

## Réunion spéciale du conseil d'administration L'avenir de votre journal régional



par **Jean-Paul GENDRON**,  
président  
du journal

«Après douze ans bien sonnés d'existence, il est temps de faire le point sur le Journal du HSF et d'en revoir la dynamique.» C'est en quelque sorte le principe à la base du récent «Lac-à-l'épaule» que tenait le conseil d'administration le 23 janvier dernier à East Angus. Déjà le nombre de parution depuis 1986 dépasse les 160. On peut affirmer sans hésitation que votre Journal fait maintenant partie des institutions qui façonnent le HSF. Il a connu comme toute entreprise communautaire des débuts hésitants. Mais la persévérance de ses fondateurs et des années des premières années ont permis la mise sur pied de l'entreprise d'information qui est entre vos mains, du journal qui vous appartient ; de là son caractère résolument communautaire.

Le Journal a évolué sous sept présidences (Lucette Mignault, Alain Robert, Richard Ravary, Daniel Pezat, Jean-Louis Blanchette, Paul Simoneau et le présent signataire) qui, avec les conseils d'administration de leur époque, ont orienté les contenus en quantité et

en diversité... vers une certaine stabilité de présentation. À ses débuts écrit par des bénévoles et publié avec un budget annuel d'à peine 110 000\$, il est bâti aujourd'hui par une équipe de cinq permanents avec des revenus qui atteindront l'an prochain les 220 000\$. Projet viable à ce jour, le Journal du HSF est en voie de devenir une entreprise rentable... dans le respect de son unique propriétaire : les citoyens et citoyennes du HSF... par le biais évidemment de leurs organismes représentatifs.

Tout en conservant l'esprit du début, la mission institutionnelle du Journal a été adaptée au contexte actuel de la région : «Fournir à la population du HSF une information accessible à caractère social, économique, politique, culturel et communautaire afin de développer une identité régionale et un sentiment d'appartenance au HSF». Les lecteurs pratico-pratiques que vous êtes voudront savoir comment cette noble intention, un peu abstraite, se traduira dans la réalité: 1) passer de 17 (au trois semaines) à 20 numéros par année ; 2) réduire pour un temps le ratio de publicité de 60% à 50% ; 3) faire plus de place aux sports, aux personnalités et à la vie quotidienne avec plus de photos, donc augmentation du nombre de pages ; 4) augmenter le contenu publicitaire hors HSF sans causer préjudice aux entreprises commerciales du territoire, donc ajout d'un troisième conseiller publicitaire à temps partiel ; 5) produire deux ou trois cahiers spéciaux annuellement (industrie, commerce, ruralité) ; 6) considérer des offres de sous-traitance, 7) archiver le Journal afin de passer à l'histoire; et 8) demeurer communautaire (la privatisation n'est pas à l'ordre du jour). Voilà pour l'essentiel. D'autres suggestions ont été retenues quant à la politique éditoriale et aux commentaires, au logo, à la distribution et aux abonnements, aux annonces classées et à des classiques d'un journal imprimé: les mots croisés et l'horoscope.

Quant au partenariat municipal, il est non seulement maintenu, mais encouragé puisque les municipalités ou leurs partenaires locaux sans but lucratif pourront occuper un espace publicitaire selon leur contribution financière (1\$ per capita / an).

Mêlez-vous de vos affaires ! Si vous êtes dans le commerce, utilisez-le dans vos stratégies d'entreprises. Si vous aimez le HSF, lisez-le. C'est une façon intelligente de s'approprier sa région.

**LE SENS DU CLIENT, C'EST AUSSI LE SUIVI D'UNE COMMANDE.**

Simon Carrier de Scies à chaîne Carrier de Cookshire l'a bien compris.

Client un jour, client toujours !