Fédération et élire le nouveau conseil d'administration. Ce dernier est maintenant composé de Sylvain Racine de la Télévision régionale des Moulins, président, de Natacha Brisson de la Télévision des Basses-Laurentides, vice-présidente, de Marc Després de la Télévision de la Mitis, trésorier, d'Anne-Christine Charest de la Télévision communautaire du Kamouraska, secrétaire, et des administratrices Sophie Préfontaine de la Télécommunautaire Laurentides & Lanaudière, Sophie Ricard de Télé-Soleil et Karine Soares de la Télévision

MERCI AUX COMMANDITAIRES

La Fédération tient à remercier :

- Bingo Vézina
- DXM technologie
- Applied Électronique

Grâce à leur contribution, la Fédération a pu remettre 5 bourses de 200 $, ainsi qu'un casque d'écoute et un téléviseur, en prix de présence aux congressistes.

communautaire de la région des Appalaches. Après la tenue de l'assemblée, la journée s'est poursuivie avec une table ronde animée par M. Sylvain Racine, président de la Fédération, portant sur l'histoire de la Fédération. Les invités étaient : Mme Isabelle Voyer, fondatrice de la Fédération, M. Ernest Laplante, fondateur de TV Témis, ainsi que M. Stéphane Lépine de la TCA Portneuvoise, ancien administrateur de la Fédération. Cet échange a permis de présenter les enjeux qui ont mené à la création de la Fédération, faisant ainsi des parallèles avec les défis rencontrés aujourd'hui par les TCA et réaffirmant la pertinence de la Fédération.

La Fédération a également profité de la présence de ses membres pour discuter de la mise en place d'un laboratoire d'innovation numérique dans le cadre du Plan culturel numérique du Québec. Une partie de l'après-midi du samedi a donc été consacrée à un atelier de discussion pour permettre à la permanence et au conseil d'administration d'identifier les enjeux vécus par les membres en matière de numérique et de trouver des pistes de solution et des idées novatrices pour poursuivre la transition.

La première édition des prix Reconnaissance s'est déroulée dans la soirée du samedi. Cette remise de prix a pour objectif de souligner les réussites des TCA qui ont su se démarquer dans la dernière année. Les lauréats sont :

- Télécommunautaire Laurentides & Lanaudière dans la catégorie « Développement des communautés » pour la mobilisation communautaire autour de son 20e anniversaire, l'agrandissement de son territoire et le développement de nouveaux partenariats avec les milieux des affaires et de l'éducation;
- Télé-Sourire dans la catégorie « Relève » pour son émission jeunesse « Boulevard 132 », entièrement réalisée par des jeunes de 11 à 16 ans;
- Télévision communautaire de Waterloo dans la catégorie « Utilité sociale » pour sa série d'entrevues et de reportages sur le mouvement local « Sauvons notre CHSLD ».

Le dimanche matin a été consacré à une conférence de M. Stéphane Parent de Concierge Marketing intitulée : « Comment monétiser une communauté? ». Dans un contexte de médias traditionnels en perte de vitesse, M. Parent a présenté aux membres les bases d'une stratégie de commercialisation et de positionnement efficace pour aider les TCA à se démarquer dans le paysage médiatique.

Cette 20e édition du congrès annuel fut une fois de plus couronnée de succès, grâce à la participation des membres de la Fédération. « En ce 20e anniversaire, nous avons atteint un record de participation. Le congrès est un moment pour les membres pour se retrouver, se concerter et s'entraider. Les membres nous ont signalé encore une fois que la pertinence d'un évènement comme celui-ci était indéniable. », affirme Amélie Hinse, directrice générale de la Fédération. Cet évènement unique revêt une importance significative pour les participants par son côté rassembleur qui leur permet d'échanger, de s'instruire et de se divertir.

Le nouveau C.A. de la Fédération

PLATEFORME(S)
LE SOMMET QUÉBÉCOIS DES MÉDIAS

Crédit photos: Marc-Olivier Bécotte / Gracieuseté Le Devoir

Audrey, notre conseillère à la concertation et au soutien, a participé à l'événement Plateforme(s) – Le sommet québécois des médias *organisé par Infopresse qui se tenait les 13-14 septembre dernier à Montréal. Voici son résumé de ces deux journées.*

Jeudi 13 septembre 2018 – Centre des sciences, Montréal

La première journée était consacrée aux conférences. La matinée a commencé avec la conférence « Au-delà du buzz : l'impact de la science des données » de Gilad Lotan (vice-président et chef de la science des données de BuzzFeed). Il a été question de l'utilité des données en curation de contenu. M. Lotan a articulé sa présentation autour de l'idée que développer une « culture des données » permet aux organisations de devenir plus résilientes.

À la suite de cette première conférence, une grande entrevue avec Mitch Garber (président d'Investissement Canada et président du conseil du Cirque du Soleil) a eu lieu. Pendant cet entretien animé par Marie-Claude Ducas, M. Garber a reconnu l'ampleur de la crise médiatique actuelle tout en insistant sur l'importance sociale et

démocratique d'un journalisme neutre et libre. Toutefois, il estime normal, d'un point de vue stratégie et économique, que les entreprises se détournent des médias traditionnels vers le numérique pour la publicité.

Dans la deuxième moitié de l'avant-midi, il y a eu des choix à faire. J'ai donc choisi d'assister aux deux tables-rondes suivantes : « Nouveaux auditoires, découvrabilité et engagement » et « Agences et annonceurs : vers de nouvelles balises ».

La première table-ronde réunissait Philippe Lamarre (président d'Urbania), Gigi Huyhn (stratège d'engagement et d'impact de RAD) et Hugo Meunier (directeur de la production des contenus numériques pour le Sac de chips et Tabloïd de Québécor). À tour de rôle, chacun des intervenants a présenté l'offre médiatique de leur organisation et comment ils s'y sont pris pour attirer les millénaux. L'échange avec le public suivant ces présenté a révélé que pour augmenter la découvrabilité l'essentiel est de mettre des personnalités de l'avant et de savoir créer des rendez-vous en plaçant le contenu au cœur de ceux-ci.

La deuxième table ronde, animée par Arnaud Granata, regroupait Danick Archanbault (président du Conseil des Directeurs Médias du Québec), Valérie Sapin (directrice marketing, expérience client et efficacité énergétique d'Énergir), Véronick L'Heureux (directrice générale de Spark Foundry) et Catherine Viau (directrice marketing de Maxi et Maxi&Cie). La discussion s'est concentrée sur le changement de relation entre les agences publicitaires et les annonceurs en mettant l'accent sur l'aspect de la collaboration et la place dorénavant occupée par le numérique.

Au retour du dîner se tenait la conférence « Blockchain et révolution médiatique : Civil Media innove » par Matt Coolidge, cofondateur de Civil Media Company. Cette jeune pousse propose de renverser le modèle d'affaires du journalisme avec une plateforme détenue directement par les journalistes et les citoyens. Utilisant la technologie de la chaîne de blocs (*blockchain)*, Civil prend la forme d'un réseau décentralisé de « salles de nouvelles » indépendantes enracinées dans l'éthique journalistique. Cette initiative novatrice sera définitivement à surveiller. À la suite de cela, Damien Lefebvre (vice-président Amérique du Nord chez Valtech) nous a présenté cinq tendances technologiques qui vont, selon lui, changer les médias à l'heure actuelle :

1. les appareils conversationnels (Google Home, Alexa)
2. la réalité virtuelle, augmentée et mixte
3. le robot-journalisme
4. les E-sports
5. les drones

Tout au long de sa présentation, M. Lefebvre nous a encouragé à regarder ce qui se fait en Chine en termes d'innovations technologiques puisque ce pays est à l'avant-garde en cette matière.

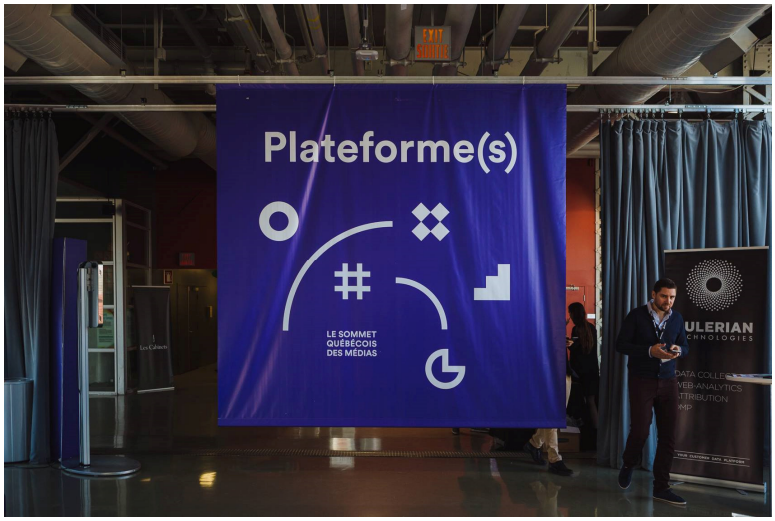
L'avant-dernière présentation prenait la forme d'un entretien avec Ashkan Karbasfrooshan (fondateur et président de WatchMojo) et Salim Sader (cofondateur et directeur de la stratégie de croissance de Goalcast) sur le thème « Nouveaux modèles numériques : se construire une audience et la monétiser ». M. Karbasfrooshan et M. Sader ont discuté du démarrage de leur entreprise respective et des défis qu'ils ont surmonté.

La journée s'est conclue avec une table-ronde, animée par Arnaud Granata, des grands patrons médias face à l'avenir avec Pierre-Elliott Levasseur (président de La Presse), Michel Lorrain (président de Cogeco Média), Michel Bissonnette (vice-président principal de Radio-Canada), Gerry Frappier (président de la télévision francophone et RDS de Bell Média) et Nicolas Marin (président de Mishmash Média). Devant les géants du Web Facebook et Google qui s'accaparent 70% des revenus publicitaires, les médias québécois doivent aussi compétitionner avec de nouveaux joueurs numériques ayant moins de contraintes que les médias traditionnels, tels que Netflix et Youtube. Devant ce phénomène, un esprit de solidarité s'est éveillé chez ces entreprises qui sont habituellement compétitrices pour faire front commun, notamment en s'associant pour la diffusion de contenu sur la plateforme tou.tv. À l'unanimité, les grands patrons pensent que c'est par du contenu pertinent et surtout connecté aux réalités locales que le paysage médiatique québécois pourra être préservé. À cela s'ajoute la recherche de nouveaux modèles de monétisation.

14 septembre – Journée de formations – Campus Infopresse à Montréal

La deuxième journée était consacrée aux formations. En avant-midi, j'ai assisté à la formation « Élaborer une stratégie média efficace et créative » qui était animée par Maxime Corriveau (vice-président et directeur de groupe de PHD Montréal), Julie Courtemanche (vice-présidente et directrice média de Cossette Média) et Danick Archambault (vice-président et directeur média de Jungle Média). Nous sommes revenus plus en profondeur les étapes du processus de planification et la définition d'une cible, les forces et les faiblesses de chacun des médias, comment nourrir la créativité média et les tendances médiatiques de l'avenir.

En après-midi, j'ai participé à l'atelier « Démystifier la technologie *blockchain* ». Les formateurs étaient : Olivier Laquinte (président de Talsom), Éric Dupont (vice-président Laboratoire d'innovation de Talsom), Stéphane Ricoul (directeur de projet senior de Talsom) et Stéphane Dumont (cofondateur et chef des expériences narratives chez Impak finance). La technologie de la *blockchain* est, dans sa forme la plus fondamentale et simplifiée, une base de données similaire à un registre qui est décentralisé et est constamment actualisé par des nœuds. Ces nœuds agissent un peu comme des « stations d'authentifications ». En plus de la cryptomonnaie, la *blockchain* peut être utilisée dans différents domaine (par exemple, dans l'émission de contrat de droits d'auteurs, l'émission de certificats universaires, vote, etc.) Ces innovations sont toutefois freinées par les coûts associés à son développement et l'impact énergétique et écologique que cette technologie représente. Néanmoins, cela demeure une technologie qui deviendra, selon l'avis des formateurs, incontournable. Les TCA devront éventuellement réfléchir sur comment elles pourront intégrer cette technologie et la mettre à profit.



COLLOQUE « OSER RÉVINVENTER SON FINANCEMENT TOUT EN PRÉSERVANT SON ADN »

La première édition du colloque « Oser réinventer son financement, tout en préservant son ADN » se tenait les 23 et 24 octobre dernier à Shawinigan. Voici le résumé d'Audrey, notre conseillère à la concertation et au soutien.

Si je devais formuler en une seule phrase ce que je retiens de ce colloque, ce serait : « Repenser le discours du financement ». Tout au long de ces deux journées, les intervenantes et invervenants ont invités les participantes et participants à abandonner l'idée selon laquelle chercher du financement pour un organisme à but non lucratif équivaut à « quêter de l'argent ». Ils nous ont plutôt encouragés à adopter un discours « d'investissement social ».

Cette proposition était omniprésente dans les deux ateliers auxquels j'ai participé, soit « Campagnes de financement : équilibrer et optimiser ses actions globales » animé par Mme Danielle Poulin, fondatrice de Caméo Consultation, et « Savoir comment mesurer l'impact social de son organisme pour le promouvoir adéquatement » animé par Mme Lynda Binhas et Mme Odette Trépanier du Comité sectoriel en main-d'œuvre de l'économie sociale et de l'action communautaire (CSMO-ÉSAC).

Liste des documents de présentation disponibles aux membres de la Fédération sur demande :

Qui sont les bénéficiaires de l'écosystème philanthropique ?
Sylvain Lefèvre, UQÀM

Programmes de dons planifiés pour organismes communautaires
Steve Leblanc, Regroupement des organismes de personnes handicapées de la Mauricie

Commandites et dons d'entreprises
Yvon Laplante, UQTR

Campagnes de financement : équilibrer et optimiser ses actions globales
Danielle Poulin, Caméo Consultation

Obligations communautaires
Vanessa Sorin, Territoires innovants en économie sociale et solidaire (TIESSS)

Regard sur les volets marchands des organismes communautaires
Chantal Tardif, Pôle en économie sociale Centre-du-Québec

Savoir comment mesurer l'impact social de son organisme pour le promouvoir adéquatement
Lynda Binhas & Odette Trépanier, Comité sectoriel de main-d'œuvre de l'économie sociale et de l'action communautaire (CSMO-ÉSAC)

Comment financement un projet grâce à une campagne de sociofinancement
Véronique Vigneault, La Ruche Estrie

Mouvance philanthropique auprès des fondations
Kim Fuller, Phil communications

Les technologies et leurs contenus au service des missions
Stéphane Parent, Le Concierge Marketing

Le code Québec, un outil d'exception pour la philanthropie d'ici.
30 clés pour ouvrir le cœur, l'âme et même le portefeuille des Québécois.
Christian Bourque, Léger et Léger

Dans la perspective d'optimiser ses campagnes de financement et de trouver un équilibre pour éviter l'épuisement et la non-rentabilité, Mme Poulin suggère de déployer moins d'initiatives pour le plus grand retour en investissement. Pour accrocher les donateurs, elle propose de repenser les campagnes de financement en parlant du « pourquoi » on fait les choses plutôt que du « comment » on fait les choses. C'est votre mission qu'il faut mettre de l'avant. Cette nuance est importante particulièrement pour les générations X et Y. Contrairement aux boomers qui étaient séduits par les dons aux projets (on peut penser aux campagnes de financement pour l'achat d'un scan dans un hôpital par exemple), les X et les Y souhaitent avoir le sentiment de faire la différence en donnant. Pour exemplifier cette idée, le *Harvard Business Review* en 2017 a publié un article étudiant de la philanthropie en lien avec la lutte à l'itinérance. Les auteurs ont conclu que les donateurs ne veulent pas donner à un refuge, ils veulent mettre fin à l'itinérance. Par conséquent, un refuge pourrait orienter son discours autour de l'idée. Ainsi, on pourrait dire que vos donateurs ne souhaitent pas donner à votre TCA, ils veulent donner une voix à leur communauté. Les donateurs ne veulent pas être traités comme des guichets automatiques qu'on sollicite une fois par année : il faut bâtir une relation avec eux. Il faut passer d'une logique de marketing transactionnel à une logique de marketing relationnel. Il faut offrir quelque chose à nos donateurs: du plaisir (autrement dit, nos activités de financement doivent être amusantes) et le sentiment que leur don fait la différence.

Comment, justement, démontrer à nos donateurs que notre organisme fait une différence? En mesurant son impact social. D'ailleurs, tout au long de la présentation de Mme Binhas et Mme Trépanier, elles ont référé à l'étude d'impact social réalisé par la Fédération en 2007 et en 2015. Cette étude est devenue une véritable carte de visite pour la Fédération et les TCA. Pourquoi ne pas pousser plus loin en regardant l'impact social de votre TCA dans votre communauté plus spécifiquement dans votre communauté?

Bien évidemment, je ne peux résumer tout ce qui s'est dit pendant ces deux jours, mais j'ajouterai que l'autre que chose que je retiens c'est la nécessité pour un OBNL de se doter d'une planification stratégique. D'abord, pour s'assurer que nos stratégies de financement sont pérennes et que nous sommes redevables à nos membres. Finalement, parce que pour séduire de potentiels donateurs, il faut savoir où on s'en va!

LES BONS COUPS!

- CJSR – La TCA Portneuvoise a étendu son territoire
- TVCL a célébré son 20e anniversaire
- Plusieurs nouveautés à la programmation automnale de TVRM
- La Télé du Haut-du-Lac dessert une nouvelle municipalité
- TVCL récipiendaire du prix « Coup de cœur » de la Chambre de commerce du Grand Mont-Tremblant
- Reportage d'ICI Radio-Canada sur le bingo de TV Témis
- Dépôt d'un mémoire de la Fédération au sujet de l'examen de la *Loi sur le droit d'auteur*

Cliquez ici pour télécharger le mémoire sur le droit d'auteur

Tous les détails au www.fedetvc.qc.ca

ÉVÉNEMENT « POUR EN FINIR AVEC LES FAUSSES NOUVELLES »

Les 9 et 10 novembre dernier se tenait l'événement « Pour en finir avec les fausses nouvelles » à la Grande Bibliothèque de Montréal. Ce colloque était organisé en partenariat avec l'université TÉLUQ, la Chaire de recherche en éducation aux médias et droits humains, le Groupe de recherche en communication publique, le Centre d'études sur les médias et Bibliothèque et Archives nationales. Des experts de partout dans le monde se sont ainsi réunis pour discuter du phénomène des fausses nouvelles. Pour chacun des ateliers, l'objectif était de formuler deux recommandations en échangeant avec les participants et participantes. Ces recommandations ont été colligées par le comité organisateur et seront communiquées aux décideurs des différents paliers de gouvernement.

La Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec a eu l'occasion d'y prendre part. En effet, notre directrice générale, Amélie Hinse, a animé une table ronde intitulée « Les médias communautaires et la lutte aux fausses nouvelles ». Les invités étaient M. François Beaudrau, président de l'Association des médias écrits du Québec (AMECQ), Mme Catherine Edward, présidente exécutive de l'Association canadienne des usagers et des utilisateurs et stations de télévision communautaire (CACTUS) et André Desrochers, membre du conseil d'administration de CACTUS.

Ce qui est ressorti de cette table ronde c'est que la proximité des médias communautaires avec leur milieu est primordiale dans la lutte aux fausses nouvelles. En effet, alors qu'on assiste présentement à une crise de confiance envers le journalisme et un certain cynisme envers les grands réseaux médiatiques, les médias communautaires jouissent d'une bonne crédibilité de la part des citoyennes et citoyens qu'ils desservent.
De plus, en comblant le vide en informations locales et régionales des grands réseaux médiatiques, les médias communautaires offrent la possibilité à la population de s'informer de manière adéquate en fournissant des actualités de qualité. Sans cette possibilité, les gens auraient l'obligation de se tourner vers des sources peu fiables pour aller chercher de l'information locale et régionale.

Finalement, en raison leur mission, les médias communautaires ont un rôle d'éducation populaire. En impliquant la population dans leurs activités, les médias communautaires initient de nombreuses personnes à la manière dont le journalisme et l'information fonctionnent, les rendant ainsi plus conscientes du travail impliqué derrière une nouvelle. Ces connaissances aident à repérer les informations douteuses sur le Web.

Dans les échanges avec le public ayant suivi la table ronde, plusieurs bibliothécaires présentes ont manifesté un grand intérêt à travailler en collaboration avec les médias communautaires. En effet, la mission des bibliothèques, qu'elles soient publiques ou scolaires, recoupe celle des médias communautaires. Les différents intervenants ont également souligné le besoin d'encourager ce qui existe déjà plutôt que de demander aux gouvernements de créer de nouveaux programmes de toute pièce pour lutter contre les fausses nouvelles. Ainsi, les deux recommandations qui ont été rédigées en concluant cet atelier sont les suivantes :

- Faire des médias communautaires et des bibliothèques publiques et scolaires des partenaires de choix dans la lutte aux fausses nouvelles en les incluant dans la définition des politiques publiques et en leur accordant le financement nécessaire afin de réaliser leur mission d'éducation populaire auprès de tous les citoyens.
- Reconnaître le travail déjà effectué sur le terrain par les organismes et les acteurs de la communauté qui œuvrent à l'éducation populaire aux médias et à l'information.

Bien évidemment, nous espérons que ces recommandations trouvent un écho et qu'elles puissent mener à des reconnaissances concrètes du rôle que les médias communautaires jouent dans cet enjeu.

Connaissez-vous votre Fédération?

Les objectifs:

- Promouvoir le développement de la télévision communautaire autonome au Québec;
- Favoriser la concertation entre les membres et avec les différents partenaires;
- Défendre et promouvoir les intérêts des membres;
- Consolider et développer le financement des TCA

Les services offerts:

- Rédaction de bulletins de liaison
- Alimentation des réseaux sociaux;
- Représentation des TCA auprès des différentes instances
- Promotion des TCA et de la Fédération;
- Réalisation d'activités de concertation entre les TCA, comme le congrès annuel;
- Concertation entre les TCA et les partenaires du milieu;
- Consolidation et développement du financement des TCA;
- Recherches ponctuelles pour les membres;
- Favoriser la formation des membres.

Nous contacter :

227, rue Notre-Dame Est,
Victoriaville (QC) G6P 4A2
1.888.739.1616
fedetvc@fedetvc.qc.ca
www.fedetvc.qc.ca

Rédaction et conception

Audrey Michel

LA PERMANENCE ET LE CONSEIL D'ADMINISTRATION VOUS SOUHAITENT

Joyeuses fêtes et bonne année!

Nous profitons de ce temps de réjouissance pour vous remercier de votre engagement auprès de votre TCA. Votre contribution est primordiale dans le développement de votre communauté! Nous vous remercions également de votre implication auprès de la Fédération. C'est ensemble que nous sommes le plus fort pour faire valoir les intérêts des TCA du Québec!

Nous vous souhaitons une année 2019 remplie de réussites et de plaisir!

NOS BUREAUX SERONT FERMÉS DU 22 DÉCEMBRE AU 6 JANVIER