

# LES JOURNAUX

## PLUS IMPORTANTS QUE JAMAIS



LA SEMAINE NATIONALE DES JOURNAUX

1<sup>ER</sup> AU 7 OCTOBRE 2018

**Semaine nationale des journaux 2018 :  
Trousse d'idées à l'intention des éditeurs**

Chers éditeurs,

Merci d'appuyer la Semaine nationale des journaux 2018, qui se tiendra du 1<sup>er</sup> au 7 octobre cette année. Il s'agit d'une occasion incontournable de sensibiliser le public et de nous assurer l'appui des plus importants intervenants de notre industrie. C'est un défi que nous ne pouvons relever sans le soutien de notre réseau entier de journaux membres.

Comme vous le savez, **la Semaine nationale des journaux 2018** a pour thème « **Les journaux : plus importants que jamais** ». Le message de toutes nos communications publiques renforcera l'idée que les reportages approfondis, crédibles et indépendants que produisent les journaux sont plus importants que jamais, mais que ces derniers font face à de sérieuses menaces.

Nous inviterons ensuite le public canadien à se rendre sur **monjournalavanttout.ca**, le site web que nous lançons pour coïncider avec la Semaine nationale des journaux, afin d'envoyer un message partout au pays—aux entreprises, aux annonceurs, à tous les paliers de gouvernements, aux journalistes de la presse écrite et à tous nos concitoyens—que les journaux sont importants, maintenant plus que jamais.

Pour amplifier la portée de ce message et de la campagne nationale, nous vous proposons ici quelques idées sur la façon dont vous pourrez nous appuyer dans votre propre collectivité. Vous trouverez également des ressources additionnelles sous la rubrique « Renseignements et ressources pour éditeurs » de notre site [www.semainenationaledesjournaux.ca](http://www.semainenationaledesjournaux.ca). Nous serons heureux de découvrir vos projets et de travailler avec vous pour faire de la Semaine nationale des journaux 2018 notre campagne la plus réussie à ce jour.

**Parlez-nous des activités que vous entendez organiser dans votre collectivité pour célébrer la Semaine nationale des journaux, et dites-nous comment nous pouvons vous fournir notre aide. N'hésitez pas à communiquer avec moi en tout temps à [klevson@mediasdinfo.ca](mailto:klevson@mediasdinfo.ca).**

Salutations amicales,

Kelly Levson  
Directrice du marketing et de la recherche  
Médias d'Info Canada

## Table des matières

- 4** Semaine nationale des journaux - Messages clés
- 5** Partagez vos efforts!
- 6** Publicité
- 7** Médias sociaux et influenceurs locaux
- 10** Couverture éditoriale
- 11** Soutien des écoles : Mobilisez la prochaine génération
- 13** Projections du film « Spotlight »
- 14** Ralliez vos annonceurs

### **PARTAGEZ VOS EFFORTS!**

Parlez-nous des activités que vous entendez organiser dans votre collectivité pour célébrer la Semaine nationale des journaux, et dites-nous comment nous pouvons vous aider. Faites-nous parvenir vos photos, vos vidéos et les détails des événements à <https://nmc-mic.ca/fr/la-semaine-nationale-des-journaux/editeurs/telechargement/>

Des questions? N'hésitez pas à me contacter en tout temps à [klevson@mediasdinfo.ca](mailto:klevson@mediasdinfo.ca).

## Semaine nationale des journaux - Messages clés

*Toutes nos communications à l'échelle nationale ont été conçues selon l'axe de communication qui suit. Nous vous demandons de bien vouloir utiliser un discours similaire et de mentionner les mêmes éléments clés dans toutes vos communications.*

Les reportages approfondis, crédibles et indépendants que produisent les journaux sont plus importants que jamais.

Selon la Commission Knight sur les besoins en information des communautés dans une démocratie, l'information est aussi vitale pour la démocratie que « l'air pur, les rues sécuritaires, les bonnes écoles et la santé publique. » [source : Le Miroir éclaté]

- Un sondage mené par Ipsos-Reid en 2017 indiquait que 63 pour cent de la population canadienne était incapable de distinguer les fausses nouvelles des vraies. [[source : Global News](#)]
- De plus, 65 pour cent de la population canadienne s'inquiète que les fausses nouvelles soient utilisées comme une arme. [[source : Edelman Trust Barometer](#)]

Depuis de nombreuses années, les reportages indépendants qui sont l'apanage des journaux sont financés grâce au soutien des annonceurs nationaux et locaux. Mais à l'instar des lecteurs qui prennent le virage numérique, les sociétés canadiennes optent désormais pour les conglomérats mondiaux. En effet, 70 pour cent des revenus publicitaires en ligne sont maintenant attribués à Facebook et Google, même si les annonces imprimées ou intégrées dans les journaux en ligne constituent le mode publicitaire le plus fiable de toutes les formes de publicité.

- Il est important de noter que le lectorat des journaux, malgré ce déclin des annonceurs, est demeuré stable. 8 personnes sur 10 au Canada — dont 85 % des milléniaux — lisent encore un journal imprimé ou en ligne par semaine. [Médias d'Info Canada]

C'est pourquoi, durant la Semaine nationale des journaux 2018, nous demandons au public canadien de démontrer son appui à l'industrie canadienne des journaux. Passons le message aux entreprises, aux annonceurs, à tous les paliers de gouvernements, aux journalistes de la presse écrite et à nos concitoyens que les journaux sont importants, **maintenant plus que jamais.**

Affirmez votre appui à [www.monjournalavanttout.ca](http://www.monjournalavanttout.ca).

## Parlez-nous de vos efforts!

Nous compilerons les résultats, à l'échelle nationale et locale, de la campagne de la Semaine nationale des journaux 2018, afin d'en faire un clip vidéo percutant. Celui-ci présentera le soutien dont les journaux jouissent partout au pays, et le lien émotif intense que le public canadien partage avec ses journaux locaux.

En tant que partisans de la Semaine nationale des journaux, vous pourrez utiliser ce clip en guise d'argumentaire probant que vos équipes de ventes pourront utiliser auprès des annonceurs courants et potentiels. À la fin de novembre, nous présenterons aussi ce clip vidéo lors de l'événement *Media Innovation Awards*, à Toronto.

Afin de créer un clip dynamique qui mettra en lumière tous les efforts faits par nos journaux d'un bout à l'autre du pays, **nous avons besoin des photos et vidéos de vos événements locaux**. Il est d'une importance capitale que vous nous fassiez parvenir les résultats de vos efforts pour souligner la Semaine nationale des journaux dans votre région aussitôt que possible.

Nous avons établi une adresse courriel dédiée à la collecte de photos, de témoignages et d'autres détails sur vos initiatives dans vos collectivités locales visant à souligner la Semaine nationale des journaux 2018.

**[nnw@mediasinfo.ca](mailto:nnw@mediasinfo.ca)**

**Vous pouvez également soumettre vos résultats en visitant :**

**<https://nmc-mic.ca/fr/la-semaine-nationale-des-journaux/editeurs/telechargement/>**

**DATE DE TOMBÉE :**  
**le vendredi 12 octobre 2018**

# Publicité

## Concept : Une source fiable

La publicité sur la Semaine nationale des journaux mettra en lumière l'importance critique des reportages crédibles et vérifiés que les journaux fournissent, en soulignant le fait que l'on ne devrait pas se fier à n'importe qui.

Des versions imprimées et numériques des annonces seront offertes sur le site web de Médias d'Info Canada et pourront être téléchargées en suivant le lien

<https://nmc-mic.ca/fr/la-semaine-nationale-des-journaux/editeurs/trousse-d-idees/>

Des fichiers sources seront disponibles pour permettre aux journaux d'adapter le matériel imprimé à leurs spécifications mécaniques.

- Imprimé – <formats d'annonces imprimées>
- Numérique – <formats d'annonces numériques>
- Médias sociaux

Toutes les publicités numériques et de médias sociaux devraient être liées à l'URL [www.monjournalavanttout.ca](http://www.monjournalavanttout.ca) et encourager le public canadien à affirmer son soutien.

Comme vous le savez, nous sollicitons le soutien de tous les journaux pour cette campagne en leur demandant de faire don d'une pleine page couleur durant la Semaine nationale des journaux, pour ainsi nous aider à renforcer notre message à l'échelle nationale et inciter les lecteurs à visiter [monjournalavanttout.ca](http://monjournalavanttout.ca).

# Médias sociaux et influenceurs locaux

## *Influenceurs locaux*

En plus d'utiliser nos propres voix pour sensibiliser le public à la Semaine nationale des journaux, nous souhaitons obtenir le soutien d'autres Canadiens et Canadiennes qui voudront partager leur passion pour leurs journaux locaux par le biais de leurs propres médias sociaux. Vous pouvez nous aider en vous adressant à des gens connus dans votre communauté pour qu'ils s'impliquent.

L'objectif est de faire en sorte que des personnalités locales de premier plan affichent une image d'elles-mêmes en train de lire leur journal local (soit en format imprimé, soit sur une tablette ou sur leur téléphone) avec une légende qui renforce l'importance des journaux — maintenant plus que jamais — et qui incite les lecteurs à s'engager sur [monjournalavanttout.ca](http://monjournalavanttout.ca) pour obtenir leur soutien.

Voici comment vous pouvez faire participer les personnes influentes à l'échelle locale dans votre collectivité :

## **Prochaines étapes recommandées**

1. Faites un remue-méninges pour dresser une liste de personnes bien connues dans votre collectivité locale que vous aimeriez voir manifester leur appui à la Semaine nationale des journaux et à leur journal local (c.-à-d. vous!). Pensez aux politiciens, aux chefs religieux, aux athlètes, aux écrivains bien connus, aux chefs d'entreprise ou à d'autres personnalités de premier plan à l'intérieur de votre collectivité.
2. Utilisez vos réseaux locaux pour trouver leurs coordonnées, et communiquez avec eux par courriel. Si vous avez besoin d'aide pour rédiger votre courriel, communiquez avec Kelly à [klevson@mediasdinfo.ca](mailto:klevson@mediasdinfo.ca) pour obtenir des idées pour votre message.
3. S'ils sont intéressés, demandez-leur où ils peuvent afficher cette photo (sur Instagram? Facebook? Twitter? LinkedIn?), quand ils aimeraient l'afficher (entre le 1<sup>er</sup> et le 7 octobre) et s'ils ont besoin d'un exemplaire du journal que vous leur avez fourni pour la photo. Vous pouvez également leur fournir un exemplaire du texte.
4. N'oubliez pas : prenez une copie d'écran du message lorsqu'il sera mis en ligne et envoyez-la à [nnw@mediasdinfo.ca](mailto:nnw@mediasdinfo.ca) ou téléchargez-la en utilisant la page de téléchargement de la Semaine nationale des journaux, [ici](#).
5. Une fois que vous aurez vu leur message affiché, n'oubliez pas de les contacter à nouveau et de les remercier de leur appui.

## Exemple de courriel de sollicitation d'influenceurs

*Cher (Chère) XXX,*

*Je suis [titre] du [nom du journal], et je vous écris aujourd'hui dans le cadre de nos préparatifs pour la Semaine nationale des journaux, qui aura lieu du 1<sup>er</sup> au 7 octobre. Comme le thème de la campagne cette année est « Les journaux : plus importants que jamais », nous concentrons nos efforts sur l'importance capitale des journaux dans notre démocratie. (Selon la Commission Knight sur les besoins en information des communautés dans une démocratie, l'information est aussi vitale pour la démocratie que « l'air pur, les rues sécuritaires, les bonnes écoles et la santé publique. ») Pour ce faire, **nous avons besoin de votre aide.***

*Nous savons tous que l'industrie de l'information est menacée. En fait, un sondage Ipsos-Reid tenu l'an dernier au Canada révélait que 63 % des répondants n'arrivaient pas à distinguer les sites web de nouvelles légitimes des « fausses nouvelles ». En octobre, nous entendons passer à l'action.*

*Ce n'est aussi un secret pour personne que les journaux locaux font face à de sérieux défis du point de vue des revenus. À l'instar des lecteurs qui ont pris le virage numérique, bien des entreprises consacrent désormais une forte part de leurs budgets publicitaires à des conglomérats mondiaux comme Facebook et Google. C'est pourquoi, dès le lancement de la Semaine nationale des journaux 2018, nous demandons au public canadien d'affirmer son soutien à l'industrie des médias d'information au Canada. **C'est ici que votre voix ajoutera son poids.***

*Je sollicite l'aide de personnalités locales en leur demandant de partager un message sur leurs canaux de réseaux sociaux, au début d'octobre, durant la Semaine nationale des journaux, mentionnant à quel point elles tiennent à leur journal local. Il suffit de publier une photo de vous lisant votre journal canadien favori (sous forme imprimée, ou sur une tablette ou un téléphone), avec un message mentionnant pourquoi les journaux sont importants — maintenant, plus que jamais.*

*Si cette initiative vous intéresse, n'hésitez pas à me contacter et je me ferai un plaisir de planifier les détails avec vous.*

*Merci,*



## Exemple de message d'influenceur

*Je lis [inscrire le nom du journal] depuis ma plus tendre enfance. C'est là que je me renseigne sur tout ce qui se passe dans ma ville, où que je sois dans le monde. Je sais que je peux me fier à ce que je lis dans les pages de mon journal local. C'est pourquoi, pendant la **#semainenationaledesjournaux**, je souhaite dire à quel point j'aime mon journal local. Je vous invite à en faire autant en visitant le site [monjournalavanttout.ca](http://monjournalavanttout.ca) pour témoigner de votre appui à l'important travail que font les journaux partout au Canada. Parce que les journaux sont plus importants que jamais **#monjournalavanttout**.*

## Médias sociaux détenus

Enfin, parallèlement à la promotion de l'événement par le biais de votre publication et du soutien d'influenceurs, nous recommandons également d'utiliser les médias sociaux que vous détenez pour promouvoir la Semaine nationale des journaux. Nous vous proposons ici les principaux mots-clés et pseudonymes de la campagne, ainsi que quelques idées de contenu que vous pourriez utiliser.

Mots-clés de la campagne :

- #maintenantplusquejamais
- #monjournalavanttout

Pseudonymes :

- @MediasdinfoCanada

Contenu suggéré :

- **Instagram** : Republiez un message d'influenceur.
- **Twitter** : Misez sur les données statistiques mentionnées dans les messages clés du programme (page 4) pour publier une série de billets sur l'importance des journaux dans notre société actuelle.
- **LinkedIn** : Vous rédigez un exposé d'opinion pour votre publication? Assurez-vous de le partager sur votre page LinkedIn.

## Couverture éditoriale

Par ailleurs, nous vous encourageons fortement à consacrer un éditorial dans votre journal à la Semaine nationale des journaux, et au thème « maintenant, plus que jamais. »

Les messages clés indiqués sur la page précédente peuvent vous guider quant au contenu. Il serait opportun de mentionner quelques exemples tangibles de façons d'offrir votre appui à votre journal (par exemple : en soutenant nos annonceurs, vous soutenez votre journal).

Vous trouverez ici un article de [Poynter.org](http://Poynter.org) présentant des exemples de ce que l'on peut faire pour démontrer son appui aux médias d'information de sa localité. Rappelez-vous bien sûr d'inviter vos lecteurs à visiter [monjournalavanttout.ca](http://monjournalavanttout.ca) pour affirmer leur appui à l'industrie canadienne des médias d'information.

### Prochaines étapes recommandées:

1. Lancez la Semaine nationale des journaux en publiant l'un des messages de réseaux sociaux fournis sur les canaux sociaux de votre journal (Facebook, Instagram, ou autres) le 1<sup>er</sup> octobre prochain.
2. Publiez l'annonce pleine page dans l'édition papier de votre journal entre le 1<sup>er</sup> et le 7 octobre 2018.
3. Si possible, allouez de l'espace publicitaire en ligne aux annonces numériques fournies, en y insérant un lien vers [monjournalavanttout.ca](http://monjournalavanttout.ca).
4. Planifiez votre contenu rédactionnel en y intégrant un éditorial sur la Semaine nationale des journaux, pour publication entre le 1<sup>er</sup> et le 7 octobre 2018.
5. Et surtout : partagez vos efforts!
  - Expédiez un PDF de l'annonce imprimée dans le journal avec l'annonce originale à [nnw@newsmediacanada.ca](mailto:nnw@newsmediacanada.ca)
  - Expédiez un exemplaire de votre journal imprimé à :  
Kelly Levson, Médias d'Info Canada  
37, rue Front Est, bureau 200  
Toronto (Ontario) M5E 1B3

Si vous avez besoin d'annonces sous d'autres formats, n'hésitez pas à communiquer avec nous.

## Soutien des écoles : Mobilisez la prochaine génération

À l'occasion de la Semaine nationale des journaux, nous encourageons les journaux membres à mobiliser la prochaine génération de lecteurs de journaux par le biais de visites scolaires ou de présentations en classe. L'éducation aux médias fait partie du curriculum des écoles partout au pays, et ceci pourrait donner l'occasion aux enseignants de donner vie aux concepts discutés en classe.

Deux approches peuvent être adoptées durant la Semaine nationale des journaux 2018 :

1. Invitez des groupes d'écoliers à votre salle de rédaction pour qu'ils y découvrent les coulisses des nouvelles, et apprennent pourquoi le journalisme crédible et indépendant est si important.
2. Faites une présentation en classe, dans une école locale, où vous parlerez de ce que représentent les nouvelles, et expliquerez pourquoi les journaux sont importants, maintenant plus que jamais.

### Prochaines étapes recommandées - Visite de la salle de presse :

Si vous souhaitez inviter un groupe d'écoliers dans votre salle de presse, voici ce que nous suggérons :

1. Réunissez deux ou trois membres de votre équipe pour coordonner la visite. Déterminez le nombre d'écoliers que vous pouvez raisonnablement accueillir dans la salle de presse, ainsi qu'un horaire approximatif des éléments de leur visite. Nous vous suggérons une visite de deux heures, dont l'itinéraire comprendra :
  - a. la tournée de la salle de presse;
  - b. une rencontre avec quelques membres clés de l'équipe rédactionnelle, qui pourront expliquer l'un des articles de l'édition courante, et comment celui-ci a pris forme, du début à la fin;
  - c. une discussion sur le sujet précis de la vérification des faits et des « fausses nouvelles », visant à aider les enfants à mieux comprendre pourquoi ils peuvent se fier à ce qu'ils lisent dans les journaux. Il serait utile de leur montrer quelques exemples de nouvelles légitimes et de fausses nouvelles sur Internet, et de leur demander s'ils peuvent distinguer les unes des autres. Vous pourrez ensuite guider la discussion en parlant des indices à rechercher pour déterminer quelles nouvelles sont crédibles;

- d. une revue des publicités dans le journal, et une discussion (menée par un membre de l'équipe des ventes, par exemple) sur la façon dont les annonces sont vendues, et comment les ventes publicitaires servent à financer le travail du journal;
  - e. et bien sûr, vous devriez vous assurer que chacun des écoliers rentre à la maison avec un exemplaire de la dernière édition de votre journal.
2. Communiquez avec le directeur, la directrice d'une école de votre localité pour lui proposer qu'une classe vienne visiter votre journal durant la Semaine nationale des journaux. Il vaut mieux le faire aussitôt que possible, pour permettre aux écoles de planifier les éléments logistiques de la visite. Bien que la direction de l'école pourrait avoir une opinion sur les niveaux les plus appropriés pour une telle visite, nous recommandons de cibler les enfants des niveaux 4<sup>e</sup> primaire à 2<sup>e</sup> secondaire pour ce programme.
  3. Nous aimerions bien sûr obtenir des photos de la visite, mais assurez-vous d'avoir parlé à la direction de l'école concernant les permissions requises pour prendre des photos des enfants, même si celles-ci ne seront utilisées qu'à l'interne.

### **Prochaines étapes recommandées - Présentation en classe :**

Bien que la majeure partie du processus se répète pour la planification d'une présentation en classe, la logistique de l'événement s'en trouve simplifiée. Nous recommandons de réunir trois membres de l'équipe du journal pour animer la présentation : un journaliste, un éditeur et un membre de l'équipe de ventes. Nous recommandons une présentation de 60 à 90 minutes couvrant les mêmes sujets que ceux mentionnés plus haut (excluant la visite de la salle de rédaction) :

- a. le journaliste et l'éditeur parleront de l'un des articles de l'édition courante du journal, en expliquant comment celui-ci a pris forme, du début à la fin;
- b. on parlera également de la vérification des faits et des « fausses nouvelles », pour aider les enfants à comprendre pourquoi ce qu'ils lisent dans un journal est plus crédible et fiable;
- c. le membre de l'équipe des ventes fait un survol des publicités dans le journal, en expliquant comment les annonces sont vendues, et comment ceci sert à financer le travail du journal.

Ici aussi, vous devrez coordonner la visite avec la direction de l'école.

## Projections du film « Spotlight »

Parfois, Hollywood raconte nos histoires d'une manière plus convaincante qu'on ne pourrait l'imaginer. En 2016, l'Oscar du meilleur film a été décerné au film « [Spotlight](#) », qui a suivi l'équipe du même nom à l'emploi du *Boston Globe*. Cette équipe était la plus ancienne équipe de journalistes d'enquête en activité continue dans les journaux américains. Le film relate son enquête sur des cas d'abus perpétrés par plusieurs prêtres catholiques dans la région de Boston, et montre à merveille pourquoi les journaux — et le travail qu'ils font — ont tant d'importance.

Médias d'Info Canada a obtenu les droits, pour un nombre limité de journaux membres, de présenter la projection gratuite du film. Nous aimerions beaucoup que vous utilisiez ces projections pour sensibiliser les membres de votre collectivité au rôle que jouent les journaux dans une démocratie dynamique, et à la façon dont ils peuvent appuyer les médias de nouvelles indépendants au Canada.

### Prochaines étapes recommandées :

1. Si vous souhaitez organiser une projection pendant **la Semaine nationale des journaux**, veuillez communiquer avec Kelly Levson à [klevson@mediasdinfo.ca](mailto:klevson@mediasdinfo.ca). Médias d'Info Canada prendra les dispositions nécessaires pour vous fournir une copie numérique du film (ainsi que les droits de licence).
2. Vous devrez tenir compte des éléments suivants dans votre présentation :
  - a. **Promotion.** Comment allez-vous faire passer le mot au sujet de cette présentation afin d'encourager les gens à y participer? Téléchargez le logo de **la Semaine nationale des journaux 2018** pour l'utiliser dans vos articles promotionnels.
  - b. **Emplacement et logistique.** Où organiserez-vous la projection et pouvez-vous vous assurer que l'endroit sera disponible pour une projection pendant la Semaine nationale des journaux? S'il n'y a pas de cinéma à louer dans votre collectivité, nous vous invitons à visiter des centres communautaires ou d'autres lieux publics. N'oubliez pas que vous devrez apporter l'équipement nécessaire pour faire la projection du film.
  - c. **Contenu.** En plus de simplement montrer le film, comment pouvez-vous utiliser cet événement pour engager les gens dans un dialogue sur les raisons pour lesquelles les journaux sont plus importants que jamais? À la fin du film, nous vous recommandons d'organiser une discussion avec un modérateur et avec certains membres clés de votre équipe de rédaction pour discuter des thèmes présentés dans le film et de ce que nous devons faire au Canada pour assurer la pérennité et l'indépendance de notre presse au pays.
3. N'oubliez pas de prendre des photos et de consigner les détails de ces présentations, et de les partager avec nous!

## Ralliez vos annonceurs

En plus de créer une occasion de mobiliser les lecteurs actuels et potentiels de votre journal, la Semaine nationale des journaux offre une opportunité de prendre contact avec un autre groupe d'intervenants clés : les annonceurs courants et prospectifs.

L'événement constitue un bon prétexte pour inviter les entreprises locales à déjeuner ou pour un coquetel, où vous pourrez discuter des possibilités de publicité dans le contexte informatif et inspirant de votre journal.

### Prochaines étapes recommandées :

1. **Déterminez le moment et le format de votre événement.** Un petit déjeuner dans vos bureaux? Des coquetels dans un bar ou un restaurant local?
2. **Préparez votre liste d'invités comportant des annonceurs actuels et des annonceurs ciblés.** Pouvez-vous vous servir de la Semaine nationale des journaux pour contacter des annonceurs que vous n'avez pas pu convaincre jusqu'ici?
3. Préparez votre argumentaire! Comment pouvez-vous démontrer la valeur intrinsèque des journaux — et du vôtre en particulier — comme outil publicitaire? Avez-vous des études de cas d'autres entreprises locales dont vous pourriez souligner le succès? Pour obtenir plus de ressources et d'études, visitez <https://nmc-mic.ca/fr/ressources-publicitaires/>.
4. **Contemplez la possibilité d'une offre incitative** : une offre spéciale aux annonceurs qui réservent de l'espace durant la Semaine nationale des journaux, par exemple.

Comme toujours, assurez-vous de prendre des photos et de partager les résultats de vos efforts avec nous à [nnw@mediasdinfo.ca](mailto:nnw@mediasdinfo.ca)!