


Dans ce numéro :

- Mot de la direction
- Nouvelle présidente au comité permanent
- Ce qui se passe chez nos membres
- Les bons coups
- La chronique médias sociaux
- Télévision et multi-écrans



« Les télévisions communautaires autonomes sont, au Québec, les diffuseurs officielles des valeurs citoyennes! »





## Le mot de la direction

La semaine dernière, j'ai participé à une table ronde organisée par le Forum des politiques publiques (FPP), un OBNL qui rassemble différents participants au processus d'élaboration des politiques au pays.

Cette journée réunissait une trentaine de participants de divers horizons sous le thème « Looking to the future : Community-based journalism and democracy in Canada » (traduction libre : Regarder vers le futur : le journalisme ancré dans la communauté et la démocratie au Canada). Les organismes communautaires, journalistes, chercheurs, représentants gouvernementaux et les organisations philanthropiques étaient invités à réfléchir à ce qui pourrait être fait dans le futur pour fournir des nouvelles locales aux communautés. La Fédération a donc profité de cette journée pour rappeler que les TCA sont des modèles de journalisme ancré dans sa communauté et qu'elles participent à l'expression de la démocratie. La tâche n'a pas été particulièrement facile. Il aura fallu insister pour se faire inviter, quelques jours avant l'événement, puisque le FPP n'avait pas pensé convoquer les représentants du secteur des médias communautaires. De notre côté, il nous semblait aller de soi que les médias communautaires, dont la mission principale est justement de s'ancrer dans sa communauté, avaient une expertise à apporter dans ce domaine.

Nous avons pu remarquer qu'il y a une grande disparité dans la définition de « communauté » (community) entre le secteur privé et le secteur communautaire. La définition du « local » est aussi beaucoup plus large pour les acteurs privés que ce que nous définissons comme étant réellement local. Ces enjeux de compréhension et de définition sont en partie responsable de l'absence des médias communautaires à ce genre d'événement. Il nous reste beaucoup de chemin à parcourir pour se positionner comme acteur crédible et se faire reconnaître comme des producteurs de contenu local et des spécialistes de nos communautés.

Quelques représentants de Patrimoine Canadien étaient présents pour entendre ce que les invités avaient à dire sur le journalisme ancré dans la communauté (community-based journalism). Dans son dernier budget, le gouvernement canadien a annoncé 50 millions de dollars pour financer les nouvelles locales dans les communautés « mal desservies ». Nous avons donc profité de l'occasion pour participer à la définition de ce qu'est une communauté mal desservie et souligner le fait que les TCA sont présentes dans les régions laissées pour compte par grands réseaux. Il est plus que jamais l'occasion de se présenter comme un secteur fort et uni pour être reconnus comme des acteurs incontournables dans nos communautés, partout au pays. Un dossier à suivre...

**Amélie Hinse, directrice générale**

## Une nouvelle présidente au Comité permanent de Patrimoine canadien



**L**a députée libérale fédérale de Toronto-Danforth, Julie Dabrusin, a été élue présidente du Comité permanent de Patrimoine canadien, en février. L'avocate et militante sociale a remplacé la députée de Vancouver-Centre, Hedy Fry, à la tête du Comité de 13 membres.

« J'ai un grand intérêt pour le patrimoine », souligne la nouvelle présidente qui est bilingue.

« Beaucoup de gens dans mon comté travaillent dans le film et la télévision, dans des centres culturels. Toronto est une ville qui a beaucoup d'auteurs et d'industries culturelles. »

Comme présidente du Comité du Patrimoine, la députée voudrait « donner une voix aux créateurs et créatifs, à tous les gens qui s'impliquent dans les industries culturelles, pour qu'on les écoute ». Les projets courants lui en fourniront l'occasion. Le rapport du Comité sur les *Bouleversements dans le paysage médiatique canadien : un monde en transformation* (2017) sera suivi prochainement par une étude sur les musées et une autre sur les centres culturels au Canada.

Quelle empreinte l'élue veut-elle laisser au Comité? « J'essaie d'être bilingue dans toutes nos réunions, de parler un peu de français et un peu d'anglais. Je mets beaucoup d'importance sur ça, de gérer de façon à respecter les langues officielles pour qu'on entende les deux tout le temps. »

Originaire de Montréal, la diplômée en droit et en études sur le Moyen-Orient est résidente de Toronto depuis 20 ans. Elle y a fondé l'organisme Friends of Withrow Park, voué à l'utilisation des espaces verts dans son quartier.

Cette expérience l'aurait notamment sensibilisée à l'importance de rendre les arts accessibles. « Nous avons deux troupes de théâtre et une de danse qui présentaient des spectacles durant l'été. »

L'avocate s'est lancée en politique – à la conquête de la circonscription représentée jadis par le chef du NPD Jack Layton – après une pause de quatre ans pour fonder une famille et 13 ans de vie professionnelle dans le domaine du litige. Son objectif était de presser le gouvernement d'investir davantage dans les infrastructures matérielles et sociales ainsi que dans le transport en commun.

Source *l'Express.ca* le 2 mars 2018

# Ce qui se passe chez nos membres

## Nouveau directeur à TVC Basse-Lièvre

Depuis quelques semaines déjà, la TVC Basse-Lièvre compte un nouveau coordonnateur en la personne de Luc Trottier. Fort d'une expérience d'une trentaine d'années dans le monde de la télévision, et après un recul de quelques années, consacrées à l'implication dans le monde communautaire, M. Trottier s'est dit que c'était le moment d'allier ses deux passions ; la communication et le développement des communautés. Monsieur Trottier a fait ses débuts en journalisme au sein de l'entreprise Radio-Nord (aujourd'hui TVA Outaouais) où il a occupé tous les postes dans la salle de nouvelles, de reporter à directeur de l'information. Par la suite, il a été producteur du bulletin de nouvelles chez RDS pendant 22 ans. De retour en Outaouais depuis 2006, il a occupé plusieurs postes avec des organismes communautaires, notamment des tables de concertation, sur le territoire de la MRC de Papineau.

On lui souhaite la bienvenue à la tête de la TVC Basse-Lièvre et au sein de la Fédération.



## Nouvelle administratrice au CA de la Fédération

Membre du Barreau du Québec depuis 2004, Sophie évolue dans le milieu des arts et de la culture depuis plus de 20 ans. À titre d'avocate, elle conseille et représente ses clients notamment en matière de propriété intellectuelle, rédaction et négociation de contrats, droit à l'image et à la réputation, affaires réglementaires et gouvernementales ainsi qu'en gestion et gouvernance stratégique. Elle agit également comme secrétaire corporative et médiatrice dans le secteur des arts et des communications, du divertissement, du tourisme et du voyage, du numérique et des technologies de l'information ainsi qu'agricole et municipal. En plus de sa pratique, Sophie dispense des conférences et des formations, publie et s'implique au niveau culturel et communautaire dans les Laurentides, sa région d'adoption. Entre 2012 et 2017, elle siège comme administratrice puis comme présidente du CPE des Rires et collabore au Comité de travail sur la politique culturelle de la MRC des Laurentides. Elle est présidente du conseil d'administration de TVCL depuis 2015 parce qu'elle croit profondément à la mission des médias communautaires ainsi qu'au rôle que peut jouer la TCVL comme agent de changement et catalyseur de la vitalité sociale, économique et culturelle de sa communauté.



## 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 G6P 4A2

1.888.739.1616

fedetvc@fedetvc.qc.ca

### Visitez notre site web

Www.fedetvc.qc.ca

### Rédaction et conception

Ariane Blanchette



## Le nouveau site internet de la Fédération

Ce n'est maintenant plus un secret, notre nouveau site internet est en ligne depuis le 28 février. Vous êtes plusieurs à nous avoir écrit pour nous faire part de votre appréciation et on vous en remercie. N'oubliez pas d'aller visiter la nouvelle section historique du site, un beau clin d'œil au 20e anniversaire de fondation de la Fédération.

## Les bons coups !



Tous les détails au [www.fedetvc.qc.ca](http://www.fedetvc.qc.ca)

- Nouveau logo pour CTB-TV de juillet prochain
- Une nouvelle administratrice au sein de la Fédération
- Une nouvelle coordonnatrice pour TVC Basse-Lièvre
- Une journaliste de TVRS participera au parlement francophone des jeunes d'Amérique au mois de juillet prochain
- La Fédération réagit au budget fédéral dans un communiqué de presse
- La Fédération lance son nouveau site internet
- Collaboration entre nos membres en Abitibi-Témiscamingue

# La chronique média sociaux



## 1. Soignez votre identité visuelle

Votre page Facebook, c'est un peu votre vitrine. Elle doit refléter la personnalité de votre organisation, mais aussi vous permettre de vous démarquer face aux (nombreux) concurrents. Créer votre signature à travers votre identité visuelle, ça paraît très compliqué. Et si on ne suit pas quelques lignes directrices, ça peut vite le devenir. La première étape, pour réussir son lancement sur Facebook, c'est la création d'une charte visuelle.

Quelle sera la couleur dominante de votre page ? Quel modèle allez-vous utiliser pour créer vos images ? Quelle typographie ? Le nom de la page, plutôt en majuscules ou en minuscules ? Mettez-vous à la place de votre audience, qu'est-ce qui pousse un utilisateur à s'attarder sur une page Facebook plutôt qu'une autre ? Qu'est-ce qui attire son regard ? L'aspect visuel, c'est votre base de travail. Quand on démarre de zéro, on a tout à construire, mais on peut surtout éviter les erreurs, les cafouillages, et commencer du bon pied.

## 2. Faites appel à vos influenceurs personnels

Ça y est, votre page Facebook est créée. Votre logo est en photo de profil, à la bonne résolution, votre photo de couverture respecte votre charte visuelle, vous avez même rédigé votre première publication. Pourtant, votre compteur d'abonnés est toujours à zéro.

Placez un lien vers votre page Facebook sur votre site web, envoyez un mail à vos bénévoles, employés, membres de CA, pour les informer de la création de votre page ! Envoyez le lien vers votre page à vos amis, à votre famille.

## 3. Poussez vos abonnés à interagir

Vous débutez, Facebook ne vous connaît pas, et ses utilisateurs non plus. Votre objectif principal n'est pas de réaliser des conversions la première semaine, c'est de gagner en notoriété. Un post qui devient viral, c'est un reach qui s'envole. Soyez attractifs,

soyez incitatifs, donnez envie à votre audience de liker, adorer, commenter, partager. C'est comme ça que vous générerez de l'intérêt.

## 4. N'ayez pas peur de Facebook ads

L'erreur à éviter, c'est aussi de croire que l'on peut tout faire tout seul, gratuitement. Facebook, c'est le premier réseau social mondial, et c'est une grosse machine en constante évolution. Son objectif ressemble au vôtre : attirer et garder son audience. Les pages professionnelles, Facebook change à leur détriment. Moins de contenu pro, plus de publication perso sur le fil d'actualité des utilisateurs, c'est la nouvelle ligne directrice qu'il semble prendre.

Facebook Ads, le service de publicité du réseau social, est votre allié dans la bataille de la visibilité. **N'investissez pas plus, investissez mieux.**

Ciblez votre audience, faites la promotion de posts qui incitent à l'engagement, qui vous permettront d'étendre votre portée au maximum. Créez des publicités attractives, qui vous feront gagner des abonnés.

## 5. Soyez patients!

Le meilleur conseil que l'on puisse vous donner, c'est de persévérer, de vous investir, et surtout d'être patients. Votre page Facebook n'atteindra pas le million d'abonnés en un jour, mais si vous vous y consacrez quotidiennement, en suivant les bonnes pratiques, elle devrait vite décoller.

# Journée-conférence télévision et multiécrans



Le 11 avril prochain, la Fédération assistera à la journée-conférence Télévision et multiécrans organisée par Infopresse. Touché!, Urbania, Québecor, Rad, Begoodmtl et Ripple Collective seront présent afin de partager les meilleures pratiques de l'industrie. Voici quelques exemples des sujets qui seront abordés.

- La découvrabilité appliquée au service des contenus
- Cinq tendances qui impacteront l'industrie de la télévision
- Réinventer les contenus pour toucher les jeunes générations
- Quand les médias sociaux se transforment en diffuseurs
  - Le comportement télévisuel des 18-34 ans

Comme toujours, la Fédération vous fera un compte rendu de cet événement dans le prochain bulletin de liaison.

