

Retrouvez ces sites sur  
**WWW.**  
ecrans.fr/sitesdujour



### Récolte de doeos

«Vous avez 40 secondes pour récupérer 100 doeos.» Et c'est parti pour une série de tableaux où il faut passer sa souris sur les doeos (ces sympathiques petits visages roses) qui apparaissent à l'écran. Pas de pause et pas de temps mort.



### Emotions électroniques

Un courriel qui permettrait d'attacher non seulement images et textes, mais aussi des émotions. Démonstration en trois actes avec *Emotion Mail*, la proposition de l'équipe 203, lauréate du Prix de l'originalité du Webdesign International Festival.

LIBÉRATION | MARDI 22 AVRIL 2008

**Presse** ♦ En conflit depuis un an avec sa direction, la rédaction du «Journal de Québec» a lancé avec succès un quotidien gratuit pour le concurrencer.

## Québec: la guerre des deux titres

Trois cent soixante-cinq jours sans salaire. Tel est le triste sort réservé aux journalistes de la rédaction du *Journal de Québec* (JDQ). Depuis le 22 avril 2007, la direction de ce quotidien régional du groupe Quebecor a décidé de se passer des services de ses 252 salariés. Plutôt que d'attendre une hypothétique entente entre le syndicat et le patronat, les travailleurs ont décidé de prendre leur destin en main et de fonder un nouveau quotidien d'information générale. Fort de ses 40 000 exemplaires, *MédiaMatinQuébec*, qui est distribué gratuitement dans les rues de la ville, espère faire de l'ombre au *Journal de Québec* et faire plier la direction. Un pari audacieux.

**Echec.** Le lock-out au JDQ a été décrété par la direction au moment de la négociation de la nouvelle convention collective des employés. «Nous ne sommes pas parvenus à un accord et nous avons été jetés sur le trottoir», explique avec amertume Denis Bolduc, porte-parole des syndiqués. Toutes les tentatives de conciliation se sont soldées par un échec. Le conflit ne porte pas ici sur les conditions de travail – les journalistes de la rédaction sont les mieux payés de la profession –, mais sur la diversification des tâches. «Nous considérons, souligne Denis Bolduc, que pour faire correctement notre travail nous ne pouvons pas à la fois prendre des photos, tenir une caméra, faire du montage, écrire des articles pour le journal et mettre à jour un blog. Par ailleurs, nous refusons l'allongement de notre rythme hebdomadaire de travail de quatre à cinq jours sans compensation.» Depuis le début du conflit, six journalistes ont jeté l'éponge et ont trouvé un nouvel emploi. Les autres survivent grâce aux 200 dollars (125 euros) que leur verse chaque semaine le puissant Syndicat canadien de la fonction publique qui les



Distribution de *MédiaMatinQuébec*, le gratuit des salariés du JDQ, le 8 février dernier. PHOTO MEDIAMATINQUÉBEC

représente et grâce aux bonus (dont les montants sont soigneusement gardés secrets) offerts par des syndicats «amis». Le *Journal de Québec* continue quant à lui d'aller sous presse comme si de rien n'était. Alimenté par des médias en tout genre du groupe Quebecor,

**Les salariés touchent chaque semaine 200 dollars du puissant Syndicat canadien de la fonction publique.**

il est tant bien que mal ficelé par les cadres du journal. De leur côté, les journalistes salariés s'attellent avec entrain à leurs nouvelles activités. «Ce lock-out a été pensé de longue date par les dirigeants, dénonce Denis Bolduc. Nous l'avons vu venir et nous nous sommes organisés pour tenter de renverser la vapeur. En publiant notre journal, nous souhaitons exercer une pression économique et nous espérons que le JDQ perdra des lecteurs et

des annonceurs.» Une stratégie payante? Rien n'est moins sûr. «J'ai beau scruter l'horizon, je ne vois aucun signe de reprise des pourparlers à court terme, s'inquiète Colette Brin, professeur de journalisme à l'université Laval de Québec, dans une tribune publiée sur ProjetJ, un observatoire canadien du journalisme. Le conflit de travail ne semble pas avoir affecté outre mesure la rentabilité du *Journal de Québec*.» Certes, son lectorat s'effrite, cependant, le JDQ – et ses 100 000 exemplaires – conserve la convoitée première place du journal le plus lu dans la région et les annonceurs ne sont pas près de désert. «De leur côté, explique Colette Brin, les syndiqués semblent avoir les ressources et l'énergie nécessaires pour traverser la période creuse de l'été. La production et la distribution de *MédiaMatinQuébec* demeure sans doute pour eux une grande source de motivation. Curieusement, ce qui devait être un

moyen de pression semble contribuer à prolonger le conflit.»

**Point mort.** Finalement, alors que les négociations sont au point mort et que le conflit ne déchaîne plus les passions du début, les syndiqués continuent d'être gonflés à bloc. La population s'est quant à elle habituée à lire *MédiaMatinQuébec*, au point de se demander si sa disparition ne serait pas une grande perte. Pour sa part, Que-

becor profite du conflit pour expérimenter une nouvelle façon de produire un quotidien grâce à des informations provenant de divers supports médiatiques. Une pratique économiquement viable qui se situe cependant parfois à des lieues de l'actualité locale. Un comble pour un journal régional.

De notre correspondante à Québec

♦ EMMANUELLE LANGLOIS

### Quebecor, géant des médias

Quebecor, l'éditeur du *Journal de Québec*, se partage en deux entités : Quebecor World le numéro 2 mondial de l'imprimerie et Quebecor Media. Présent dans le disque, le livre, la vidéo, Internet ou encore la télévision, Quebecor Media est le premier éditeur canadien tant au niveau des quotidiens (plus d'une quarantaine de titres nationaux, locaux ou gratuits) que des magazines (près de deux cents titres). Parmi les clients de Quebecor l'imprimeur, le magazine américain *Rolling Stone* ou encore *US Weekly*, soit plus de 1 million d'exemplaires imprimés chaque semaine.

**Presse** ♦ Les dirigeants d'«Enjeux-les Echos» s'en vont.

## «Les Echos» se vident

Cinq mois après son rachat par LVMH, l'hémorragie continue au groupe les Echos. Le directeur de la rédaction du mensuel *Enjeux-les Echos* depuis 2000, François Lenglet, et sa rédactrice en chef Marie-Paule Virard, ont décidé conjointement de partir et de prendre leur clause de cession. Ils ont justifié hier leur départ devant la rédaction en expliquant que la nouvelle direction du groupe – DI Group dont le PDG est Nicolas Beytout – avait instauré un climat de défiance comme si elle ne voulait pas collaborer avec eux.

Ils travaillaient depuis plusieurs mois à une nouvelle formule du titre, diffusé à 135 480 exemplaires OJD en 2007 et qui a connu un dernier exercice déficitaire, annoncée pour cet automne. Mais leurs propositions sont restées sans suite, tandis que le budget et des études étaient menés sans qu'ils y soient associés. «C'est leur libre arbitre, a déclaré à l'AFP Nicolas Beytout, en même temps je ne pense pas qu'ils se sont posés toutes les questions sur les moyens de redresser ce titre.» Dans un communiqué, les élus, les syndicats et la société des journalistes ont «déploré ces départs, qui surviennent deux mois après celui d'Erik Izraelewicz, directeur de la rédaction des Echos» pour la Tribune. Le communiqué s'inquiète aussi de l'avenir du site web, du supplément *Série limitée* et de la fermeture des chaînes Premium sur le site à la fin du mois.

Le malaise est d'autant plus fort qu'est toujours attendue, incessamment, la nomination de trois administrateurs indépendants (André Lévy-Lang, André Vernholes et Nicolas Molfessi), étape nécessaire avant le vote de la rédaction pour les futurs directeurs de rédaction. Les élus ont décidé de demander la convocation d'un comité d'entreprise extraordinaire.

♦ F.RI