

Ampersand & La Perluète



Official newsletter of the Quebec/Atlantic Canada branch of the Editors' Association of Canada
Le bulletin de liaison de la section Québec-Atlantique de l'Association canadienne des réviseurs

Winter/Hiver 2013

Soirée de réseautage de la RQA-ACR, le 25 janvier 2013

Par Jenny Cai, Rédactrice médicale indépendante

La première soirée de réseautage de l'année a remporté un franc succès ! Dans une ambiance tamisée, des réviseurs, des traducteurs, des rédacteurs et d'autres langagiers se sont réunis pour bavarder et se divertir tout en sirotant un verre et en savourant des hors-d'œuvre. De nouveaux venus et des membres de longue date ont fait connaissance et ont discuté avec entrain. Pendant que les anecdotes se succédaient, on s'échangeait cartes professionnelles et coordonnées.

Trois personnes, dont une n'est pas (encore) membre de l'ACR, ont eu la chance de gagner un prix de présence à la suite d'un tirage au sort où tous ont retenu leur souffle !

Le moment était bien choisi pour faire la promotion du prochain séminaire qui aura lieu en anglais à Montréal : *Estimating: The Key to Making Money*. Vous avez du mal à bien évaluer un mandat ? Avez-vous tendance à sous-évaluer ou à surévaluer le travail à réaliser ? Si vous comprenez bien la langue de Shakespeare, cette formation pourrait aussi vous être utile !

En somme, cette soirée entamait l'année 2013 sur une très bonne note et préparait le terrain à beaucoup d'autres activités sociales et ateliers de perfectionnement professionnel.

J'espère vous croiser bientôt à une prochaine activité de la RQA-ACR !



Left-right: Christine Hastie, Alison Burch, Zofia Laubitz.

EAC Networking Event, January 25, 2013

By Jenny Cai, Freelance medical writer

The first networking event of the year was a huge success! Under ambient lighting, editors, translators, writers, and other editorial professionals gathered over drinks and hors d'oeuvres to chat and make merry. New faces, as well as longtime members mingled and exchanged ideas. As anecdotes flew across the room, so too did business cards and contacts.

Door prizes were given to 3 lucky people in a nail-biting raffle draw – 1 non-member, Johanne Rivest, and 2 members (see page 3 for the list of winners).

It was also a good time to promote the next upcoming workshop of the EAC: "Estimating: The Key to Making Money."

Not sure how to accurately price a project? Constantly under- or overestimating yourself? This is the workshop for you!

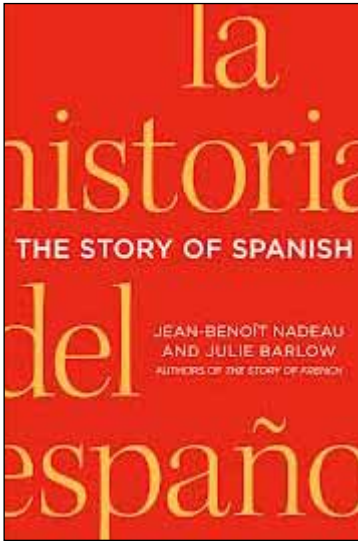
All in all, this networking soiree was a great start to 2013, and sets the stage for many more successful social and professional development events throughout the year. Hope to see you all at the next event!



Left-right: Isabelle Schumacher, Fanny Etter.

See more photos on page 3

Up and Coming



Cover art for *The Story of Spanish*.
©2013 Nadeau & Barlow.

With the launch of our next book *The Story of Spanish* (St. Martin's Press, May 2013) quickly approaching – and the question of U.S. immigration reform in the news – Jean-Benoît and I published an op-ed in *The Globe and Mail* this week: “The U.S. Needs to Embrace its Latino personality.”

Interested in how languages grow and spread? Join our Mailing List for updates with our

latest blog posts on Spanish and French, and more languages to come...

And meanwhile, we're out there talking about languages....

During celebrations of La semaine de la Francophonie, Julie will be speaking at the Alliance Française in Halifax, March 15, 2013, on how French is growing as a world language. Jean will be speaking at Alliances Françaises in Belgium, March 19-21, on how French is faring as a global and European tongue.

We are also giving writing seminars this spring: Julie at the Quebec Writers' Federation March 23 on Book Proposal Writing, and Jean-Benoît will be speaking April 13 at the Fédération professionnelle des journalistes du Québec on building a freelance writing career.

You can also follow us on Twitter or check out our new Facebook page.

Cheers,

Julie and Jean-Benoît
nadeaubarlow.com

Editor's note: Julie was one of our first speakers at our Monthly Meetings. Congratulations, Julie!

**Newsletter Editor/
Rédactrice en chef :** Josephine E. Sciortino
josiesciortino@yahoo.ca

Translator/Traductrice : Nathalie Vallière

**Designer/
Conceptrice-graphiste :** Carol Anderson
Wordstyle Productions
wordstyleproductions.com

**Contributors/
Collaboratrices :** Jenny Cai, Jess Ciroi, Fanny Vittecoq, Carole Zabbal

© 2013, Editors' Association of Canada,
L'Association canadienne des réviseurs

**ACR Section Québec-Atlantique –
EAC Quebec/Atlantic Canada Branch**
<http://www.editors.ca/branches/qac/index.html>
<http://www.reviseurs.ca/fr/sections/rqa/index.html>

**Editors' Association of Canada/L'Association
canadienne des réviseurs**
Quebec/ Atlantic Canada Branch/Section Québec-Atlantique
P.O. Box 46042, Pointe Claire, QC, H9R 5R4

**Administrator/
Administratrice :** Karen Schell
rqa-qac@editors.ca

“Like” us on / Cliquez « J’aime » sur Facebook:
<http://on.fb.me/Oq8Cte>

Follow us on / Suivez-nous sur Twitter @RQA_QAC



And the door prizes went to...

- **Johanne Rivest** who won *L'art de ponctuer*
Par Bernard Tanguay
- **Susan Hertzberg** (member since 2012): *The Subversive Copy Editor*
- **Geneviève Cloutier** (member since 2012): *Le Colpron : dictionnaire des anglicismes*



Left-right: Michelle Laurin, Fanny Etter, Vladyslav Pashynskyy, Isabelle Schumacher.



Johanne Rivest won *L'art de ponctuer*.

Editors' Association of Canada

NATIONAL CONFERENCE | JUNE 7-9, 2013 | LORD NELSON HOTEL, HALIFAX

**Are you a grammar stickler?
Do typos make you cringe?
Want to meet more people like you?**

Join Canada's editors as they converge on Halifax from June 7 to 9, 2013, for the national conference of the Editors' Association of Canada.

Registration opens in February.
Visit www.editors.ca/conference for more information.

Internationally renowned journalist

Robert MacNeil

will give the keynote address.

For 20 years Robert MacNeil was executive editor and co-anchor of *The MacNeil/Lehrer Report* on PBS. As an investigative reporter, he covered the JFK assassination and the Watergate scandal, but junior newshounds may know him best for his *Sesame Street* Special Report "Cookiecraze."

EDITORS' ASSOCIATION OF CANADA
REVISEURS

QAC Executive/Conseil de direction de la RQA

Vanessa Bonneau

Program Chair/responsable des réunions mensuelles

Imogen Brian and Giovanna Patruno

Marketing/Public Relations Co-Chairs/ Relations publiques

Barbara Dylla

Chair/présidente

Diane Ferland

Past Chair/ancienne présidente

David Johansen

Treasurer/trésorier

Namita Kumar

Professional Development Chair (English)/responsable du perfectionnement professionnel en anglais

Valérie Maranda

Professional Development Chair (French)/responsable du perfectionnement professionnel en français

Jennifer McMorran

Secretary/secrétaire

Josephine E. Sciortino

Newsletter Editor/rédactrice en chef, *La Perluète*



Our meticulous secretary, Jennifer McMorran.

What the Hell Is a Radio Documentary?

Eight Thursdays, 6:00 to 8:00 p.m. (March 14 to May 9, 2013)

1200 Atwater Ave., Suite 3, Westmount

Workshop leader: **David Gutnick**

Workshop fee: \$160 for QWF members; \$180 for non-members (EAC members benefit from the reduced QWF rate)

For more information, or to register: 514-933-0878 or julia@qwf.org

“*What the Hell Is a Radio Documentary?*” That is the question that Stephen Smith says he hears all the time when he tells folks that he makes radio documentaries for a living. I have heard it many times too over the past 25 or so years.

His answer is that “at the heart of the documentary style are moments recorded on tape in which the story unfolds in front of the listener. These scenes function like a photo essay or a film documentary, where events play out in real time.” Well that’s all true (though recording tape is no more). But there is so much more to radio documentary as well. That is what we will explore during our time together.

We will listen, explore, be creative together. We will not be making documentaries – no time for that. Instead we will use the time to nourish our brains and hearts as we discover all kinds of worlds captured in sound. Can I help point you in all kinds of directions, including talking equipment and helping you talk over your own documentaries? You bet.

David Gutnick is a documentary maker with CBC radio’s The Sunday Edition (<http://www.cbc.ca/thesundayedition>) and is the host of the documentary radio program In the Field (<http://www.cbc.ca/inthefield>). He has won a number of Canadian and international awards. *Beethoven’s Bust* – a documentary about a young piano student and her teacher – won the Gold Medal at the New York Radio Festival; *Jennifer’s Diary* – the documentary day-to-day diary of a homeless Montreal woman – won a Commonwealth Broadcasting Association first prize. In 2012, David’s documentary *The Gristle in the Stew*, about the compensation battle led by former patients of Ontario schools for the intellectually disabled, was honoured by The United Nations, won a silver medal at the New York Festival, was shortlisted for The Prix Italia, and received the media award given out by Community Living Ontario.

David has taught many courses on documentary radio - including in Fana, Mali with Farm Radio International, a Canadian aid organization that helps African broadcasters use radio to improve the lives of farmers and their families.

Discover interesting articles David comes across at Rebel Mouse (<https://www.rebelmouse.com/davidgutnick/>).

Follow David on Twitter: @davidgutnick



For more QWF workshops, go to <http://www.qwf.org/workshops>.

The Human Element of Editing

By Jess Ciroi, Freelance novelist

On December 13, 2012, I attended the Advanced Copyediting Workshop with the Editors' Association of Canada (EAC). The lecture was hosted at McGill University's Faculty Club, which provided both a professional and inspiring environment in which to learn.

The workshop itself was taught by Moira White and Elizabeth Macfie. As a novelist who is exploring editing as a career rather than an established professional already in the field, I had expected the typical lectures and workshop experience that I've had at other writing workshops – a lot of exercises and worksheets, but not so much a focus on professional aspects of the craft. I knew I was going to learn a lot at the workshop, but I could never have anticipated the sheer amount of practical knowledge and business advice I would also be receiving.

Here are my take home messages – I hope you find them useful:

1. Writing is very much a business of word choice and sentence structure, much like editing is, but with the notable exception that a writer is focusing more on the reader and the meaning they intend to convey rather than the finer details like comma consistency or the frequency of certain words. Editing, I learned, is almost the opposite of writing in that a writer is expressing their ideas using a string of words and is more focused on the 'feel' or tone of a piece, **whereas an editor is looking primarily to tightly focus those ideas and ensure that the intended meaning is being effectively communicated while also upholding a very strict set of structural and linguistic rules.**
 - For example, consistent comma use or specific formatting styles are not something a writer will immediately hone in on, but an editor with a keen eye will know almost at a glance whether these things add or detract from any given piece.



The human element. Creative Commons.

- Moira and Elizabeth both spoke about how they approach their work as professionals, their process and the tools they work with and I was simply blown away by the precision with which they worked.
- The examples used to help express these points only drove home the differences I had already seen between editing and writing and I had to learn to adjust my way of thinking to “think like an editor” which was fascinating to me. These fields appear to go hand in hand but really, they're as unique as microbiology is to environmental biology. They deal with many of the same subjects and ideas, but the methods are worlds apart and yet they still manage to coexist and build upon each other.
 2. I learned the **distinction between the mechanics of the written word and the 'flow.'** The difference between my creative process and the professional process used by editors was really the greatest lesson I took away from the workshop. I could have learned about Track Tools or different methods of editing in any book or online tutorial, but it was really the human element – having such excellent instructors and so many professional voices around me – that gave me the most to think about.
 3. In my opinion the best part about being able to attend these workshops is **what we can learn from each other** and I for one, learned a great deal. I highly recommend EAC's lectures and courses to everyone. You'll take home much more than just a new set of tools and tips to use at work.

Editor's note: Jess is right – take advantage of the workshops offered by EAC. You won't regret it. You'll learn more about your craft and meet like-minded people. Check out our website at <http://www.editors.ca/branches/qac/pd/index.html> for future workshops.

Websites, Part II: Your 10-Step SEO Health Check

By Carole Zabbal, EAC member

If you have a website, how can you ensure that yours is the one that clients find when they're searching for an editor? Use natural search engine optimization (SEO) to boost your rankings on search engines like Google and Bing.

Follow this 10-Step SEO Health Check to find out if you're bringing visibility to your website.

1. Start with a solid, search engine-friendly design.

Make sure your site is W3C compliant, loads quickly, and contains no broken links or coding errors. Use this validator to test your structure.

2. Select the keywords that best describe your business.

Do your research and think like your clients. Which search words would you use to find an editor? Try SEOMoz's helpful tool: <http://www.seomoz.org/beginners-guide-to-seo/keyword-research>.

3. Sprinkle your keywords effectively.

Your keywords must be scattered throughout your copy in a natural way. Use a unique set of keywords for each page of your site. Remember that your main audience is the client, not the search engine robot.

Your keywords should also be "under the hood" of your website: in image ALT descriptions, Title metatags, Description tags, and H1 and H2 content tags. Check out <https://www.reallysimpleseo.com/guides/a-simple-guide-to-seo-meta-tags>. Not sure how to update your tags? Focus first on your text, and hire a web designer to do the rest.

4. Create relevant content, update it frequently.

An SEO website can be technically perfect for search-engine robots, but it won't do any good without informative content (contextual and editorial value) for humans. What would your clients want to see on your site?

5. Make new friends – establish a good hyperlinking strategy.

Relevant links improve your equity on search engines. Get your site listed in relevant sites and directories (e.g., the EAC's Online Directory of Editors) and with partners, suppliers, or clients. Keep your hyperlinks simple and logical, and be selective in setting up reciprocal links.

Are you on social media (Twitter, LinkedIn, Flickr, Facebook)? Remember to link to these, too, if they're appropriate for business.

6. Create a sitemap.

Make sure your site has one: it's simply a page on your website that has an outline of the structure and relationship of the pages of your site. Use a free sitemap generator: <http://www.xml-sitemaps.com/>

7. Revise a robots.txt file.

These are text files on your website server that tell search-engine spiders which pages to index and which to ignore. Need help? <http://www.robotstxt.org/robotstxt.html>

8. What does the search engine see on your site?

Run a spider simulator: www.webconfs.com/search-engine-spider-simulator.php. Adjust your meta tags, links, content and robots file accordingly.

9. Use the internet to enrich your knowledge.

The web is full of training guides, examples, and tools that can help you. If you're not sure where to start, try Google's Webmaster Tools.

10. Too busy editing to SEO your site?

That's great news – that's the end result you're aiming for! If you can't dedicate time to optimizing your site, consult an expert. If you have a solid client list, do you need to spend the time, money, and effort optimizing your site?

Remember, good SEO ranking for a website is a journey, not a destination. It's not necessarily the most appropriate strategy for everyone: SEO may drive clients to your site, but it's up to you ensure that this translates to actual business!



Why You Need a Website

- To ensure your clients look for you on the Internet
- To establish your expertise
- To make sure your potential clients can reach you anytime, 24/7
- To showcase your talent (online portfolio) and establishes credibility
- To help you reach a global audience (time zones can work to your advantage for rush jobs)
- To cut down on phone calls, emails from clients (FAQ)
- To allow clients to pay you online (e.g., PayPal)
- To be at the same level as your competitor (who already has a site!)

Les sites Web, 2^e partie : 10 étapes pour vérifier le référencement de votre site

Par Carole Zabbal, membre de l'ACR

Si vous avez un site Web, comment vous assurer que des clients potentiels le trouveront lorsqu'ils auront besoin d'un réviseur ? Utilisez le référencement naturel pour améliorer votre classement sur les moteurs de recherche, comme Google et Bing.

Les 10 étapes suivantes vous aideront à vérifier le référencement de votre site et à découvrir s'il a une bonne visibilité.

1. Commencez par une conception entièrement compatible avec les moteurs de recherche.

Veillez à ce que votre site soit conforme aux recommandations W3C (<http://www.w3.org/2003/03/Translations/byLanguage?language=fr> – en français), s'affiche rapidement et ne contienne pas de liens brisés ou d'erreurs de codage. Testez la structure de votre site à l'aide de ce valideur.

2. Choisissez les mots clés qui décrivent le mieux votre entreprise.

Faites une recherche et pensez comme vos clients. Quels mots clés utiliseraient-ils pour trouver un réviseur ? Les outils de SEOMoz (en anglais) sont pratiques : <http://www.seomoz.org/beginners-guide-to-seo/keyword-research> (aussi <http://www.whiteref.com/blog/guide-du-referencement-naturel.html> et <http://floriankarmen.com/referencement/recherche-mots-cles.html>).

3. Répartissez vos mots clés efficacement.

Ils doivent figurer dans votre texte de façon naturelle. Sélectionnez un ensemble de mots clés propres à chacune de vos pages Web. Gardez à l'esprit que vos lecteurs sont des clients et non des robots de moteurs de recherche.

Vos mots clés devraient également se trouver en arrière-plan de votre site, c'est-à-dire dans l'attribut ALT de la description de votre image, dans les balises méta des titres, la description des balises méta et les balises de contenu H1 et H2. Le site suivant vous sera utile : <https://www.reallysimpleseo.com/guides/a-simple-guide-to-seo-meta-tags> (en anglais). Vous n'êtes pas certain de savoir comment mettre vos balises à jour ? Concentrez-vous d'abord sur votre texte, puis embauchez un concepteur Web pour le reste.

4. Rédigez du contenu pertinent et faites des mises à jour fréquentes.

Un site Web référencé peut être techniquement parfait pour les robots des moteurs de recherche, mais il ne sera pas d'une grande utilité sans un bon contenu informatif pour les humains. Qu'est-ce que vos clients souhaiteraient y lire ?

5. Adoptez une bonne stratégie d'établissement de liens hypertextes.

Des liens pertinents aident à améliorer votre visibilité sur les moteurs de recherche. Enregistrez-vous sur des sites et dans des répertoires adéquats (par ex., le Répertoire électronique des réviseurs de l'ACR) et dans ceux de partenaires, de fournisseurs ou de clients. Vos hyperliens doivent être simples et logiques. Réfléchissez bien avant de créer des liens réciproques; soyez sélectif !

Êtes-vous présent sur les médias sociaux (Twitter, LinkedIn, Flickr, Facebook) ? Pensez à ajouter des liens vers ces sites, s'ils sont appropriés à vos activités professionnelles.

6. Créez une carte de site.

Assurez-vous que votre site en a une : il s'agit tout simplement d'une page sur votre site qui en montre la structure et les liens



De bonnes raisons pour avoir un site Web

- Les clients utilisent Internet pour trouver des collaborateurs.
- Un site fait connaître votre expertise. Vos clients potentiels peuvent le consulter 24 heures sur 24, 7 jours sur 7.
- Il promeut vos talents (montre vos réalisations en ligne) et renforce votre crédibilité.
- Il vous donne une visibilité internationale (vous pouvez tirer avantage des fuseaux horaires pour des mandats urgents).
- Il réduit le nombre d'appels téléphoniques et de courriels de la part de clients (FAQ).
- Il permet à vos clients de vous payer électroniquement (par ex. : PayPal).
- Vos concurrents en ont déjà un !

Suite à la page 9

La petite histoire d'une expression : *Se faire l'avocat du diable*

Par Fanny Vittecoq, Bureau de la Traduction

À partir de 1587 et jusqu'à récemment, l'avocat du diable était le religieux de l'Église catholique romaine chargé de trouver des arguments contre la canonisation d'un candidat. Son rôle était de rechercher les « mauvaises actions » que cette personne pouvait avoir commises (signes de l'influence du diable sur son comportement) et de mettre en doute ses mérites. Il fallait s'assurer que le candidat avait eu un comportement exemplaire et qu'il était digne d'être nommé saint. La fonction d'avocat du diable a été abolie en 1983 par le pape Jean-Paul II. Le terme *avocat du diable*, du latin *advocatus diaboli*, se rend en anglais par *devil's advocate*.

Un nouveau sens

L'expression *se faire l'avocat du diable* (ou *jouer l'avocat du diable*) serait apparue au milieu du 18^e siècle. Elle signifie « défendre une opinion contraire à celle de son interlocuteur ou de la majorité, ou une cause considérée comme mauvaise et difficile à défendre, sans pour autant y adhérer », « prendre malicieusement le contrepied d'une accusation, d'une critique ». On peut se faire l'avocat du diable pour différentes raisons, suivant le contexte.

Souvent, il s'agit d'une technique utilisée pour amener l'auditoire à considérer le point de vue des deux parties et à se forger une opinion objective et argumentée, ce qui permet d'enrichir le débat :

...la Fédération étudiante universitaire du Québec (FEUQ) a décidé d'inonder Twitter lors du premier débat des chefs présenté dimanche soir. Elle espère ainsi avoir pu se « faire l'avocat du diable » et avoir permis aux jeunes et aux moins jeunes d'observer la joute électorale sous un angle différent. (Le Devoir, 20 août 2012)

On peut aussi se faire l'avocat du diable pour amener une personne à répondre elle-même à la question qu'elle a posée ou pour définir clairement les positions de l'initiateur du débat :

Dates for Upcoming Meetings

March 20, April 17, May 15

www.editors.ca/content/monthly-meetingspeakers-night

Dates des prochaines réunions mensuelles

20 mars, 17 avril, 15 mai

<http://www.reviseurs.ca/fr/sections/rqa/rencontres/index.html>

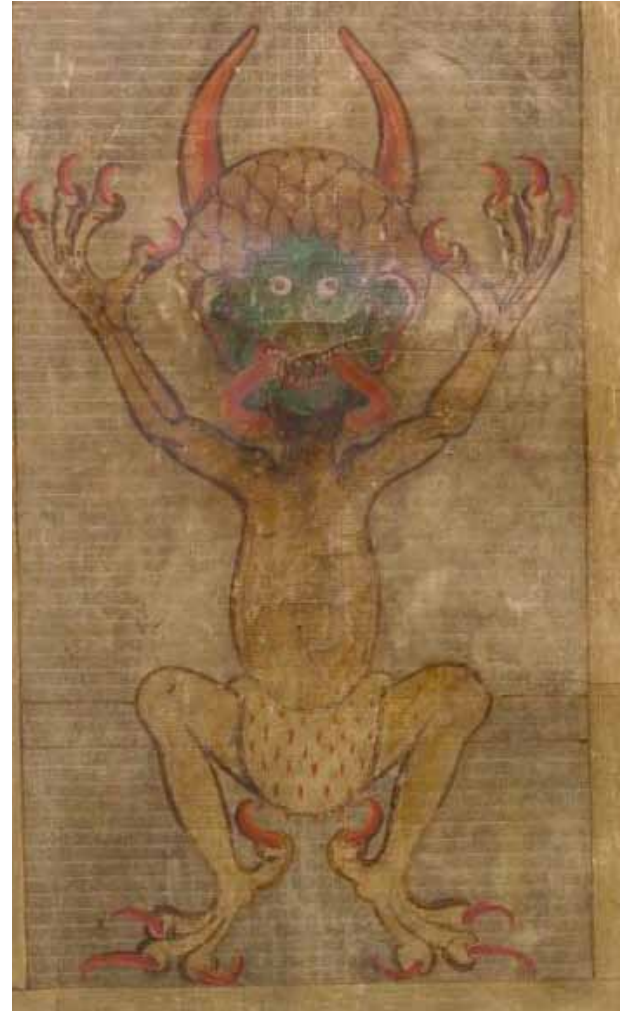


Illustration du diable, tirée du Codex Gigas, folio 290 recto, datant du début du 13^e siècle. Par Herman le Reclus du monastère bénédictin de Podlažice, en République tchèque.

J'aimerais en quelque sorte me faire l'avocat du diable et vous poser des questions qui, sans nécessairement refléter mes vues sur la question, me donneront une idée de ce à quoi vous faites face quand vous parlez de droits d'auteur. Témoignages du Comité permanent du patrimoine canadien, 20 avril 2010

Enfin, on qualifiera d'avocat du diable celui qui défend une cause choquante ou amoral, quasi perdue d'avance, ou une personne dont la culpabilité est certaine :

[La présidente de l'Union pour les droits des fumeurs adultes] a conscience de se « faire l'avocat du diable », alors qu'en France 73 000 personnes meurent chaque année du tabac, mais veut que « lors des débats autour du tabac, la parole ne soit pas donnée qu'aux anti-tabac ». L'Express, 29 mai 2012

Source : Bureau de la Traduction, <http://www.btb.gc.ca>.

Suite de la page 7

entre les pages. Optez pour un générateur de carte de site gratuit : <http://www.xml-sitemaps.com/> (en anglais).

7. Révissez le fichier robots.txt.

Ce sont les fichiers texte sur le serveur de votre site qui indiquent aux moteurs de recherche les pages à indexer et celles qu'il convient d'ignorer. Vous cherchez de l'aide à ce sujet ? <http://www.robotstxt.org/robotstxt.html> (aussi <http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=fr&answer=156449>) (en anglais).

8. Que repèrent les moteurs de recherche sur votre site?

Lancer un simulateur de moteur : www.webconfs.com/search-engine-spider-simulator.php (aussi <http://www.spider-simulator.com/fr/>). Corrigez vos balises méta, vos hyperliens, votre contenu et votre fichier robot en conséquence.

9. Servez-vous d'Internet pour acquérir des connaissances.

La toile regorge de manuels d'instructions, d'exemples et d'outils pour vous aider. Si vous ne savez pas trop par où

commencer, consultez le guide pour les éditeurs de sites Web produit par Google : <http://support.google.com/webmasters/?hl=fr> (en français) ou Google's Webmaster Tools (en anglais). En voici un autre en français : <http://blog2.abondance.com/google-optimisez-vos-contenus-booklet.pdf> <http://support.google.com/webmasters/?hl=fr>.

10. Vous êtes trop occupé à réviser et vous manquez de temps pour référencer votre site?

Voilà une bonne nouvelle : c'est justement le résultat que vous vouliez obtenir ! Si vous n'avez pas le temps de vérifier le référencement de votre site Web, faites appel à un expert. Par contre, si vous avez de bons clients fidèles, est-il nécessaire de consacrer temps, argent et efforts à optimiser votre site ?

N'oubliez pas qu'un site Web obtient un bon classement à force d'efforts stratégiques. Cette façon de faire ne convient peut-être pas à tout le monde. Le référencement peut attirer des clients sur votre site, mais il ne tient qu'à vous par la suite de décrocher des contrats.

Association canadienne des réviseurs

CONGRÈS NATIONAL DU 7 AU 9 JUIN 2013 HÔTEL LORD NELSON, HALIFAX

Vous respectez rigoureusement les règles de grammaire, et les coquilles orthographiques vous font grincer des dents?

Venez rencontrer des gens comme vous en vous joignant aux réviseurs du Canada qui se rassembleront à Halifax du 7 au 9 juin 2013 pour participer au congrès national de l'Association canadienne des réviseurs.

La période d'inscription commencera en février. D'ici là, visitez la page www.reviseurs.ca/congres pour obtenir plus de renseignements.

Le journaliste de renommée internationale

Robert MacNeil

présentera le discours principal.

Pendant 20 ans, Robert MacNeil a été directeur de la rédaction et co-chef d'antenne de l'émission *The MacNeil/Lehrer Report* sur la chaîne de PBS. En tant que journaliste d'enquête, il a couvert l'assassinat de John F. Kennedy ainsi que le scandale du Watergate. Mais pour les plus jeunes journalistes, il demeure à l'origine du rapport spécial intitulé « Cookedgate » diffusé à l'émission *Sesame Street*.

EDITORS' ASSOCIATION OF CANADA / ASSOCIATION CANADIENNE DES RÉVISEURS

Get Certified by the Editors' Association of Canada!



<http://www.editors.ca/certification/index.html>

WHY?

- Certification gives editors official recognition of excellent editing knowledge and skill – and a marketing advantage.
- Certification ensures employers can recruit staff and freelancers who meet industry standards – and lets you give your employees an unmatched professional development opportunity.

EAC's certification program is for editors of written material who work in English. Successful candidates can become Certified Professional Editors or earn certification in proofreading, copy editing, and/or structural and stylistic editing. For more information, read Requirements and The Tests.

The program is open to EAC members and non-members. Members pay lower test fees. Join us.

EAC's 2013 certification tests will be written on Saturday, November 16, 2013.

Two tests will be offered in 2013:

1. Copyediting
2. Stylistic Editing

Test Locations

The following test locations are planned, demand and resources permitting: Vancouver, Edmonton, Calgary, Saskatoon, Winnipeg, Toronto, Ottawa, Montreal, and Halifax.

Test fees:

	EAC members	Non-members
Two tests	\$770	\$970
One test	\$410	\$510

Submissions to *Ampersand!*

Wanted for the next issue:

- your favourite books, websites, blogs;
- good work habits, good ways to procrastinate, or good anything else that grabs editors;
- your features, tips or reviews on any topic that interests editors;
- your digital photos of EAC events.

If you have any ideas or something you want to submit, please contact Josephine Sciortino at josiesciortino@yahoo.ca.

Contributions of news, features, or feedback are welcome at any time.

Contribution à la prochaine édition de *La Perluète* !

En vue du prochain numéro, nous attendons les contributions suivantes :

- la liste de vos livres, sites Web, blogues préférés ;
- vos bonnes habitudes de travail, façons astucieuses de remettre au lendemain ou encore toute autre bonne idée qui pourrait être utile à des réviseurs ;
- vos conseils, comptes rendus ou commentaires sur tout sujet susceptible d'intéresser les réviseurs ;
- vos photos numériques.

Si vous avez de l'inspiration, communiquez avec Josephine Sciortino à josiesciortino@yahoo.ca.

Vos suggestions, articles ou commentaires sont toujours les bienvenus.