



Patrimoine
canadien

Canadian
Heritage

Politique et programmes
de l'édition des périodiques



Aide au contenu rédactionnel

Fonds du Canada pour les magazines

Guide du demandeur 2008-2009



Canada

Aide au contenu rédactionnel

**Date limite de présentation de la demande :
le 31 juillet 2008**

Si la date limite tombe une fin de semaine ou un jour férié, elle est reportée au jour ouvrable suivant.

Tous les formulaires nécessaires à la présentation d'une demande et le guide, ainsi qu'un exemplaire d'une demande complétée, peuvent être téléchargés à partir de l'adresse Internet suivante :
www.patrimoinecanadien.gc.ca/fcm.

Pour communiquer avec nous :

Fonds du Canada pour les magazines (FCM)
Aide au contenu rédactionnel (ACR)
Ministère du Patrimoine canadien
15, rue Eddy, 4^e étage (15-4-F)
Gatineau (Québec) K1A 0M5

Numéro sans frais : 1-888-357-3116

Télécopieur : 819-953-7782

Courriel : **cmf-fcm@pch.gc.ca**



Table des matières

1^{re} partie

Objectifs du programme, critères d'admissibilité
et exigences relatives au financement

1. Fonds du Canada pour les magazines	1
A) PRATIQUES RESPECTUEUSES DE L'ENVIRONNEMENT	2
2. Aide au contenu rédactionnel	2
3. Critères d'admissibilité	2
A) MAISONS D'ÉDITION ADMISSIBLES	2
B) MAGAZINES ADMISSIBLES	3
4. Publications non admissibles	5
5. Dépenses rédactionnelles admissibles	7
6. Dépenses non admissibles	10
7. Demande à plus d'un volet du FCM	10
8. Accord de contribution	11
9. Utilisation de l'aide financière	12
10. Clauses du ministère du Patrimoine canadien	12
A) MENTION DE RECONNAISSANCE	12
B) POUVOIR DISCRÉTIONNAIRE DU MINISTRE ET DÉCISIONS	13
C) VÉRIFICATION DES BÉNÉFICIAIRES	13
D) ÉVALUATION DU FCM	13
E) ÉTUDES	14
F) LOI SUR L'ACCÈS À L'INFORMATION	14
G) INFORMATION D'INTÉRÊT PUBLIC	14

2^e partie

Faire une demande

11. Date limite	15
12. Quoi de neuf?	15
13. Instructions relatives à la demande	15
A) AVANT DE REMPLIR LE FORMULAIRE OU DE PRÉPARER LES DOCUMENTS REQUIS	15
B) LORS DE LA PRÉPARATION DE VOTRE DEMANDE	15
C) AVANT D'ACHEMINER VOTRE DEMANDE AU FCM	15
D) POUR OBTENIR DE L'AIDE	15
E) NOTRE ADRESSE	16
14. Processus d'évaluation des demandes	16

3^e partie

Exigences relatives à la présentation de la demande

✓ FORMULAIRE DE DEMANDE – AIDE AU CONTENU RÉDACTIONNEL (ACR)	17
✓ NUMÉROS DU MAGAZINE	17
✓ NUMÉRO ANNOTÉ	17
✓ UN EXEMPLAIRE DU NUMÉRO LE PLUS RÉCENT DU MAGAZINE	18
✓ ÉTATS FINANCIERS	18
✓ EXIGENCES EN MATIÈRE DE RAPPORT DE DIFFUSION	19
✓ RAPPORT SUR L'UTILISATION DE L'AIDE FINANCIÈRE	20
✓ PROFIL DU MAGAZINE	20

4^e partie

Définitions	21
-------------	----



1^{re} partie

Objectifs du programme, critères d'admissibilité et exigences relatives au financement

1. Fonds du Canada pour les magazines

Le Fonds du Canada pour les magazines (FCM) a été établi afin d'améliorer la capacité concurrentielle des magazines à contenu canadien dans un marché libre en appuyant la création d'un contenu rédactionnel canadien diversifié qui attirera les lecteurs canadiens, en renforçant la viabilité et l'infrastructure de l'industrie canadienne du magazine dans son ensemble, et en aidant les magazines canadiens à explorer des options pour la croissance et le développement qui fourniront un accès accru aux lecteurs canadiens.

Les objectifs du FCM sont les suivants :

- > **Contenu** - Favoriser la création de contenu rédactionnel canadien pour les lecteurs canadiens afin d'accroître la capacité concurrentielle des magazines canadiens dans un marché libre.
- > **Viabilité** - Renforcer la viabilité et l'infrastructure des magazines et de l'industrie des magazines dans le contexte d'un environnement concurrentiel difficile qui change en raison des nouvelles technologies et de l'évolution constante des modèles de gestion et des méthodes de distribution.

Le FCM réalise ces objectifs au moyen de quatre volets :

- > Le volet **Aide au contenu rédactionnel (ACR)**, aide attribuée suivant une formule établie. Ce volet cible les magazines les plus à risque sur un marché des services publicitaires en pleine évolution, et il aide les maisons d'édition canadiennes admissibles à contrebalancer les coûts de production de **contenu** canadien.
- > Le volet **Aide aux magazines artistiques et littéraires (AMAL)**, aide attribuée suivant une formule établie. Ce volet fournit du soutien afin de maintenir des niveaux élevés de **contenu** rédactionnel canadien dans les magazines culturels canadiens de qualité qui favorisent la vitalité de l'expression culturelle canadienne.
- > Le volet **Aide à l'expansion des maisons d'édition de magazines (AEMEM)**, aide accordée en fonction de projets particuliers. Ce volet appuie la croissance et la **viabilité** des titres canadiens à diffusion faible et moyenne en investissant dans des projets visant à accroître la diffusion, les recettes de publicité, l'efficacité opérationnelle et le perfectionnement professionnel.
- > Le volet **Aide au développement de l'industrie (ADI)**, aide accordée en fonction de projets particuliers. Ce volet permet de financer des projets d'associations qui favoriseront la **viabilité** de l'industrie dans son ensemble. Il peut s'agir de projets dans les domaines suivants : marketing, promotion, distribution, perfectionnement professionnel, etc.

Les objectifs du FCM sont conçus pour compléter et renforcer les objectifs du Programme d'aide aux publications (PAP), qui soutient l'accès des Canadiens à des magazines et à des journaux non quotidiens canadiens au moyen d'une subvention postale. Les objectifs du PAP sont de s'assurer que : les Canadiens continuent d'avoir accès à des magazines et à des journaux non quotidiens canadiens à contenu canadien élevé; les Canadiens continuent d'avoir accès à des magazines et à des journaux non quotidiens canadiens représentant les diverses collectivités du Canada; les créateurs canadiens de contenu continuent d'avoir la possibilité de présenter leur travail dans des magazines et des journaux non quotidiens distribués aux lecteurs canadiens.

Le FCM et le PAP travaillent ensemble afin qu'un contenu canadien soit produit par une industrie canadienne du magazine viable qui peut réagir à un marché complexe, et que ce contenu soit accessible aux lecteurs canadiens.

A) PRATIQUES RESPECTUEUSES DE L'ENVIRONNEMENT

Le gouvernement du Canada s'engage à promouvoir des pratiques et des technologies de développement durables, ce qui comprend l'utilisation de papier qui respecte l'environnement. Dans la mesure du possible, nous encourageons donc les éditeurs à utiliser du papier recyclé ou du papier certifié par un organisme autonome de certification forestière.

2. Aide au contenu rédactionnel

En aidant les maisons d'édition canadiennes admissibles à compenser les coûts de production de contenu canadien dans les magazines canadiens à diffusion payée, le volet Aide au contenu rédactionnel permettra de créer et d'élaborer du contenu rédactionnel canadien et de faire en sorte que les lecteurs canadiens disposent de choix de qualité sur le marché des magazines. L'aide financière sera allouée selon une formule mesurée à l'investissement dans la production de contenu rédactionnel canadien.

L'aide financière sera attribuée suivant une formule répartissant le montant d'aide disponible entre les magazines admissibles.

La formule sera fondée sur le total des dépenses admissibles de chaque magazine admissible pour le contenu rédactionnel canadien produit par la maison d'édition au cours d'une année financière de douze (12) mois, prenant fin à une date quelconque entre le 1^{er} avril 2007 et le 31 mars 2008, par rapport aux dépenses admissibles de l'ensemble des magazines admissibles.

3. Critères d'admissibilité

Au moment de la présentation de la demande, les demandeurs devront être des maisons d'édition admissibles qui publient des magazines admissibles tels qu'ils sont définis ci-dessous.

A) MAISONS D'ÉDITION ADMISSIBLES

Pour être admissible au volet Aide au contenu rédactionnel du FCM, la maison d'édition doit :

- > appartenir majoritairement à des Canadiens et être contrôlée par des Canadiens (voir la 4^e partie – Définitions);
- > avoir son lieu d'affaires principal au Canada;
- > respecter tous les accords contractuels avec ses créateurs.

B) MAGAZINES ADMISSIBLES

Pour être admissible au volet Aide au contenu rédactionnel du FCM, un magazine doit :

- > être publié par une maison d'édition admissible;
- > paraître au moment de la demande ainsi que tout au cours de l'analyse de la demande;
- > avoir complété un cycle entier de publication (12 mois) et avoir été en activité pendant toute une année financière avant la présentation de la demande.

En plus de ces trois critères, les activités d'édition et de distribution de la maison d'édition énumérées ci-dessous doivent s'être déroulées au cours d'une année financière de douze (12) mois prenant fin à une date quelconque entre le 1^{er} avril 2007 et le 31 mars 2008 et doivent être véridiques au moment de la présentation de la demande.

CATÉGORIE A Un magazine affichant une moyenne de 2 500 à 10 000 exemplaires par numéro doit également :	CATÉGORIE B Un magazine affichant une moyenne de 10 001 exemplaires ou plus par numéro doit également :
<ol style="list-style-type: none">1. être édité, conçu, assemblé, publié et imprimé au Canada;2. être une publication imprimée dont les numéros paraissent sous un même nom, suivant des dates ou des numéros consécutifs, à des intervalles réguliers, au moins deux fois l'an et au plus une fois la semaine;3. afficher une diffusion payée représentant au moins 50 % de la diffusion totale;4. avoir une moyenne d'au moins 80 % de contenu rédactionnel canadien. Le contenu rédactionnel canadien représente un pourcentage de l'ensemble du contenu rédactionnel;5. avoir des dépenses rédactionnelles minimales de 9 000 \$ par année ou une moyenne de 1 000 \$ en dépenses rédactionnelles par numéro;6. avoir un contenu publicitaire ne dépassant pas un maximum de 70 %. Le contenu publicitaire représente un pourcentage de l'ensemble du contenu publicitaire et rédactionnel d'un magazine;7. afficher une diffusion moyenne de 2 500 à 10 000 exemplaires par numéro.	<ol style="list-style-type: none">1. être édité, conçu, assemblé, publié et imprimé au Canada;2. être une publication imprimée dont les numéros paraissent sous un même nom, suivant des dates ou des numéros consécutifs, à des intervalles réguliers, au moins deux fois l'an et au plus une fois la semaine;3. afficher une diffusion payée représentant au moins 50 % de la diffusion totale;4. avoir une moyenne d'au moins 80 % de contenu rédactionnel canadien. Le contenu rédactionnel canadien représente un pourcentage de l'ensemble du contenu rédactionnel;5. avoir des dépenses rédactionnelles minimales de 30 000 \$ par année ou une moyenne de 3 000 \$ en dépenses rédactionnelles par numéro;6. avoir entre 5 % et 70 % de contenu publicitaire. Le contenu publicitaire représente un pourcentage de l'ensemble du contenu publicitaire et rédactionnel d'un magazine;7. générer des recettes publicitaires d'au moins 20 000 \$;8. afficher une diffusion moyenne de 10 001 exemplaires ou plus par numéro.

NOTES EXPLICATIVES :

1. Contenu rédactionnel canadien et étranger

Le contenu rédactionnel (textes, photographies, graphiques, illustrations) est canadien lorsqu'il est produit ou traduit par un citoyen canadien ou un résident permanent du Canada au sens de la *Loi sur l'immigration et la protection des réfugiés*. Le contenu rédactionnel canadien adapté ou condensé par un citoyen canadien ou un résident permanent du Canada provenant d'un contenu produit par un citoyen canadien ou un résident permanent du Canada sera considéré comme du contenu rédactionnel canadien aux fins du FCM.

Le contenu rédactionnel est considéré comme non canadien lorsque les textes, les photographies, les graphiques et les illustrations sont créés par des individus qui ne sont pas canadiens ou lorsque les auteurs sont inconnus. Les textes provenant de sites Internet ou de CD où les auteurs sont souvent inconnus et les photographies, les graphiques et les illustrations téléchargés de bases de données ou de disques compacts non crédités à des créateurs précis, sont considérés, aux fins du FCM, comme du contenu étranger puisque leur origine ne peut être établie. Le contenu rédactionnel étranger adapté ou condensé par un citoyen canadien ou un résident permanent reste un contenu rédactionnel étranger. Par exemple, un communiqué de presse sur un nouveau produit rédigé par un étranger employé par une entreprise étrangère et condensé par un citoyen canadien ou un résident permanent est considéré comme du contenu rédactionnel étranger. Les photographies, les graphiques et les illustrations sont considérées comme du contenu rédactionnel et sont donc assujetties aux mêmes règles. Les demandeurs doivent annoter leurs magazines en conséquence.

Les excarts ne sont pas calculés dans le pourcentage de contenu rédactionnel.

2. Encarts

Par défaut, on considère que les encarts ne font pas partie du contenu rédactionnel ou publicitaire d'un magazine. Toutefois, si l'éditeur d'une publication souhaite demander une dérogation pour que les encarts soient considérés comme une partie du contenu du magazine, il peut fournir un argument écrit au moment de la présentation de la demande.

Dans cet argument écrit, l'éditeur devra expliquer pourquoi il souhaite que certains encarts soient considérés comme partie intégrante du contenu rédactionnel ou du contenu publicitaire, en précisant les encarts dont il est question. Dans le cas du contenu rédactionnel, l'éditeur devra également fournir une note précisant les dépenses rédactionnelles admissibles liées aux encarts.

Les encarts de nature rédactionnelle *peuvent* être acceptés à titre de contenu rédactionnel et faire l'objet d'une dérogation seulement s'ils renferment 80 % ou plus de contenu canadien, et qu'ils répondent par ailleurs à toutes les autres exigences de l'Aide au contenu rédactionnel (ACR) (p. ex., il ne s'agit pas de publications non admissibles comme les listes, les répertoires, etc.). Si les responsables de l'ACR acceptent les encarts rédactionnels comme contenu aux fins d'admissibilité et de formule, la publicité incluse dans les encarts sera alors prise en compte dans le calcul du pourcentage du contenu publicitaire.

La décision d'accorder une dérogation sera prise en s'appuyant sur différents facteurs, à savoir si le contenu des encarts a été produit par le personnel permanent de la rédaction ou par des pigistes liés par contrat, si l'objectif de l'encart est de refléter les divers besoins régionaux, ou si l'encart sert de procédé commercial novateur. La décision d'accorder une dérogation sera fondée sur ces facteurs et le jugement du personnel du volet ACR.

Les encarts de nature publicitaire *peuvent* être acceptés à titre de contenu publicitaire et faire l'objet d'une dérogation seulement s'ils permettent au magazine d'atteindre la limite publicitaire minimale, et qu'ils répondent par ailleurs à toutes les autres exigences de l'ACR.

Par défaut, les encarts rédactionnels pour lesquels aucun argument écrit n'a été présenté ne seront pas considérés comme faisant partie du contenu rédactionnel du magazine concerné, et les coûts de la production de ces encarts ne seront pas admissibles au financement de l'ACR. Par défaut, les encarts publicitaires pour lesquels aucun argument écrit n'a été présenté ne seront pas considérés comme faisant partie du contenu publicitaire du magazine concerné.

3. Contenu publicitaire et revenus de publicité

Les annonces de publicité réciproque et en nature seront calculées comme contenu publicitaire dans le seul cas où elles proviennent d'une entreprise ou d'une source autre que la maison d'édition/le demandeur, la société mère et ses sociétés affiliées (voir la définition de **sociétés affiliées** à la 4^e partie). Il se peut qu'on invite le demandeur à produire des documents justificatifs pour attester la source de ces annonces.

Les revenus de publicité réciproque et en nature seront calculés comme revenus dans le seul cas où les annonces proviennent d'une entreprise ou d'une source autre que la maison d'édition/le demandeur, la société mère et ses sociétés affiliées. Le demandeur doit pouvoir produire des documents justificatifs, par exemple une entente officielle ou un contrat signé entre les parties et indiquant précisément la valeur monétaire de l'espace publicitaire.

Les excarts ne sont pas calculés dans le pourcentage de contenu publicitaire.

4. Diffusion payée

La diffusion payée représente un pourcentage de l'ensemble de la diffusion d'un magazine.

- > Un magazine doit afficher un coût minimum de :
 - > un abonnement doit être vendu à 12 \$ ou plus par année, ou 1 \$ ou plus par exemplaire unique; ou
 - > un exemplaire unique vendu directement à des personnes ou par l'entremise de kiosques à journaux/de détaillants doit être vendu au coût de 1 \$ ou plus par exemplaire unique.
- > Les coûts de l'abonnement courant et de l'exemplaire unique doivent apparaître clairement dans le bloc-générique du magazine ou sur la couverture.
- > Les promotions uniques effectuées à répétition ou s'intégrant au modèle de gestion du magazine seront comptées dans la diffusion non payée. Voir la définition de **promotion unique** à la 4^e partie de ce guide. Ces exigences ne s'appliquent pas aux magazines autochtones, ethnoculturels, g.l.b.t. et de langue officielle en situation minoritaire qui sont exempts du critère d'un minimum de 50 % de diffusion payée.

4. Publications non admissibles

Certains magazines ne sont pas admissibles au FCM, incluant les publications qui sont :

- a) produites ou diffusées uniquement de façon électronique;
- b) produites ou publiées en vertu d'une entente conclue par une entité non canadienne pour le compte d'un client canadien, ou produites ou publiées dans le cadre d'une entente conclue par une entité canadienne pour un client non canadien;
- c) publiées dans le but de faire la promotion de l'entreprise principale de la personne qui les publie, ou qui en dirige la publication, lorsque son activité principale n'est pas l'édition de magazines;
- d) publiées directement ou indirectement par des groupes et des organismes, comme des associations d'entraide mutuelle, des associations commerciales et des associations professionnelles, par

des syndicats ouvriers, des coopératives de crédit, des coopératives, des organismes religieux, communautaires, de loisirs ou d'affaires, et principalement consacrées aux activités de ces groupes ou de ces organismes, ou encore à la promotion des intérêts de ces groupes ou de ces organismes ou de leurs membres. Le FCM ne finance pas les magazines publiés par ou pour une association professionnelle dont le but est de promouvoir les activités de l'association ou du groupe. De plus, l'adhésion à l'association et le paiement des cotisations professionnelles qui comprennent un abonnement au magazine sont une exigence de la profession, que le magazine soit publié ou non par ou pour l'association, le magazine en question n'est pas considéré comme un magazine à diffusion payée, et ses abonnés ne sont pas considérés comme véritables pour les besoins du FCM;

- e) produites ou publiées directement ou indirectement par une ou par plus d'une personne, d'un organisme, d'une corporation, ou par un ou par plus d'un groupe offrant des biens ou services et dont le principal rôle de ces publications est de faciliter la vente de ces biens et services ou d'en faire la promotion;
- f) distribuées aux Canadiens depuis un endroit à l'extérieur du Canada;
- g) dont le contenu rédactionnel consiste essentiellement en des réimpressions ou des répétitions provenant de numéros récents ou anciens de la même publication ou d'autres publications;
- h) produites sur des feuilles mobiles;
- i) publiées directement ou indirectement par un gouvernement ou par un de ses organismes;
- j) surtout ou un ensemble de bulletins d'information (se référer à l'adresse Internet suivante afin de déterminer si votre publication est un bulletin d'information aux fins de la Direction de la politique et des programmes de l'édition des périodiques : www.patrimoinecanadien.gc.ca/fcm), bandes dessinées, journaux (voir ci-dessous), journaux communautaires, journaux hebdomadaires communautaires, hebdomas d'information alternatifs, répertoires, guides, rapports financiers, catalogues, magalogues, horaires, calendriers ou listes (voir la 4^e partie – Définitions);

Note explicative - Échelle applicable aux journaux

Grand format, tabloïd ou surdimensionné (mesurant plus de 8½ x 11)	2 points
Non relié	3 points
Imprimé sur du papier journal de n'importe quelle qualité	1 point
Défini comme un journal	1 point
Couverture subdivisée (articles, photos en encadrés)	1 point
Publicité sur la couverture	1 point
Divisé en sections régulières détachables (nouvelles, chroniques, spectacles, sports, etc.)	1 point
Total	10 points

Les périodiques qui obtiennent six points ou plus sont considérés comme des journaux et ne sont donc pas admissibles à un financement par le FCM. Cela préserve le principe que les périodiques admissibles peuvent partager certaines caractéristiques avec les journaux et être tout de même considérés comme des magazines.

- k) des publications qui, selon l'avis du ministère du Patrimoine canadien, contiennent les types de contenu suivants :
 - > matériel qui constitue de la propagande haineuse, de l'obscénité ou de la pornographie juvénile, ou tout autre contenu illicite, selon le Code Criminel;
 - > pornographie ou autre contenu à caractère sexuel notable, à moins que des visées éducatives ou d'autres motifs similaires prépondérants ne soient démontrés;
 - > contenu qui contient de la violence excessive ou gratuite;
 - > contenu qui dénigre un groupe distinct;
 - > tout autre contenu offensant de nature semblable.

5. Dépenses rédactionnelles admissibles

La contribution versée à un magazine sera calculée en fonction du total des dépenses rédactionnelles admissibles directement attribuables à la production de contenu rédactionnel canadien dans la version imprimée du magazine et engagées par la maison d'édition pendant un exercice financier de douze (12) mois prenant fin à une date quelconque entre le 1^{er} avril 2007 et le 31 mars 2008. Le contenu rédactionnel est canadien lorsqu'il est produit ou traduit par un citoyen canadien ou un résident permanent du Canada au sens de la *Loi sur l'immigration et la protection des réfugiés*. Le contenu rédactionnel canadien adapté ou condensé par un citoyen canadien ou un résident permanent du Canada et provenant d'un contenu produit par un citoyen canadien ou un résident permanent du Canada sera considéré comme du contenu rédactionnel canadien aux fins du FCM.

Ces dépenses comprennent :

Acquisition d'articles

Les coûts liés à l'acquisition d'articles rédactionnels canadiens auprès d'autres éditeurs.

Acquisition de droits

Les versements faits à un créateur canadien ou résident permanent pour l'utilisation d'une œuvre dans la version imprimée du magazine seulement, p. ex. un article, une photographie, une illustration, etc.

Activités rédactionnelles

Les coûts qui couvrent l'ensemble des activités de création qui mènent à la production d'un travail créé par un Canadien ou un résident permanent, dont la rédaction, la révision, l'illustration, la traduction, la photographie et le montage et la mise en page. Les activités de production comme la numérisation, la séparation de couleurs, l'impression et la reliure ne sont pas considérées comme des activités rédactionnelles.

Agences de presse

Les coûts et les frais pour l'achat de données et de contenus canadiens auprès d'organismes indépendants, p. ex. La Presse canadienne, etc. Cette dépense est admissible pour les magazines de la catégorie A **seulement**, c'est-à-dire les magazines affichant une moyenne de 2 500 à 10 000 exemplaires par numéro.

Avantages

La portion de l'employeur (libre des prélèvements sur la rémunération des employés canadiens ou résidents permanents) relative aux :

- > avantages prévus par la loi – Régime de pensions du Canada et Régime de rentes du Québec, assurance-emploi et régimes provinciaux d'assurance-maladie, le cas échéant;
- > avantages non prévus par la loi – couverture d'assurance collective pour les frais médicaux, dentaires, d'invalidité, d'assurance-vie et autres avantages.

Honoraires professionnels

Sommes versées à un individu ou à un organisme qui n'est pas employé par la maison d'édition au titre de services professionnels associés au contenu rédactionnel. Il peut s'agir d'honoraires versés, par exemple, à des experts-conseils, des avocats, des économistes, des médecins ou tout autre spécialiste à qui la maison d'édition demande un avis conseil au sujet du contenu rédactionnel.

Internet

Les frais d'abonnement mensuels si l'équipe rédactionnelle utilise Internet pour le courriel et la recherche. N'inclut pas les frais d'installation. Cette dépense est admissible pour les magazines de la catégorie A **seulement**, c'est-à-dire les magazines affichant une moyenne de 2 500 à 10 000 exemplaires par numéro.

Mise en page et montage

Les coûts associés à la sélection créatrice de caractères et d'éléments graphiques par un Canadien ou un résident permanent; le processus de marier le texte et les éléments graphiques sélectionnés en un format de page visuellement attrayant dans un médium prêt pour la production. Ces coûts ne comprennent pas les frais de prépresse se rattachant aux épreuves, aux fichiers numériques, aux films et aux plaques, etc.

Perfectionnement professionnel pour l'équipe rédactionnelle

Les coûts de participation du personnel rédactionnel à des cours de formation, des colloques et des congrès directement liés à des activités rédactionnelles canadiennes. Les coûts admissibles comprennent les frais d'inscription et les frais pour le matériel requis. Les dépenses liées aux déplacements et à l'hébergement devront être déclarées séparément à titre de frais de déplacement.

Pige

Les coûts facturés par des Canadiens ou des résidents permanents et des organismes indépendants qui fournissent sur une base contractuelle les services à caractère rédactionnel suivants :

- > rédaction
- > révision
- > vérification des faits (données)
- > photographie, p. ex. les frais liés au stylisme, aux modèles, à la localisation, etc.
- > traduction
- > illustration
- > mise en page et montage

Ces coûts comprendront les honoraires pour services, les frais raisonnables de déplacement et d'hébergement, ainsi que le matériel et les fournitures (sauf l'équipement), dont voici deux exemples :

- > photographie – le photographe peut facturer des dépenses pour l'achat et le développement de films;
- > stylisme – le pigiste peut facturer des dépenses liées à l'achat des services de modèles et à la location d'un lieu de travail de circonstance.

Publications

Les coûts des abonnements et des achats de magazines et de journaux.

Recherche

Les dépenses engagées pour les activités suivantes :

- > sondages auprès du lectorat dans le but d'évaluer le contenu rédactionnel (et non publicitaire) du magazine à des fins d'orientation et de positionnement;
- > sondages d'opinion dont les résultats peuvent être publiés dans un ou plusieurs numéros du magazine;
- > accès à des bases de données et services d'archives spécialisés.

Salaires et rémunération

Employés qui travaillent à temps plein à des activités rédactionnelles

Le salaire brut et les avantages imposables des employés canadiens ou résidents permanents inscrits sur la liste de paie de l'entreprise qui travaillent directement et/ou exclusivement à des activités rédactionnelles.

Employés qui travaillent en partie ou à temps partiel à des activités rédactionnelles

Le salaire partiel brut et les avantages imposables des employés canadiens ou résidents permanents inscrits sur la liste de paie de l'entreprise qui travaillent à des activités rédactionnelles.

Équipe rédactionnelle

Le salaire brut et les avantages imposables du personnel canadien ou des résidents permanents qui se consacrent exclusivement à la rédaction, à la révision, à l'illustration, à la photographie et à la mise en page (voir la définition **activités rédactionnelles**). Le montant maximum pouvant être déclaré pour chaque employé (salaire brut et avantages imposables) est de 100 000 \$. Lorsqu'une personne qui se consacre exclusivement à des activités rédactionnelles est engagée à temps partiel, il est prévu que le montant maximum sera réduit en conséquence.

Éditeur

L'éditeur canadien ou résident permanent peut réclamer une partie de son salaire à la condition qu'il contribue directement à la création d'un contenu rédactionnel canadien, c'est-à-dire qu'il s'adonne à des activités de création telles que la rédaction d'articles, la mise en page et le montage, la photographie, la lecture d'épreuves, l'illustration, la traduction ou la correction.

Remarque : Les directives du FCM limitent à 100 000 \$ le salaire maximum, comprenant les avantages sociaux, qui peut être réclamé au titre des dépenses rédactionnelles admissibles relatives à tout employé. Cette limite s'applique également au salaire de l'éditeur.

Salaire de l'éditeur (y compris les avantages sociaux)	Maximum admissible pour le FCM (selon les directives du FCM)	Type de maison d'édition	Nombre de magazines	% du temps consacré à la création du contenu rédactionnel canadien	Nombre de magazines demandant une aide financière au FCM pour lesquels l'éditeur crée du contenu	Salaire total admissible réclamé dans la section G
125 000 \$	100 000 \$	Titre unique	1	$50\% \div 1 = 50\%$	1	50 % de 100 000 \$ = 50 000 \$
125 000 \$	100 000 \$	Titres multiples	5	$20\% \div 5 = 4\%$	3	4 % de 100 000 \$ = 4 000 \$ pour chacun des trois magazines demandant un financement au FCM

Le Fonds du Canada pour les magazines se réserve le droit de ne pas admettre le salaire et les avantages sociaux d'un éditeur si la maison d'édition emploie un éditeur, un rédacteur en chef et divers directeurs en rédaction.

Téléphone

Les frais d'interurbain pour les activités rédactionnelles seulement. Cette dépense est admissible pour les magazines de la catégorie A **seulement**, c'est-à-dire les magazines affichant une moyenne de 2 500 à 10 000 exemplaires par numéro.

Voyages

Les déplacements en classe économique et hébergement pour des activités rédactionnelles, y compris pour le perfectionnement professionnel. Les dépenses admissibles comprennent :

- > transport : avion, taxi, location de véhicule, stationnement et frais de kilométrage;
- > hébergement : hôtel ou autre;
- > repas.

6. Dépenses non admissibles

Sont considérés non admissibles :

- > les frais se rattachant à la production d'un magazine tels que le prépresse, le papier, l'impression et la reliure, etc.;
- > les coûts d'investissement à amortir, comme ceux associés aux locaux, au mobilier, aux ordinateurs ou à d'autre matériel;
- > les frais administratifs d'un magazine tels que les fournitures, les télécopies, les photocopies, la messagerie, la livraison, etc.;
- > le salaire ou la rémunération des employés autres que ceux associés à la création de contenu rédactionnel pour le magazine, par exemple ceux associés à l'administration, au marketing, à la publicité, etc.;
- > les frais se rattachant aux textes, aux photographies, aux graphiques et aux illustrations qui ne sont pas d'auteurs canadiens ou dont l'éditeur ne peut repérer l'origine;
- > les coûts liés au contenu rédactionnel étranger produit par une personne qui n'est pas un citoyen canadien ou un résident permanent au sens de la *Loi sur l'immigration et la protection des réfugiés*. Le contenu rédactionnel étranger adapté ou condensé par un citoyen canadien ou un résident permanent reste un contenu rédactionnel étranger. Par exemple, un communiqué de presse sur un nouveau produit rédigé par un étranger employé par une entreprise étrangère et condensé par un citoyen canadien ou un résident permanent est considéré comme du contenu rédactionnel étranger. Les photographies, les graphiques et les illustrations sont considérés comme du contenu rédactionnel et sont donc assujettis aux mêmes règles;
- > les frais se rattachant à la production des états financiers ou des rapports de vérification de la diffusion;
- > les coûts liés à la création et à la mise à jour d'un site Web;
- > les coûts provenant de la version électronique d'un magazine;
- > le salaire, la rémunération et les avantages sociaux des employés et de l'éditeur qui ne sont pas des citoyens canadiens ou des résidents permanents au sens de la *Loi sur l'immigration et la protection des réfugiés*; et
- > les frais d'adhésion.

7. Demande à plus d'un volet du FCM

Les magazines qui satisfont aux critères d'admissibilité du volet ACR ne peuvent recevoir du financement d'un autre volet du FCM dans une même **année financière** (voir la 4^e partie – Définitions).

8. Accord de contribution

En vertu du volet Aide au contenu rédactionnel, les magazines qui sont approuvés pour recevoir une aide financière doivent investir toute l'aide financière reçue dans le contenu rédactionnel canadien de la version imprimée du magazine. Pour respecter cette exigence, le bénéficiaire doit :

- > signer avec le ministère du Patrimoine canadien un accord de contribution stipulant que l'aide financière est utilisée pour compenser les dépenses occasionnées par la production de contenu rédactionnel canadien dans la version imprimée du magazine; l'aide ne pourra être versée aux actionnaires et aux propriétaires sous forme de dividendes, de primes ou de compensations budgétaires. Cet accord comprendra aussi les autres conditions énoncées dans le présent *guide*;
- > rendre compte de l'utilisation de l'aide financière reçue du FCM et montrer comment ces fonds ont aidé à la création du contenu rédactionnel canadien dans le magazine et influé sur la diffusion, le lectorat et les recettes publicitaires.

Si une condition ou un engagement prévu dans l'accord de contribution signé par le ministre et le bénéficiaire n'est pas respecté par ce dernier ou si l'une des conditions prévues dans le *Guide du demandeur* du volet ACR n'est pas remplie, le Fonds du Canada pour les magazines peut exiger du bénéficiaire qu'il se conforme à la condition ou à l'engagement en question dans un délai établi. Il peut également suspendre la contribution jusqu'à ce que le bénéficiaire respecte cette exigence. L'approbation d'une année de financement par le FCM ne confère pas automatiquement l'approbation du financement pour les années à venir.

Tous les dossiers sont examinés chaque année à leurs mérites et en fonction de la politique et des normes de programmes en vigueur. Le demandeur ne doit pas présumer être approuvé, ni élaborer des plans d'affaires en conséquence, tant que l'approbation finale n'aura pas été accordée par le ministre.

Cessation de la publication

Le bénéficiaire d'une contribution doit aviser le Ministère dès que le magazine cesse d'être publié. Veuillez prendre note que si le magazine d'un bénéficiaire cesse d'être publié, la contribution reçue devra être remboursée en totalité ou en partie. Le montant du remboursement sera basé sur le nombre de numéros publiés en fonction des numéros qui auraient été normalement produits.

Vente du magazine ou de la maison d'édition

Une contribution est accordée à un magazine particulier appartenant à une maison d'édition particulière. Si des actions ou des actifs du magazine ou de la maison d'édition du bénéficiaire sont vendus, fusionnés ou par un autre moyen transférés et qu'il résulte de cette transaction un changement de contrôle de la maison d'édition ou du magazine, le Ministère doit en être avisé avant que la transaction ne soit finalisée afin de déterminer si le magazine et le nouveau propriétaire sont toujours admissibles. Le cas échéant, les maisons d'édition devront signer un Accord de cessation et de prise en charge, et le nouveau propriétaire devra donner la preuve qu'il est de propriété canadienne et sous contrôle canadien. Dans le cas contraire, le bénéficiaire de la contribution cessera d'être admissible au programme et devra rembourser la contribution en totalité ou en partie en fonction de la période entre avril 2008 et mars 2009 au cours de laquelle le bénéficiaire a cessé d'être admissible.

9. Utilisation de l'aide financière

Toute l'aide financière reçue du volet Aide au contenu rédactionnel compense les dépenses de contenu rédactionnel canadien de la version imprimée du magazine entre le 1^{er} avril 2008 et le 31 mars 2009. La liste des dépenses rédactionnelles que peuvent couvrir les fonds se trouve à la section des dépenses rédactionnelles admissibles (voir la section 5 de la 1^{re} partie) et à la 4^e partie – Définitions. Ces dépenses sont de nature rédactionnelle et ne peuvent être employées, par exemple, à des fins de diffusion, d'impression, de création d'un site Web, etc.

Tous les bénéficiaires qui reçoivent une aide financière doivent remplir un rapport sur l'utilisation de l'aide financière. Il est dans l'intérêt de l'éditeur de décrire en détail toute incidence que la contribution accordée par le FCM a eu sur le magazine. Cela permettra au ministère du Patrimoine canadien de déterminer l'efficacité du programme de contribution en fonction de ses objectifs.

10. Clauses du ministère du Patrimoine canadien

A) MENTION DE RECONNAISSANCE

Les bénéficiaires **doivent** reconnaître l'aide financière reçue du gouvernement du Canada, en vertu du volet Aide au contenu rédactionnel du FCM, en imprimant le mot-symbole « Canada » et en plaçant la mention de reconnaissance suivante dans le **bloc-générique** de tous les numéros du magazine pendant un an :

« Nous reconnaissons l'aide financière accordée par le gouvernement du Canada pour nos coûts rédactionnels par l'entremise du Fonds du Canada pour les magazines. »

Canada

En ce qui concerne les magazines financés par le Fonds du Canada pour les magazines et le Programme d'aide aux publications, les bénéficiaires **doivent** reconnaître l'aide financière reçue du gouvernement du Canada en imprimant le mot-symbole « Canada » et en plaçant la mention de reconnaissance suivante dans le **bloc-générique** de tous les numéros du magazine pendant un an :

« Nous reconnaissons l'aide financière accordée par le gouvernement du Canada pour nos coûts d'envoi postal et nos coûts rédactionnels par l'entremise du Programme d'aide aux publications et du Fonds du Canada pour les magazines. »

Canada

Le mot-symbole « Canada » est disponible en version électronique à l'adresse suivante : www.patrimoinecanadien.gc.ca/fcm.

B) POUVOIR DISCRÉTIONNAIRE DU MINISTRE ET DÉCISIONS

Comme dans tous les autres programmes de financement, les critères d'admissibilité et les lignes directrices du FCM ne limitent pas le pouvoir discrétionnaire que possède le ministre du Patrimoine canadien ou ses représentants de refuser une demande d'aide financière.

Les décisions du ministre concernant l'admissibilité des demandeurs et le montant des contributions sont finales.

C) VÉRIFICATION DES BÉNÉFICIAIRES

Le ministère du Patrimoine canadien procède à des vérifications financières et de diffusion auprès des bénéficiaires du FCM. Ceux-ci doivent alors consentir à fournir tous les registres, documents ou autres renseignements nécessaires à cet égard. Le Ministère assumera les coûts liés à ces vérifications.

S'il est démontré qu'un bénéficiaire a fourni de faux renseignements, il devra rembourser la totalité ou une partie de la contribution reçue et pourra être déclaré non admissible à l'aide du FCM pendant les deux années qui suivent.

Les maisons d'édition doivent tenir à jour des registres comptables afin de répondre aux exigences de vérification du gouvernement fédéral. Les reçus originaux doivent être disponibles en cas de vérification. Les chèques oblitérés, les factures et les relevés bancaires doivent être conservés durant cinq (5) ans.

Des vérifications aléatoires de la diffusion peuvent être effectuées après le financement (semblables aux vérifications financières après financement). Les maisons d'édition de magazines qui ont obtenu une contribution du FCM doivent donc conserver des exemplaires de preuves de diffusion pendant cinq (5) ans après avoir obtenu un financement. Voici le genre de documents qu'il y a lieu de conserver pour être en mesure de donner des précisions ou pour permettre de procéder à des vérifications :

- > document imprimé ou fichier électronique montrant qu'il y a eu envoi aux abonnés et aux autres destinataires pour tout numéro publié durant la période de référence;
- > commandes originales, factures relatives aux abonnements, formulaires d'adhésion et preuve de paiement pour tout abonnement payé (indiquant, entre autres, le prix, la durée, la date d'expiration, le mode de commande et l'utilisation de mesures promotionnelles);
- > nombre exact de destinataires ajoutés à la liste de diffusion et retirés de celle-ci durant la période de référence;
- > relevés de transactions postales originaux (relevés de transactions de Postes Canada) et autres factures de distribution permettant de confirmer l'envoi de tous les numéros aux abonnés et aux autres destinataires durant la période de référence;
- > relevés de paiement à un distributeur et/ou preuve de paiement pour tout numéro vendu par l'intermédiaire de détaillants ou de kiosques à journaux (photocopie des chèques oblitérés ou confirmation du paiement de la part du distributeur) pendant la période de référence;
- > facture pour travaux d'impression pour tout numéro publié pendant la période de référence;
- > exemplaire de chacun des numéros publiés pendant la période de référence.

D) ÉVALUATION DU FCM

Le Ministère procède à des évaluations périodiques du FCM. Les bénéficiaires doivent alors fournir tous les registres, documents ou autres renseignements nécessaires à cet égard. Les critères qui serviront à évaluer l'efficacité de la contribution en regard de ses objectifs seront déterminés par le ministre ou ses représentants.

E) ÉTUDES

Les magazines qui reçoivent un financement du FCM doivent participer à des études financières comparatives, à des analyses des tendances et à d'autres études que le ministère du Patrimoine canadien appuie ou finance.

Pour assurer la protection des renseignements commerciaux de chaque entreprise, les rapports feront état de données générales, sans mentionner le titre du magazine, ni la maison d'édition. Si le ministère du Patrimoine canadien doit communiquer des données comparatives à des maisons d'édition recevant l'aide du FCM, il fera en sorte que celles-ci n'aient accès qu'à des renseignements commerciaux sommaires sur une autre entreprise.

F) LOI SUR L'ACCÈS À L'INFORMATION

En vertu de la *Loi sur l'accès à l'information*, le public peut demander et obtenir l'accès aux renseignements figurant dans les dossiers du gouvernement fédéral. Si le Ministère reçoit une demande de renseignements concernant une demande d'aide financière, le Secrétariat de l'accès à l'information et de la protection des renseignements personnels consultera le demandeur avant de communiquer quelque renseignement que ce soit.

G) INFORMATION D'INTÉRÊT PUBLIC

Lorsqu'une aide financière est approuvée, le montant de cette aide, la raison pour laquelle elle est accordée et le nom du bénéficiaire peuvent être diffusés au public. Cette information est divulguée sans consultation préalable des bénéficiaires.

Le FCM publiera chaque année une liste de tous les bénéficiaires et de leur contribution.



2^e partie

Faire une demande

11. Date limite

LE 31 JUILLET 2008

Le cachet de la poste faisant foi, les demandes dont la date d'envoi dépasse cette date limite ne seront pas acceptées. Si la date limite tombe une fin de semaine ou un jour férié, elle est reportée au jour ouvrable suivant.

12. Quoi de neuf?

- > Présentation de la demande : il incombe au demandeur de s'assurer que l'information présentée soit complète, en s'aidant de la liste de vérification fournie à la section M. du formulaire de demande à la page 9. Une demande de financement incomplète est une demande non-admissible.
- > États financiers : en 2008-2009, les niveaux des états financiers requis sont allégés. Dorénavant les états financiers vérifiés seront exigés seulement pour les magazines ayant reçu une contribution de plus de 200 000\$ l'année précédente. Voir le tableau à la page 19 pour plus de détails.

13. Instructions relatives à la demande

Les instructions qui suivent vous aideront à préparer votre demande et à vous assurer qu'elle est complète.

A) AVANT DE REMPLIR LE FORMULAIRE OU DE PRÉPARER LES DOCUMENTS REQUIS

Veillez lire attentivement le *Guide du demandeur* du volet Aide au contenu rédactionnel, y compris les définitions, afin de vous assurer que vous répondez aux critères d'admissibilité s'appliquant aux maisons d'édition et aux magazines (voir la section 3 de la 1^{re} partie).

B) LORS DE LA PRÉPARATION DE VOTRE DEMANDE

N'oubliez pas de vous reporter aux définitions et aux explications énoncées dans le guide. Lisez les directives sur la façon de remplir le formulaire de demande.

C) AVANT D'ACHEMINER VOTRE DEMANDE AU FCM

- > Assurez-vous que le formulaire et les documents requis sont **dûment remplis, signés et datés**, et que les totaux et tous les autres renseignements sont **exacts**.
- > Utilisez la liste de vérification faisant partie du formulaire de demande pour vous assurer que votre demande est complète.
- > Faites une copie pour vos dossiers.

D) POUR OBTENIR DE L'AIDE

Numéro sans frais : 1-888-357-3116

Télécopieur : 819-953-7782

Courriel : cmf-fcm@pch.gc.ca

Vous pouvez télécharger les versions électroniques du guide et du formulaire de demande à l'adresse suivante : www.patrimoinecanadien.gc.ca/fcm.

E) NOTRE ADRESSE

Faites parvenir votre demande et vos documents à l'appui au :

Fonds du Canada pour les magazines (FCM)
Aide au contenu rédactionnel (ACR)
Ministère du Patrimoine canadien
15, rue Eddy, 4^e étage (15-4-F)
Gatineau (Québec) K1A 0M5

14. Processus d'évaluation des demandes

La date limite pour présenter les demandes est le **31 juillet 2008**. Le cachet de la poste faisant foi, les demandes dont la date d'envoi dépasse cette date limite ne seront pas acceptées. Si la date limite tombe une fin de semaine ou un jour férié, elle est reportée au jour ouvrable suivant.

- a) Un accusé de réception sera expédié au demandeur après la date limite de demande.
- b) L'agent communiquera avec le demandeur pour clarifier l'information présentée, si nécessaire. Le fait de ne pas fournir l'information demandée dans le délai prescrit par l'agent aura des conséquences sur le statut de la demande et sur son admissibilité. **Une demande incomplète est non admissible.**
- c) Le demandeur peut retirer sa demande en tout temps. Il doit faire parvenir une confirmation écrite du retrait au FCM. L'agent à son tour lui enverra un accusé de réception du retrait.
- d) Un dossier de demande qui est recommandé pour refus après l'analyse d'un agent de programme est soumis à un comité aux fins d'examen. Si le comité recommande le refus de la demande, le demandeur en sera informé par un représentant du FCM. Il n'existe pas de processus d'appel.
- e) L'analyse de tous les dossiers devrait être complétée en janvier 2009. L'éditeur ou la personne responsable du financement mentionné en A3 du formulaire de demande ACR sera informé de l'admissibilité de son magazine en mars 2009.
- f) L'éditeur ou la personne responsable du financement mentionné en A3 du formulaire de demande ACR recevra trois (3) exemplaires de l'accord de contribution pour signature. Si deux (2) des exemplaires signés sont retournés dans les plus brefs délais au FCM, et si aucune documentation ou remboursement n'est dû au FCM, les bénéficiaires devraient recevoir leur contribution en avril 2009.
- g) Si une condition ou un engagement prévu dans l'accord de contribution signé par le ministre et le bénéficiaire n'est pas respecté par ce dernier ou si l'une des conditions prévues dans le *Guide du demandeur* du volet ACR n'est pas remplie, le Fonds du Canada pour les magazines peut exiger du bénéficiaire qu'il se conforme à la condition ou à l'engagement en question dans un délai établi et ce, pour cette demande ou pour des demandes précédentes. Il peut également suspendre la contribution jusqu'à ce que le bénéficiaire respecte cette exigence. L'approbation d'une année de financement par le FCM ne confère pas automatiquement l'approbation du financement pour les années futures. Tous les dossiers sont examinés chaque année à leurs mérites et en fonction de la politique en vigueur et des normes de programmes. Le demandeur ne doit pas présumer être approuvé, ni élaborer des plans d'affaires en conséquence, tant que l'approbation finale n'aura pas été accordée par le ministre.
- h) Le FCM publiera une liste de tous les bénéficiaires et des montants de leur contribution sur réception et traitement de tous les accords de contribution.



3^e partie

Exigences relatives à la présentation de la demande

DATE LIMITE POUR PRÉSENTER UNE DEMANDE : LE 31 JUILLET 2008.

Le cachet de la poste faisant foi, les demandes dont la date d'envoi dépasse cette date limite ne seront pas acceptées. Si la date limite tombe une fin de semaine ou un jour férié, elle est reportée au jour ouvrable suivant.

Les demandeurs qui présentent une demande d'aide financière doivent soumettre les originaux des documents suivants :

✓ **FORMULAIRE DE DEMANDE – AIDE AU CONTENU RÉDACTIONNEL (ACR)**

Un formulaire de demande dûment rempli. (Un formulaire en blanc est fourni dans la trousse et peut être téléchargé à partir du site Web du FCM à l'adresse : www.patrimoinecanadien.gc.ca/fcm).

Un exemple d'une demande complétée est aussi disponible à cette adresse.

✓ **NUMÉROS DU MAGAZINE**

Les numéros réguliers et spéciaux du magazine – publiés par la maison d'édition au cours d'une année financière de douze (12) mois prenant fin à une date quelconque entre le 1^{er} avril 2007 et le 31 mars 2008 – en fonction de la fréquence de parution :

- > de 2 à 12 fois l'an – tous les numéros publiés dans les douze (12) mois de la période précisée ci-dessus;
- > de 13 à 26 fois l'an – tous les numéros publiés dans les six (6) derniers mois de cette même période;
- > de 27 à 52 fois l'an – tous les numéros publiés dans les trois (3) derniers mois de cette même période.

✓ **NUMÉRO ANNOTÉ**

En utilisant les lettres ci-dessous, les demandeurs doivent annoter à l'aide d'un **MARQUEUR NOIR**, sur un ou plusieurs des numéros fournis, les catégories suivantes (voir la 4^e partie – Définitions) :

- C – contenu rédactionnel canadien
- É – contenu rédactionnel étranger
- P – pages publicitaires
- N – pages non productrices de revenus

Veillez annoter TOUS les textes, les photographies et les illustrations SÉPARÉMENT.

Les demandeurs dont les magazines semblent comporter plus de contenu étranger que ce qu'ils déclarent dans leur formulaire de demande pourraient être invités à annoter tous les numéros joints à leur demande. Un exemple d'une page annotée est inclus dans la trousse de demande ainsi qu'à partir du site Web du FCM.

✓ **UN EXEMPLAIRE DU NUMÉRO LE PLUS RÉCENT DU MAGAZINE**

✓ **ÉTATS FINANCIERS**

Tous les demandeurs doivent présenter les documents suivants pour une période de douze (12) mois correspondant à l'année financière de la maison d'édition qui prend fin à une date quelconque entre le 1^{er} avril 2007 et le 31 mars 2008 :

- a) Un jeu complet d'états financiers couvrant la période susmentionnée (voir la définition d'**états financiers**, à la 4^e partie) qui comprend généralement les éléments suivants :
- > un rapport d'un expert-comptable indépendant
 - > un bilan
 - > un état des résultats – profits et pertes
 - > un état des flux de trésorerie
 - > des notes accompagnant les états financiers

Les états financiers approuvés par le conseil ou un administrateur doivent être signés par son représentant autorisé, et cette signature doit être originale.

Veillez consulter le tableau ci-dessous afin de connaître le type et le niveau d'états financiers à soumettre.

b) **Une maison d'édition qui publie plusieurs magazines ou qui mène d'autres activités en plus de l'édition d'un magazine** doit fournir un état des résultats couvrant la période susmentionnée pour chaque magazine visé par la demande d'aide financière :

- > des états des résultats séparés pour chacun des magazines peuvent être inclus dans les états financiers de la maison d'édition (un état pour chaque magazine) ou
- > des états des résultats séparés pour chacun des magazines, signés par l'éditeur.

Quels types ou niveaux d'états financiers doivent être présentés? - NOUVEAU

Quel montant d'aide le magazine a-t-il reçu du FCM en 2007-2008?	Maison d'édition publiant un seul magazine	Maison d'édition publiant plusieurs magazines ou menant d'autres activités en plus de l'édition d'un magazine
Première demande d'aide financière ou magazine ayant reçu moins de 200 000 \$ *	Jeu complet d'états financiers de la maison d'édition au niveau de rapport de mission d'examen (ou au niveau de la vérification si on préfère)	Jeu complet d'états financiers de la maison d'édition au niveau de rapport de mission d'examen (ou au niveau de la vérification si on préfère) ET l'état des résultats pour chaque magazine, faisant l'objet d'une demande, signé par l'éditeur
Magazine ayant reçu plus de 200 000 \$ *	Jeu complet d'états financiers de la maison d'édition au niveau de vérification	Jeu complet d'états financiers de la maison d'édition au niveau de vérification ET l'état des résultats pour chaque magazine, faisant l'objet d'une demande, signé par l'éditeur

* Modifications apportées aux niveaux des états financiers requis.

Remarque : L'AVIS AU LECTEUR OU LES VERSIONS PRÉLIMINAIRES DES ÉTATS FINANCIERS NE SERONT PAS ACCEPTÉS. Des exigences supplémentaires en matière d'états financiers peuvent être requises lorsqu'un magazine ou une maison d'édition a été nouvellement acquis.

Nous recommandons que les éditeurs qui publient plusieurs titres ou s'adonnent à d'autres activités que la publication d'un magazine emploient de préférence le modèle d'état des résultats prévu dans la trousse de demande. Ce modèle comporte des numéros de référence faciles à utiliser dans la section G du formulaire de demande ACR. La numérotation facilitera également le rapprochement des chiffres relatifs aux revenus et aux dépenses contenus dans les différentes parties du formulaire consacrées aux données financières.

L'état des résultats doit contenir l'attestation suivante et être signé par l'éditeur : « La gestion est chargée d'établir l'état des résultats. Elle estime que celui-ci reflète fidèlement la forme et le fond des transactions et représente raisonnablement les résultats des activités du magazine. Le présent état des résultats a été dressé conformément aux principes comptables généralement acceptés. »

✓ EXIGENCES EN MATIÈRE DE RAPPORT DE DIFFUSION

La maison d'édition DOIT fournir un rapport de vérification de la diffusion effectué par une entreprise reconnue couvrant en partie ou en totalité la période de référence indiquée à la section D1 du formulaire de demande.

S'il n'y a pas de rapport de vérification de la diffusion, la maison d'édition DOIT fournir les documents servant à prouver que le magazine affiche un minimum de 50 % de diffusion payée. Les documents requis sont les suivants :

- > une description du modèle de distribution;
- > les factures pour travaux d'impression pour tous les numéros du magazine parus au cours de la période de référence indiquée à la section D1 du formulaire de demande;

- > tous les documents pour tous les numéros, à l'appui du modèle de distribution du magazine, tels que : les relevés de transactions postales et autres factures de distribution, les relevés de paiement à un distributeur pour les numéros vendus en kiosque ou au détail, les contrats à l'appui des abonnements de membres (destinataires individuels et abonnements collectifs), des ventes commanditées (destinataires individuels), etc.

Il est possible qu'on invite le demandeur à fournir des précisions sur la diffusion.

Tous les éditeurs doivent attester que les chiffres fournis dans la section E1 du formulaire de demande sont exacts en signant et en datant cette partie de la demande. Nous rappelons que les déclarations frauduleuses auront pour conséquences que le magazine sera considéré comme non admissible à la contribution demandée et que le magazine ne pourra demander de financement au FCM pendant les deux années suivantes.

✓ **RAPPORT SUR L'UTILISATION DE L'AIDE FINANCIÈRE**

Tous les bénéficiaires qui recevront une aide financière doivent remplir ce rapport et fournir autant de détails que possible, en utilisant le modèle fourni sur le site Web du FCM à l'adresse suivante : www.patrimoinecanadien.gc.ca/fcm.

Les fonds reçus devront être réservés exclusivement aux dépenses rédactionnelles admissibles, selon la liste de la section Dépenses rédactionnelles admissibles (section 5 de la 1^{re} partie) et de la 4^e partie – Définitions. Ces dépenses sont de nature rédactionnelle et ne peuvent être employées, par exemple, à des fins de diffusion, d'impression, de création d'un site Web, etc.

Le rapport doit être soumis avant le 31 juillet 2009 et doit être signé par l'ÉDITEUR du magazine.

On communiquera avec le demandeur si le rapport présenté au FCM est incomplet, insuffisant ou s'il couvre des dépenses non admissibles. Nous encourageons les éditeurs à présenter un rapport complet, car leur future admissibilité au programme en dépend.

Il est dans l'intérêt de l'éditeur de décrire en détail toute incidence que la contribution accordée par le FCM a eu sur le magazine. Cela permettra au ministère du Patrimoine canadien de déterminer l'efficacité du programme de contribution en fonction de ses objectifs.

✓ **PROFIL DU MAGAZINE**

Le profil du magazine fait partie du formulaire de demande ACR (section J). Tous les demandeurs doivent soumettre le profil du magazine. Les demandeurs qui font demande à nouveau doivent soumettre un profil MIS À JOUR. On trouvera un exemple de profil de magazine sur le site Web du FCM.



4^e partie

Définitions*

Abonnements (revenus)

Tous les revenus provenant des abonnements (sans tenir compte de la source et du prix).

Accord de contribution

Texte décrivant les modalités de l'engagement entre le ministère donateur et le bénéficiaire éventuel d'une contribution.

Activités rédactionnelles

(dépenses rédactionnelles admissibles)

Les coûts qui couvrent l'ensemble des activités de création qui mènent à la production d'un travail créé par un Canadien ou un résident permanent, dont la rédaction, la révision, l'illustration, la photographie, la traduction, le montage et la mise en page. Les activités de production comme la numérisation, la séparation de couleurs, l'impression et la reliure ne sont pas considérées comme des activités rédactionnelles.

Acquisition d'articles

(dépenses rédactionnelles admissibles)

Coûts liés à l'acquisition d'articles rédactionnels canadiens auprès d'autres éditeurs.

Acquisition de droits

(dépenses rédactionnelles admissibles)

Versements faits à un Canadien ou résident permanent pour l'utilisation d'une œuvre dans la version imprimée du magazine seulement, p. ex. un article, une photographie, une illustration, etc.

Administration (dépenses)

Tous les frais non visés par les autres catégories, y compris les frais généraux, les coûts d'occupation, l'amortissement du mobilier et de l'équipement, etc.

Agences de presse

(dépenses rédactionnelles admissibles)

Les coûts et frais pour l'achat de données et de contenu canadiens auprès d'organismes indépendants, p. ex. La Presse canadienne, etc. Dépense admissible pour les magazines de la catégorie A **seulement**, c'est-à-dire les magazines affichant une moyenne de 2 500 à 10 000 exemplaires par numéro.

Année financière de la maison d'édition

L'année financière de la maison d'édition qui consiste en une période comptable de douze (12) mois consécutifs.

Année financière du gouvernement

L'année financière du gouvernement fédéral qui commence le 1^{er} avril d'une année et se termine le 31 mars de l'année suivante.

Aspects techniques (dépenses)

Coûts liés au prépresse (épreuves, fichiers numériques, films, plaques), à l'impression, à la reliure et à l'expédition par la poste.

Avantages (dépenses rédactionnelles admissibles)

La portion de l'employeur (après déduction des retenues sur le salaire des employés canadiens ou résidents permanents) relative aux :

- a) avantages prévus par la loi – Régime de pensions du Canada et Régime de rentes du Québec, assurance-emploi et régimes provinciaux de soins de santé, le cas échéant;
- b) avantages non prévus par la loi – couverture d'assurance collective pour les frais médicaux, dentaires, d'invalidité, d'assurance-vie et autres avantages.

* Aux fins du volet ACR du FCM.

Contenu publicitaire

Les pages ou les portions de pages payées (incluant la publicité réciproque ou en nature – voir définition) d'un magazine qui visent à convaincre les gens d'acheter des produits ou des services de fournisseurs particuliers (fabricant, distributeur ou agent), y compris le matériel publicitaire conçu spécifiquement pour ressembler à du contenu rédactionnel. Les messages publicitaires d'organismes de bienfaisance, les messages d'intérêt public et les messages-maison sont exclus et ne peuvent faire partie des calculs relatifs au contenu publicitaire d'un magazine.

Contenu rédactionnel

L'espace d'un magazine, à l'exception de la publicité et des pages non productrices de revenu, qui consiste en textes, photographies, graphiques et illustrations.

Contenu rédactionnel canadien

Le contenu rédactionnel (textes, photographies, graphiques et illustrations) produit ou traduit par un citoyen canadien ou un résident permanent du Canada au sens de la *Loi sur l'immigration et la protection des réfugiés*. Le contenu rédactionnel adapté ou condensé par un citoyen canadien ou un résident permanent du Canada provenant d'un contenu produit par un citoyen canadien ou un résident permanent du Canada sera considéré comme du contenu rédactionnel canadien aux fins du FCM.

Contenu rédactionnel non canadien (étranger)

Les textes, les photographies, les graphiques et les illustrations qui sont d'auteurs inconnus ou non canadiens. Par exemple, les textes et les images provenant de sites graphiques ou de CD où les auteurs sont souvent inconnus ou non identifiés constituent du contenu rédactionnel non canadien aux fins du FCM et doivent être considérés comme tel dans le calcul des pages.

Diffusion (dépenses)

Tous les frais se rattachant à la production et à la tenue d'une liste de distribution, notamment les promotions et les envois postaux relatifs aux abonnements ou à la diffusion contrôlée, le télémarketing, la saisie de données, les salaires et les services contractuels.

Diffusion contrôlée

Un magazine distribué régulièrement à des consommateurs choisis par les maisons d'édition. Il est offert gratuitement et est généralement vérifié.

Diffusion moyenne

Nombre d'exemplaires distribués par numéro selon diverses méthodes de distribution (p. ex. kiosques à journaux, envois postaux, etc.).

Diffusion payée

Nombre total d'exemplaires vendus au cours d'une période de publication de douze mois par le biais des abonnements, des ventes à l'unité et des ventes en kiosque.

Diffusion totale

Nombre d'exemplaires distribués au cours d'une période de douze mois selon diverses méthodes de distribution (p. ex. kiosques à journaux, envois postaux, etc.).

Distribution (dépenses)

Coûts de l'envoi de magazines par la poste, frais de promotion et d'expédition dans les kiosques et coûts liés aux autres formes de distribution des magazines.

Édité au Canada

Toute commande de matériel rédactionnel et d'expression artistique, la direction de rédacteurs, d'illustrateurs et de photographes travaillant à la version finale du produit, de même que le montage, la révision, la correction d'épreuves et tout autre travail de préparation des contenus pour l'impression doivent être effectués au Canada.

Éditeur

La personne responsable de l'ensemble de la gestion d'un ou de plusieurs magazines, y compris l'administration, l'édition, la commercialisation et les ventes et d'autres activités.

Entité

- a) un citoyen canadien;
- b) un résident permanent au sens de la *Loi sur l'immigration et la protection des réfugiés*;

- c) une société canadienne conformément à la définition du *Guide du demandeur*;
- d) une société de personnes, une fiducie ou une coentreprise dont la propriété effective et le contrôle, direct et indirect, des participations représentant en valeur au moins 51 % de la valeur totale des biens est détenue par des personnes visées aux alinéas a), b), ou c) ou l'un ou l'autre de ceux-ci et dont le président ou la personne agissant comme tel et plus de la moitié des administrateurs ou autres cadres semblables sont des personnes visées aux alinéas a) ou b);
- e) organisme sans but lucratif dont au moins 51 % des membres et des administrateurs sont des personnes définies en a) ou b) ci-dessus.

Équivalent temps-plein

Un poste qui demande plus de 30 heures de travail par semaine (voir la définition de Personnel). Les équivalents temps-plein, ou ETP, peuvent aussi exprimer la quantité de travail nécessaire pour remplir une fonction. Par exemple, un emploi relié à la composition dans un magazine où il faudrait une personne qui travaille à temps plein durant la semaine, et une autre personne qui y consacre la moitié de son temps dans la semaine, pourrait être exprimé comme demandant 1,5 ETP. Si l'effectif affecté à un magazine comporte sept (7) employés au total, les bénévoles et le personnel rémunéré y compris, alors on peut dire qu'il lui faut sept (7) ETP pour être publié.

État des résultats

Un état des résultats est défini à la section 1520 du Manuel de l'Institut Canadien des Comptables Agréés (ICCA). Un exemple d'un état des résultats est disponible dans la trousse de demande ainsi que sur le site Web du FCM.

États financiers

Les niveaux de contrôle des états financiers acceptés par le FCM sont définis ci-dessous. Les états financiers accompagnés d'un avis au lecteur ou les versions préliminaires ne sont pas acceptés.

Rapport du vérificateur

Un expert-comptable a effectué des activités de vérification conformes aux normes de vérification financière généralement reconnues. Le rapport du

vérificateur, rédigé sans qualification ou réserve, comprendra habituellement trois paragraphes :

- > un paragraphe d'introduction dans lequel le vérificateur nomme les états financiers vérifiés, énonce les responsabilités de la direction et établit qu'il a la responsabilité d'exprimer une opinion sur les états financiers en fonction des résultats de la vérification;
- > un paragraphe de délimitation qui précise la nature des activités de vérification effectuées et qui indique que la vérification a été menée selon les normes de vérification généralement reconnues, lesquelles exigent une organisation et une exécution des activités de vérification pour donner une assurance raisonnable que les états sont libres d'inexactitude importante;
- > un paragraphe d'énoncé d'opinion qui établit dans quelle mesure les états financiers présentent fidèlement, à tous égards importants, la situation financière, les résultats d'exploitation et les encaisses de l'entité selon les principes comptables généralement reconnus.

Rapport de mission d'examen

Les missions d'examen ont une portée moindre que celle des vérifications; le niveau d'assurance fourni au lecteur des états financiers est donc moins élevé. Un rapport de mission d'examen comprendra généralement trois paragraphes :

- > un paragraphe d'introduction indiquant les états financiers examinés, précisant que l'examen a été effectué conformément aux normes généralement reconnues de missions d'examen, lesquelles comportent surtout des demandes de renseignements, des procédés analytiques et une discussion relativement aux renseignements fournis à l'expert-comptable par l'entité;
- > un énoncé prévenant le lecteur qu'un examen ne constitue pas une vérification et que l'expert-comptable n'exprime pas une opinion sur une vérification des états financiers visés;
- > une conclusion indiquant si l'expert-comptable a relevé quoi que ce soit qui le porterait à croire que les renseignements rapportés ne sont pas, à tous égards importants, conformes aux principes comptables généralement reconnus.

Guide

Il s'agit d'une publication qui a pour but premier d'informer, c'est-à-dire qui est surtout formée de listes, de listes enrichies, de cartes, de nomenclatures, d'horaires ou de calendriers, ou d'une combinaison de ce qui précède.

Hebdos d'information alternatifs

Publiés sous format tabloïd, les hebdos d'information alternatifs couvrent principalement les nouvelles locales et contiennent surtout de la publicité locale. Ils sont offerts gratuitement dans des endroits publics.

Honoraires professionnels (dépenses rédactionnelles admissibles)

Sommes versées à un individu ou à un organisme qui n'est pas employé par la maison d'édition au titre de services professionnels associés au contenu rédactionnel. Il peut s'agir d'honoraires versés, par exemple, à des experts-conseils, des avocats, des économistes, des médecins ou tout autre spécialiste à qui la maison d'édition demande un avis au sujet du contenu rédactionnel.

Internet (dépenses rédactionnelles admissibles)

Frais d'Internet et d'abonnement mensuels si l'équipe rédactionnelle se sert d'Internet pour le courriel et la recherche (ne comprend pas l'installation). Dépense admissible pour les magazines de la catégorie A **seulement**, c'est-à-dire les magazines affichant une moyenne de 2 500 à 10 000 exemplaires par numéro.

Journal

Un journal est une publication qui est communément reconnue comme un journal parce qu'elle possède un certain nombre de caractéristiques communes aux journaux (c.-à-d. produite en format tabloïd ou grand format quelle que soit sa fréquence, non reliée, auto-identifiée comme journal, etc.). Dans tous les cas où il y a désaccord à savoir si la publication est un journal ou un magazine, une échelle sera appliquée (voir 1^{re} partie, section 4), et toutes les publications possédant plus qu'un minimum de caractéristiques communes aux journaux seront considérées comme des journaux aux fins du FCM.

Kiosques (revenus)

Total des ventes nettes dans les kiosques.

Listes de base

Simple liste d'informations, sans aucun contenu ajouté. On peut citer comme exemples, les listes d'actions, les pointages sportifs, les classements sportifs (p. ex. les vingt premiers skieurs au monde), les horaires de télévision (l'émission x est en ondes à une heure y), etc.

Toute publication composée à plus de 50 % de listes de base doit être considérée principalement comme une liste aux fins du FCM, et elle serait donc non admissible en vertu des critères du programme.

Listes enrichies

À la différence des listes de base, les listes enrichies comprendront un texte explicatif (c.-à-d., descriptions de produits, descriptions de restaurants, description d'une émission dans un guide télé). Malgré le fait qu'une activité rédactionnelle soit présente dans la préparation de telles listes, le FCM ne les considère pas comme un contenu rédactionnel original aux fins du programme, parce qu'elles n'ajoutent pas d'analyse, d'opinion ou d'autre matériel à valeur ajoutée.

Toutefois, en reconnaissance du fait qu'un travail rédactionnel supplémentaire est nécessaire, le seuil de désignation de la caractéristique « principalement » d'une liste est différent dans le cas des listes enrichies. Toute publication qui contient plus de 66 % de listes enrichies sera appelée principalement une liste et ne sera pas admissible.

Location de listes (revenus)

Revenus provenant de la location de listes.

Magalogue

Publication imprimée combinant essentiellement le style, le format et la disposition d'un magazine et/ou d'un catalogue dans le but de vendre, de promouvoir ou de présenter un produit ou un service proposé par une entreprise (fabricant, distributeur ou agent). Un magalogue peut comporter des articles instructifs, des images, des graphiques haut de gamme, des descriptions de

produit et des rubriques de divertissement dans le style d'un magazine, mais le tout ayant pour objet l'acquisition d'une valeur monétaire.

Magazine

Un magazine est une publication imprimée qui est communément reconnue comme un magazine et qui paraît en numéros datés ou numérotés de façon consécutive, et qui est publiée sous un titre commun à intervalles réguliers, pas moins de deux (2) fois par année et pas plus de 52 fois par année. Pour les besoins du FCM, la catégorie Magazine ne comprend pas les bulletins d'information, les bandes dessinées, les journaux, les journaux communautaires, les journaux hebdomadaires communautaires, les hebdomadaires d'information alternatifs, les répertoires, les guides, les rapports financiers, les catalogues, les magalogues, les calendriers, les horaires ou les listes.

Magazine agricole

Voir définition de Types de magazines.

Magazine autochtone

Voir définition de Types de magazines.

Magazine d'affaires ou professionnel

Voir définition de Types de magazines.

Magazine d'association

Magazine publié par ou pour une association. Voir la section 4 d) de la 1^{re} partie concernant les magazines d'association non admissibles.

Magazine de langue officielle en situation minoritaire

Voir définition de Types de magazines.

Magazine ethnoculturel

Voir définition de Types de magazines.

Magazine g.l.b.t.

Voir définition de Types de magazines.

Magazine grand public

Voir définition de Types de magazines.

Magazine religieux

Voir définition de Types de magazines.

Magazine revue savante

Voir définition de Types de magazines.

Magazine spécialisé grand public

Voir définition de Types de magazines.

Maison d'édition

Une maison d'édition est l'entité responsable de la publication d'un magazine (voir la définition d'entité)

Mise en page et montage

(dépenses rédactionnelles admissibles)

Les coûts associés à la sélection créatrice de caractères et d'éléments graphiques par un Canadien ou un résident permanent; le processus de marier le texte et les éléments graphiques sélectionnés en un format de page visuellement attrayant dans un médium prêt pour la production. Ces coûts ne comprennent pas les frais de prépresse se rattachant aux épreuves, aux fichiers numériques, aux films, aux plaques, etc.

Numéros spéciaux

Aux fins du FCM, un numéro spécial est un numéro publié à titre de supplément au cycle de publication ordinaire. À titre d'exemple, lorsqu'un magazine publie six numéros par an et sort un septième numéro sur un événement, un thème ou un sujet particulier, ce septième numéro est considéré comme un numéro spécial.

Les dépenses rédactionnelles admissibles au titre de ce numéro spécial peuvent être ajoutées aux calculs si le prix de l'abonnement au magazine inclut le numéro spécial, si ce numéro est admissible selon les critères du volet ACR et s'il remplit tous les autres critères d'admissibilité. On peut déclarer au maximum quatre numéros spéciaux par an dans ces calculs.

Veillez prendre note qu'un numéro spécial portant un titre, un numéro de volume ou un numéro ISSN différent du titre du magazine et qui n'est pas inclus dans le coût d'abonnement du magazine n'est pas admissible. Dans ce cas, les dépenses rédactionnelles ne peuvent être déclarées.

On ne prendra en compte l'augmentation de la fréquence de publication du magazine que si le

numéro spécial est publié à titre de supplément au cycle de publication ordinaire et envoyé sous pli séparé des numéros réguliers.

Pages non productrices de revenus

Toutes les pages qui ne sont pas des pages de publicité payée, de publicité réciproque ou en nature ou à contenu rédactionnel. Il peut s'agir de pages d'autopromotion, de pages offertes à des organismes de bienfaisance locaux ou à des entreprises contre aucun paiement, aucune livraison de services en nature ni aucune autre considération, etc. Les pages vierges sont considérées comme des pages non productrices de revenu.

Perfectionnement professionnel pour l'équipe rédactionnelle (dépense rédactionnelle admissible)

Coûts de participation du personnel rédactionnel à des cours de formation, des colloques et des congrès directement liés à des activités rédactionnelles canadiennes. Les coûts admissibles comprennent les frais d'inscription et les frais pour le matériel requis. Les dépenses liées aux déplacements et à l'hébergement devront être déclarées séparément à titre de frais de déplacement.

Personnel

Un employé à temps plein qui travaille un minimum de trente (30) heures par semaine. Un employé est toute personne qui reçoit une rémunération pour services rendus ou pour congé de travail, ou pour qui, l'employeur doit remplir un feuillet T4 intitulé État de la rémunération payée, de l'Agence du revenu du Canada.

Pige (dépense rédactionnelle admissible)

Coûts facturés par des Canadiens et résidents permanents et des organismes indépendants qui fournissent sur une base contractuelle les services de nature rédactionnelle suivants :

- > rédaction
- > révision
- > vérification des faits (données)
- > photographie, (y compris les frais liés au stylisme, aux modèles, à la localisation, etc.)
- > traduction
- > illustration
- > mise en page et montage

Ces coûts comprendront les honoraires pour services, les frais raisonnables de déplacement et d'hébergement, ainsi que le matériel et les fournitures (sauf l'équipement), dont voici deux exemples :

- > photographie – le photographe peut facturer des dépenses pour l'achat et le développement de films.
- > stylisme – le pigiste peut facturer des dépenses liées à l'achat des services de modèles et à la location d'un lieu de travail adéquat.

Produits connexes (dépenses)

Tous les frais liés à la création, à l'utilisation, à la vente et à la distribution de l'ensemble des produits et services connexes.

Produits connexes (revenus)

Revenus bruts provenant de tous les produits et services connexes, p. ex. vente de livres, salons commerciaux et à l'intention des consommateurs, congrès, productions radiophoniques et télévisuelles, etc.

Promotion unique

Promotion spéciale et ciblée destinée à augmenter la diffusion payée d'un magazine (kiosques à journaux, abonnements et autres modes de vente). Instrument de marketing parfois employé par les éditeurs pour les nouveaux magazines, les magazines à faible diffusion ou les magazines qui désirent toucher un lectorat supplémentaire particulier.

Le volet ACR autorisera ce type de promotion pour ne pas pénaliser les magazines qui ont généralement une base de diffusion payée de 50 %. Les promotions uniques effectuées à répétition ou s'intégrant au modèle de gestion du magazine seront comptées dans la diffusion non payée.

Propriété et contrôle canadiens

Pour être admissible, un magazine doit être détenu et contrôlé par un Canadien. Pour les besoins du programme, « **Canadien** » signifie :

- a) un citoyen canadien;
- b) un résident permanent au sens de la *Loi sur l'immigration et la protection des réfugiés*;
- c) une société canadienne conformément à la définition du *Guide du demandeur*;

- d) une société de personnes, une fiducie ou une coentreprise dont la propriété effective et le contrôle, direct ou indirect, des participations représentant en valeur au moins 51 % de la valeur totale des biens est détenue par des personnes visées aux alinéas a), b) ou c) ou l'un et l'autre de ceux-ci et dont le président ou la personne agissant comme tel et plus de la moitié des administrateurs ou autres cadres semblables sont des personnes visées aux alinéas a) ou b);
- e) un organisme sans but lucratif dont au moins 51 % des membres et administrateurs sont des personnes définies en a) ou b) ci-dessus;

« **société canadienne** » signifie une société remplissant les conditions suivantes :

- a) elle est constituée sous le régime des lois fédérales, provinciales ou territoriales;
- b) le lieu de ses activités principales est situé au Canada;
- c) son président ou une autre personne agissant comme tel et plus de la moitié des administrateurs ou autres cadres semblables sont des citoyens canadiens ou des résidents permanents au sens de la *Loi sur l'immigration et la protection des réfugiés*;
- d) si elle a un capital-actions, des Canadiens détiennent dans l'ensemble la propriété effective et le contrôle, direct ou indirect, d'au moins 51 % des actions avec droit de vote émises et en circulation représentant plus de la moitié des votes, à l'exception de celles détenues uniquement à titre de sûreté;
- e) si elle n'a pas de capital-actions, la propriété effective et le contrôle, direct ou indirect, d'au moins 51 % de la valeur totale de ses actifs est détenu par des Canadiens.

Pour les besoins du FCM, est réputée ne pas être canadienne, toute personne qui se trouve dans une situation qui confère un contrôle de fait à une personne ou entité autre qu'un Canadien soit directement, par la propriété de valeurs mobilières, soit indirectement, notamment au moyen d'une fiducie, d'un accord, d'une entente ou autrement.

Publications (dépense rédactionnelle admissible)

Coûts des abonnements et des achats de magazines et de journaux.

Publicité réciproque et en nature

Les annonces de publicité échangées entre des organisations et/ou la maison d'édition sans qu'il y ait de transaction monétaire.

Publicité (dépenses)

Tous les coûts se rattachant à la vente de publicité, notamment les salaires, les commissions, les déplacements, le téléphone et le télécopieur, ainsi que le matériel promotionnel.

Publicité (revenus)

Revenus publicitaires nets (montant net après déduction des commissions des agences et des escomptes).

Publi-reportage

Périodique principalement consacré à la promotion ou à la présentation des intérêts, opinions, services ou produits d'un annonceur (fabricant, distributeur ou agent) dans un style, un format et une disposition analogues à ceux d'un reportage ou d'un article de journal. Le publi-reportage a pour objet l'acquisition d'une valeur monétaire par le biais de la promotion d'une opinion, d'un service ou d'un produit auprès des lecteurs ou consommateurs. Aux fins du FCM, le contenu rédactionnel d'un publi-reportage est considéré comme de la publicité.

Rapport de mission d'examen

Voir définition d'États financiers.

Rapport du vérificateur

Voir définition d'États financiers.

Recherche (dépenses rédactionnelles admissibles)

Dépenses engagées pour les activités suivantes :

- > sondages auprès du lectorat dans le but d'évaluer le contenu rédactionnel (et non publicitaire) du magazine à des fins d'orientation et de positionnement;

- > sondages d'opinion dont les résultats peuvent être publiés dans un ou plusieurs numéros du magazine;
- > accès à des bases de données et services d'archives spécialisés.

Rédacteur en chef

Personne chargée d'appliquer la politique rédactionnelle et responsable du contenu rédactionnel d'un magazine.

Rédaction, mise en page et montage (dépenses)

Tous les frais liés à la production des pages de contenu rédactionnel, notamment les salaires des réviseurs et des rédacteurs, les honoraires des pigistes, les photos, la mise en page et le montage, les déplacements, le téléphone et le télécopieur.

Revenus de publicité réciproque et en nature

Les revenus de publicité échangés entre des organisations et/ou la maison d'édition sans qu'il y ait de transaction monétaire.

Salaires et rémunération (dépense rédactionnelle admissible)

Employés qui travaillent à temps plein à des activités rédactionnelles

Le salaire brut et les avantages imposables, des employés canadiens et résidents permanents inscrits sur la liste de paie de l'entreprise qui travaillent directement et/ou exclusivement à des activités rédactionnelles.

Employés qui travaillent en partie ou à temps partiel à des activités rédactionnelles

Le salaire partiel brut et les avantages imposables, des employés canadiens et résidents permanents inscrits sur la liste de paie de l'entreprise qui travaillent à des activités rédactionnelles.

Équipe rédactionnelle

Le salaire brut et les avantages imposables du personnel canadien et des résidents permanents qui se consacrent exclusivement à la rédaction, à la révision, à l'illustration, à la photographie et à la mise en page (voir la définition Activités rédactionnelles). Le montant maximum pouvant être déclaré pour chaque employé (salaire brut et avantages imposables) est de 100 000 \$. Lorsqu'une personne qui se consacre

exclusivement à des activités rédactionnelles est engagée à temps partiel, il est prévu que le montant maximum sera réduit en conséquence.

Éditeur

L'éditeur canadien ou résident permanent peut réclamer une partie de son salaire à la condition qu'il contribue directement à la création d'un contenu rédactionnel canadien, c'est-à-dire qu'il s'adonne à des activités de création telles que la rédaction d'articles, la mise en page et le montage, la photographie, la lecture d'épreuves, l'illustration, la traduction et la correction.

Remarque : Les directives du FCM limitent à 100 000 \$ le salaire maximum, comprenant les avantages sociaux, qui peut être réclamer au titre des dépenses rédactionnelles admissibles relatives à tout employé. Cette limite s'applique également au salaire de l'éditeur.

Voir la section 5 (Dépenses rédactionnelles admissibles) de la 1^{re} partie pour plus de détails sur la façon de réclamer le salaire de l'éditeur.

Le Fonds du Canada pour les magazines se réserve le droit de ne pas admettre le salaire et les avantages sociaux d'un éditeur d'une maison d'édition qui emploie un éditeur, un rédacteur en chef et divers directeurs de rédaction.

Site Web/ Commerce électronique (dépenses)

Tous les frais se rattachant à la création, au maintien et à l'exploitation de sites Web et aux activités de commerce électronique.

Site Web/ Commerce électronique (revenus)

Revenus nets (montant net après déduction des commissions des agences) des activités reliées au site Web/Commerce électronique relatif au magazine.

Sociétés affiliées

Aux fins du FCM, seront considérées des sociétés affiliées si :

- 1) un ou plusieurs employés, directeurs ou administrateurs d'une autre société, dans l'exécution de leur mandat, contrôlent la gestion et/ou les politiques d'une autre société;

- 2) les publications sont détenues et contrôlées par une même société;
- 3) la société détient et contrôle au moins 51% des actions avec droit de vote ou des actifs des autres sociétés.

Téléphone (dépenses rédactionnelles admissibles)

Frais d'interurbain pour les activités rédactionnelles. Dépense admissible pour les magazines de la catégorie A **seulement**, c'est-à-dire les magazines affichant une moyenne de 2 500 à 10 000 exemplaires par numéro.

Tirage

Nombre total d'exemplaires d'une publication imprimés au cours d'une période donnée.

Types de magazines

Grand public

Magazine qui s'adresse à un marché important ou à une part importante du marché dans son ensemble et qui informe et divertit le lecteur.

Spécialisé grand public

Magazine qui s'adresse à un marché de consommateurs ayant des intérêts particuliers et qui a pour but d'informer et de distraire le lecteur.

D'affaires ou professionnel

Magazine qui traite des activités de traitement, de fabrication, de gestion, de vente ou d'exploitation des secteurs industriels ou d'une industrie, d'un métier ou d'une profession en particulier. Il est publié pour intéresser et aider les personnes engagées activement dans le secteur ou la profession en question.

Agricole

Magazine qui traite des questions relatives à l'industrie agricole, y compris l'élevage d'animaux.

Religieux

Magazine dont le but principal et le contenu de base sont de nature religieuse.

Revue savante

Revue qui présente les résultats de la recherche ou diffuse des connaissances avancées dans un

domaine particulier. Elle s'adresse aux spécialistes et est le plus souvent éditée par les universités, les instituts de recherche et les sociétés savantes.

Autochtone

Magazine principalement destiné et/ou consacré aux Autochtones, aux Inuits ou aux Métis.

Ethnoculturel

Magazine principalement destiné et/ou consacré à une collectivité culturelle ou raciale distincte communément reconnue ou à des groupes linguistiques employant d'autres langues que les langues officielles du Canada. Un magazine ethnoculturel peut être publié en français, en anglais, dans une troisième langue ou dans une combinaison de langues officielles et non officielles.

g.l.b.t.

Magazine principalement destiné et/ou consacré aux communautés gays, lesbiennes, bisexuelles et/ou transgenres.

Langue officielle en situation minoritaire

Magazine publié en français ou en anglais dans une région du Canada où la langue et le contenu du magazine sont destinés et consacrés principalement à une collectivité de langue officielle en situation minoritaire.

Voyages (dépenses rédactionnelles admissibles)

Déplacements en classe économique et hébergement pour des activités rédactionnelles, y compris pour le perfectionnement professionnel. Les frais admissibles comprennent :

- > transport : avion, taxi, location de véhicule, stationnement et frais de kilométrage;
- > hébergement : hôtel ou autre;
- > repas.

Aide au contenu rédactionnel

**Date limite de présentation de la demande :
le 31 juillet 2008**

Si la date limite tombe une fin de semaine ou un jour férié, elle est reportée au jour ouvrable suivant.

Tous les formulaires nécessaires à la présentation d'une demande et le guide, ainsi qu'un exemplaire d'une demande complétée, peuvent être téléchargés à partir de l'adresse Internet suivante :
www.patrimoinecanadien.gc.ca/fcm.

Pour communiquer avec nous :

Fonds du Canada pour les magazines (FCM)
Aide au contenu rédactionnel (ACR)
Ministère du Patrimoine canadien
15, rue Eddy, 4^e étage (15-4-F)
Gatineau (Québec) K1A 0M5

Numéro sans frais : 1-888-357-3116
Télécopieur : 819-953-7782
Courriel : **cmf-fcm@pch.gc.ca**