

Politique éditoriale et publicitaire du magazine *Quoi de neuf*

Politique publicitaire des bulletins sectoriels

Mars 2018



Avant-propos

La première politique éditoriale et publicitaire du magazine *Quoi de neuf* a été rédigée en 2009. Son objectif premier était de présenter les orientations et les balises qui guident la production du magazine. Une première mise à jour a été effectuée en 2013 afin de répondre aux nouvelles réalités en matière d'édition.

La présente mise à jour découle de la fusion de l'équipe du magazine *Quoi de neuf* et du comité national des communications, réalisée en 2014, puis de l'ajout d'un volet touchant les bulletins sectoriels, en février 2018.

Cette politique s'adresse aux membres du comité national du magazine *Quoi de neuf* et des communications, ainsi qu'aux personnes collaboratrices habituelles, occasionnelles ou ponctuelles, qui sont principalement membres de l'AREQ. En fait, toutes les personnes appelées à rédiger un article dans le magazine doivent prendre connaissance de cette politique.

L'objectif poursuivi par cette politique éditoriale est la cohérence du magazine *Quoi de neuf* et des bulletins sectoriels de l'Association. Afin de maintenir cette cohésion, il doit y avoir uniformité de ton et de style et celle-ci doit être rattachée à la mission de l'Association.

Nous vous invitons à lire ce document et à communiquer avec le conseiller ou la conseillère en communication de l'Association pour toute précision concernant cette politique.

Table des matières

1. Présentation	4
1.1 Mission	4
1.2 Tirage et archivage	4
1.3 Parution	4
1.4 Calendrier de production	4
1.5 Dates de tombée	4
2. Comité et collaborateurs	4
2.1 Comité	4
2.2 Personnel-ressource	5
2.3 Responsable politique	5
2.4 Collaborateurs et collaboratrices externes	5
3. Politique éditoriale	5
3.1 Contenu rédactionnel	5
3.2 Uniformisation des sections récurrentes	6
3.3 Citation des sources (droits d'auteur)	6
3.4 Droit de refus des textes présentés	8
3.5 Responsabilité des opinions	8
3.6 Mot de la présidence	9
3.7 Révision linguistique, correction d'épreuves, montage et impression	9
4. Politique publicitaire	10
5. Traitement des plaintes	10
6. Profil du lectorat	10
7. Grille tarifaire de publicité	11
8. Politique publicitaire des bulletins sectoriels	12

1. Présentation

1.1 Mission

Le magazine *Quoi de neuf* vise principalement, par son contenu varié, à informer les membres de l'AREQ sur les sujets suivants :

- ▶ Mission, grandes orientations, plan d'action et revendications de l'Association;
- ▶ Activités propres à l'Association ou soutenues par celle-ci tant sur le plan national, régional que sectoriel;
- ▶ Questions sur les besoins, les intérêts et les préoccupations de l'ensemble des personnes retraitées et aînées.

1.2 Tirage et archivage

Le tirage du magazine correspond au nombre de membres de l'AREQ, auquel s'ajoute une quantité suffisante d'exemplaires pour assurer la promotion et le rayonnement de l'Association, notamment auprès d'acteurs sociopolitiques et d'organismes communautaires, d'organismes de défense de personnes âgées, de même qu'auprès d'éventuels membres de l'Association. Il est également distribué dans différents endroits, notamment des salles d'attente de cliniques. Pour un meilleur archivage du magazine, on utilise le système standard de numérotation, soit celui de volum (correspondant au nombre d'années) et de numéros (correspondant au nombre de publications dans l'année).

1.3 Parution

Le magazine est publié quatre fois par année, soit au rythme des saisons.

1.4 Calendrier de production

Un calendrier de production est déposé au conseil d'administration et couvre une année entière. Il contient les dates de planification, de tombée des textes, de correction et de révision, de conception graphique, d'approbation finale, d'impression et d'expédition.

1.5 Dates de tombée

Les dates de tombée des textes sont inscrites au calendrier de production du magazine. Sauf exception, les textes reçus après la date de tombée d'un numéro ne peuvent pas y être publiés.

2. Comité et collaborateurs

2.1 Comité

Le comité est formé d'un maximum de cinq personnes, issues de régions différentes. Membres en règle de l'AREQ, ces personnes agissent à titre bénévole. Leurs dépenses sont remboursées par l'Association selon la politique édictée par le conseil d'administration à l'égard des comités consultatifs. Un ou une responsable politique, la conseillère ou le conseiller en communication et l'employé de soutien affecté aux communications font également partie intégrante de l'équipe. Les membres de l'équipe sont nommés par le conseil d'administration.

Le comité a pour mandat principal de faire des recommandations sur le contenu du magazine et le traitement accordé à l'information. Il agit en tenant compte des priorités établies sur une base triennale par le conseil exécutif, le conseil d'administration, la direction générale et les

conseillères et conseillers de l'AREQ. Les membres du comité suggèrent également des améliorations à apporter à l'égard des textes et de leur présentation. Une personne externe est responsable de la révision linguistique et de la correction d'épreuves (point 3.7).

2.2 Personnel-ressource

La coordination des travaux du comité est effectuée par la conseillère ou le conseiller en communication. Cette personne est secondée dans cette tâche par l'employé de soutien affecté aux communications.

Le conseiller ou la conseillère et l'employé de soutien affecté aux communications assurent le lien entre le comité, les collaborateurs, les instances politiques et les ressources externes. **La conseillère ou le conseiller peut être amené à effectuer des choix parmi les sujets à traiter et les textes soumis, en tenant compte de leur intérêt et des diverses contraintes à respecter. La décision finale de publier un texte relève de la conseillère ou du conseiller en communication.**

La coordination graphique du magazine et le suivi auprès de l'imprimeur sont effectués par l'employé de soutien affecté aux communications, tandis que la conception graphique est assurée par une firme externe en graphisme.

2.3 Responsable politique

Le comité travaille de concert avec la personne responsable politique du dossier des communications au sein du conseil exécutif de l'AREQ. Celle-ci anime les rencontres de planification et de suivi du magazine.

2.4 Collaborateurs et collaboratrices externes

Le comité peut s'adjoindre les services de collaboratrices ou de collaborateurs externes, réguliers ou ponctuels, qui offrent leur expertise particulière notamment pour la rédaction d'articles, de chroniques ou de dossiers thématiques. Ces personnes peuvent agir sur une base bénévole, mais elles peuvent aussi être rémunérées.

3. Politique éditoriale

3.1 Contenu rédactionnel

Le magazine *Quoi de neuf* est avant tout produit pour et par les membres de l'AREQ. Ainsi, les rédacteurs et rédactrices du magazine peuvent être :

- ▶ Des membres du comité chargé de la conception;
- ▶ Du personnel de l'AREQ, des membres du conseil exécutif ainsi que des membres des différents comités consultatifs possédant une expertise en regard des dossiers traités par l'AREQ (santé, environnement, retraite, assurances, femmes, hommes, sociopolitique, affaires financières, etc.);
- ▶ Des membres de l'AREQ qui soumettent un texte, principalement dans le cadre de chroniques telles que *Échos de nos régions*, *À vos claviers* ou autres;
- ▶ Des collaboratrices ou collaborateurs externes qui, sur une base ponctuelle ou régulière, disposent d'une expertise particulière sur des sujets précis (chercheurs, historiens, nutritionnistes, spécialistes, etc.).

Pour être publié dans le magazine *Quoi de neuf*, un article doit :

- ▶ Respecter la présente politique;
- ▶ Être rattaché à la mission de l'Association; c'est ainsi que des articles qui vont à l'encontre des valeurs d'égalité et de justice sociale seront refusés (points 3.4 et 3.5);
- ▶ Être rédigé dans le respect de la liberté d'expression **tout en évitant de porter préjudice à des personnes ou à des groupes de personnes** (points 3.4 et 3.5);
- ▶ Respecter certaines balises, que ce soit au chapitre de la longueur du texte, du style, de la qualité du français, etc.

3.2 Uniformisation des sections récurrentes

Plusieurs sections sont récurrentes dans le magazine. Il est donc important d'établir des balises quant au nombre de mots à respecter pour chacune des sections. **Advenant le cas où un texte ne respecterait pas le nombre de mots déterminé dans cette politique, les membres du comité pourraient recommander de couper le texte ou de le refuser.** Les sections ci-dessous sont celles du magazine actuel. Toutes ces sections ne paraissent pas automatiquement dans tous les numéros. D'autres sections pourraient apparaître, tandis que d'autres pourraient être modifiées ou enlevées selon les besoins des membres de l'Association.

Sections actuelles

- ▶ Mot de la présidence : ± 500 mots
- ▶ Échos de nos régions : ± 350 mots
- ▶ Échos de nos régions – Hommage aux membres : ± 300 mots
- ▶ Textes d'opinion : ± 250 mots
- ▶ Textes issus des grands dossiers de l'Association et des comités : ± 1 000 mots
- ▶ Conseil national : ± 1 500 mots
- ▶ Place publique : ± 500 mots
- ▶ Nutrition : ± 1 000 mots
- ▶ Activité physique : ± 1 000 mots
- ▶ Remuez vos méninges : 1 page
- ▶ Petits plaisirs : ± 500 mots
- ▶ La source des mots : ± 350 mots
- ▶ Publireportage : ± 500 mots
- ▶ À vos claviers : ± 500 mots
- ▶ Chronique d'un passeur et Chronique des clichés : ± 500 mots

3.3 Citation des sources (droits d'auteur)

On doit citer ses sources lorsque l'on est dans l'une des trois situations suivantes :

- ▶ Lorsque l'on rapporte mot à mot ce que quelqu'un d'autre a dit ou écrit.
- ▶ Lorsque l'on paraphrase, c'est-à-dire que l'on met dans ses propres mots ce que quelqu'un d'autre a dit ou écrit.
- ▶ Lorsque l'on intègre des photographies, des images, des données, des statistiques et des graphiques dans un document et que la source utilisée est un document publié ou non publié, un document imprimé ou disponible sur Internet, la source est protégée par le droit d'auteur ou par celui du domaine public.

Voici quelques exemples de situations de plagiat :

- ▶ Copier textuellement un passage d'un livre, d'un magazine ou d'une page Web sans le mettre entre guillemets ni en mentionner la source.
- ▶ Insérer dans un article des images, des graphiques, des données, etc., provenant de sources externes sans en indiquer l'origine.
- ▶ Résumer l'idée originale d'un auteur en l'exprimant dans ses propres mots, mais en omettant d'en indiquer la source.
- ▶ Traduire partiellement ou totalement un texte sans en mentionner la provenance.
- ▶ Réutiliser un article produit dans un autre média sans avoir obtenu au préalable l'accord de l'auteur ou de l'auteure.
- ▶ Utiliser l'article d'une autre personne et le présenter comme le sien, et ce, même si cette personne a donné son accord.
- ▶ Acheter un article sur le Web et le faire sien.

Pour éviter le plagiat et respecter les droits d'auteur, on dispose de plusieurs options. L'objectif principal est d'indiquer correctement les sources dont on s'est inspiré pour réaliser un travail que ce soit par des citations où l'on utilise les mots exacts d'un auteur, ou par des paraphrases où l'on reprend dans ses propres mots les idées d'un auteur. Il ne s'agit pas d'alourdir le texte en intégrant de multiples notes de bas de page, mais plutôt de respecter la loi.

Il existe deux méthodes d'appel des références dans le texte : la méthode auteur-date et la méthode classique (note de bas de page).

Méthode auteur-date

Chartrand transmet sa réflexion aux étudiants : « Ce que nous connaissons du système politique québécois est en fait le résultat d'une collaboration entre différents chercheurs et chercheuses. » (Chartrand, 2008, p. 36)

Il faut ensuite inscrire la référence complète dans la section Bibliographie à la fin du travail, le cas échéant.

Exemple de note de bibliographie :

CHARTRAND, Gilles. L'histoire du Québec, Université de Montréal, 2008, 234 p.

Méthode classique (note de bas de page)

Chartrand fait part de sa réflexion aux étudiants : « Ce que nous connaissons du système politique québécois est en fait le résultat d'une collaboration entre différents chercheurs et chercheuses¹. »

Exemple de note en bas de page :

¹CHARTRAND, Gilles. L'Histoire du Québec, Université de Montréal, 2008, p. 52.

3.4 Droit de refus des textes présentés

Écrire dans le magazine *Quoi de neuf* **constitue un privilège**. Il ne faut pas oublier qu'à chacune des publications, le lectorat compte plus de 61 000 personnes. Ainsi, le comité se réserve le droit de refuser un texte pour diverses raisons, notamment s'il :

- ▶ Va à l'encontre de l'énoncé de valeurs de l'AREQ;
- ▶ Est diffamatoire;
- ▶ Va à l'encontre du plan d'action de l'Association;
- ▶ Ne répond ni à la mission de l'organisation ni au mandat du magazine;
- ▶ Est beaucoup trop long;
- ▶ Est incompréhensible;
- ▶ Relate une activité ou un événement qui s'est déroulé depuis trop longtemps;
- ▶ Contient trop d'erreurs de nature linguistique ou syntaxique.

Énoncé de valeurs

Égalité et justice

Nous affirmons que l'égalité et la justice sociale prennent forme dans la défense et la promotion des droits égalitaires et des intérêts de toutes et tous. Nous accordons une attention particulière à la qualité de vie et au traitement équitable de toutes les personnes âgées.

Respect et reconnaissance

Nous sommes convaincus que le respect et la reconnaissance supposent l'accueil, l'écoute, l'acceptation et la valorisation des différences individuelles, d'opinion et de prises de position. Ces valeurs impliquent également que soit valorisée la contribution des personnes âgées à la société.

Engagement et solidarité

Nous considérons que l'engagement et la solidarité supposent de faire siens les objectifs de l'Association, d'être présentes et présents, de s'impliquer et de faire preuve de persévérance et de cohésion dans nos actions individuelles et collectives. Toutes et tous, nous sommes appelés à mettre nos compétences au service des membres et des idéaux défendus par l'AREQ.

3.5 Responsabilité des opinions

Le magazine *Quoi de neuf* publie, à l'occasion, les points de vue de ses lectrices et lecteurs dans une rubrique réservée à cet effet. Ces points de vue sont signés par les auteures et auteurs. **Les idées et les opinions exprimées dans les chroniques et les textes publiés dans le magazine n'engagent que les personnes qui les ont rédigés. L'Association n'est nullement responsable des opinions exprimées dans le magazine.**

La décision finale de publier un point de vue relève de la conseillère ou du conseiller en communication. Cette décision doit se prendre dans le respect de la présente politique. De façon générale, en raison de contraintes de temps et d'espace, il ou elle peut refuser de publier un point de vue à une date donnée et également décider de ne pas publier un point de vue pour les motifs suivants :

- ▶ Le texte ne porte pas sur des questions liées à la vie associative de l'AREQ ou sur des préoccupations de ses membres;

- ▶ L'opinion exprimée n'est plus d'actualité. Il ne faut pas perdre de vue que le magazine est publié quatre fois par année;
- ▶ Le texte porte atteinte à la vie privée de personnes ou peut être considéré comme diffamatoire, en particulier s'il concerne des personnes nommément identifiées et s'il comporte des allégations difficilement vérifiables;
- ▶ Les points de vue sont trop longs, répétitifs ou encore ils proviennent continuellement des mêmes personnes ou groupes;
- ▶ Le texte n'est pas écrit dans un français acceptable, ce qui rend sa compréhension difficile.

3.6 Mot de la présidence

Le magazine *Quoi de neuf* publie toujours le Mot de la présidence, qui est signé par le président ou la présidente de l'AREQ.

3.7 Révision linguistique, correction d'épreuves, montage et impression

Cette étape se fait en trois temps.

ÉTAPE 1

Les textes sont transmis à un réviseur ou à une réviseuse linguistique externe.

ÉTAPE 2

Les textes corrigés et révisés sont transmis à la conseillère ou au conseiller en communication pour assurer une qualité continue au magazine et pour approbation. Si des modifications majeures sont effectuées comme la réécriture complète de phrases, le texte est retourné à l'auteur pour approbation. Sinon, l'employé de soutien affecté aux communications transmet les textes révisés pour le montage du magazine à une firme externe de graphisme. Une fois celui-ci terminé, le document est retourné au réviseur linguistique pour qu'il effectue la correction d'épreuves.

ÉTAPE 3

Le magazine est ensuite transmis à l'imprimeur, qui produit une épreuve couleur. Cette version préliminaire est vérifiée en dernier lieu. La conseillère ou le conseiller en communication approuve ensuite la version définitive du magazine, qui est transmise à l'imprimeur.

4. Politique publicitaire

Le magazine *Quoi de neuf* diffuse, à l'occasion, de la publicité payée par des organismes annonceurs. **Le choix de ces organismes doit être entériné par le conseil exécutif et le conseil d'administration de l'AREQ.** L'objectif de cette publicité doit être de favoriser un autofinancement partiel du magazine. Les tarifs publicitaires sont ceux en vigueur sur le marché. Notez toutefois que la publicité doit être liée à la mission de l'AREQ.

À moins d'indications contraires, le contenu publicitaire n'engage en rien le magazine *Quoi de neuf* et l'AREQ. Au moment de juger si un message publicitaire doit être accepté ou refusé, **la décision est prise sur le contenu du message publicitaire et sur la qualité de l'annonceur.**

Le magazine *Quoi de neuf* s'engage à respecter le Code canadien des normes de la publicité, mis à jour périodiquement. Ce code contient 14 articles qui fixent les critères d'acceptabilité de la publicité afin que celle-ci soit **vraie, intègre et exacte**. De plus, le magazine s'engage à respecter les critères suivants :

- ▶ Toutes les publicités devront répondre à des critères stricts de véracité, de clarté et d'exactitude, notamment quant au prix, à la disponibilité ou à l'efficacité d'un produit ou d'un service. Tous les détails pertinents se rapportant à une offre doivent être clairement énoncés.
- ▶ Le magazine *Quoi de neuf* n'utilise pas de techniques publicitaires déguisées. Ainsi, le contenu publicitaire, notamment sous forme de publireportage, doit se distinguer clairement du contenu rédactionnel. Le terme Publireportage est alors indiqué en haut de la page.
- ▶ La publicité ne doit pas attaquer ou dénigrer injustement **les produits ou les services de concurrents, ni exagérer la nature ou l'importance de différences concurrentielles.**

5. Traitement des plaintes

Toute plainte concernant l'application de cette politique doit être adressée à la personne responsable politique du dossier des communications, qui en fera rapport au conseil exécutif.

Dans l'éventualité où la personne plaignante juge que les explications fournies par la personne responsable politique ne sont pas satisfaisantes, elle peut adresser une plainte par écrit au conseil exécutif de l'Association qui jugera, en dernière instance, du bien-fondé de la plainte et des suites à y donner.

6. Profil du lectorat

Fondée en 1961, l'AREQ regroupe plus de 58 000 membres issus du secteur de l'éducation, de même que des autres services publics, notamment la santé, les services de garde, les communications, les loisirs, la culture et le milieu communautaire. Elle est affiliée à la Centrale des syndicats du Québec (CSQ). Plus des deux tiers des membres de l'AREQ sont des femmes. Leur âge varie entre 50 et 104 ans, pour une moyenne de 68 ans. Toutes les régions du Québec sont représentées à l'AREQ.

7. Grille tarifaire de publicité

1 page couleur* : 2 500 \$**

1/2 page couleur : 1 500 \$

1/3 page couleur : 1 000 \$

1/4 page couleur : 800 \$

* Le magazine est imprimé entièrement en couleurs.

** Les tarifs indiqués s'appliquent à l'espace publicitaire. Le matériel (contenu) doit être fourni par le client.

Parution : 4 fois par an (au rythme des saisons)

Tirage : ± 61 000 exemplaires (acheminés à domicile auprès de tous les membres de l'AREQ et distribués à différents acteurs sociopolitiques et aux organismes s'adressant aux personnes retraitées et aînées).

Format de publicité



1 page
50 x 65 picas
8,375 X 10,875 po



1/2 page
50 X 31 picas
8,375 X 5,265 po



1/3 page
50 X 20 picas
8,375 X 3,45 po



1/4 page
50 X 15 picas
8,375 X 2,54 po

*Les formats fournis pour les publicités sont à « bord franc ».

Pour les publicités à fond perdu, ajouter les mesures suivantes :

- ▶ 1,6 picas
- ▶ 0,6 cm
- ▶ 0,25 po

8. Politique publicitaire des bulletins sectoriels

Mise en contexte

L'AREQ constitue une force partout au Québec, notamment par la présence de ses 88 secteurs répartis selon dix régions. Le bulletin sectoriel est l'un des principaux outils des secteurs pour informer les membres. Ainsi, ces publications sont l'œuvre de bénévoles dévoués de l'AREQ sur le terrain.

Pour les guider dans la production d'un bulletin sectoriel, l'AREQ a d'ailleurs développé un [aide-mémoire](#) complet disponible dans l'extranet du site Internet de l'Association. L'objectif de ce document est d'assurer une certaine uniformité, notamment au niveau de la présentation des contenus. Néanmoins, l'AREQ aspire à ce que les bulletins sectoriels reflètent l'identité des secteurs et de leurs membres.

Enfin, l'AREQ a souhaité établir des normes claires en matière de publicité dans les bulletins sectoriels. Tout comme l'ensemble des publications officielles de l'Association, les bulletins sectoriels doivent promouvoir les valeurs de leurs membres. Ainsi, l'objectif de cette politique publicitaire est d'encadrer l'affichage publicitaire à travers les bulletins sectoriels de l'AREQ et d'assurer une cohérence avec ses valeurs et sa mission.

Publicités acceptées

L'affichage d'activités d'informations ou sociales à but non lucratif peut être accepté. Le bulletin sectoriel doit servir à informer ses membres sur des activités ou des enjeux pertinents. Par exemple, un secteur peut promouvoir une conférence donnée par des intervenants du réseau de la santé ou une activité communautaire (ateliers de tricot, activités physiques en groupe, etc.).

- ▶ Le but d'un bulletin sectoriel n'est pas de faire la promotion d'intérêts pécuniaires. Par exemple, nous ne pouvons favoriser une pharmacie, une résidence privée pour aînés ou une agence de voyages.
- ▶ La publicité dans les bulletins sectoriels pour des entreprises privées lucratives doit se faire uniquement en concordance avec les ententes de partenariats établies par l'AREQ nationale (ex. : SSQ Assurance, La Personnelle) ou par le programme Avantages et rabais établi par l'AREQ.

Au moment de juger si un message publicitaire doit être accepté ou refusé, la décision est prise sur le contenu du message publicitaire et sur la qualité de l'annonceur. Il appartiendra au personnel désigné du bureau national de l'AREQ de trancher. Le comité national du magazine *Quoi de neuf* et des communications peut aussi être appelé à faire des recommandations.

Pour joindre l'AREQ



1 800 663-2408



info@areq.lacsq.org



areq.lacsq.org



AREQ-CSQ

