



Patrimoine
canadien

Canadian
Heritage

Canada



Fonds du Canada pour les périodiques

Innovation commerciale

Guide du demandeur
2015-2016



Table des matières

Section A Fonds du Canada pour les périodiques

- A.1 Survol
- A.2 Objectif
- A.3 Volets du programme
- A.4 Pour nous joindre

Section B Volet innovation commerciale

- B.1 Survol
- B.2 Objectifs
- B.3 Quoi de neuf?

Section C Exigences générales pour les magazines imprimés et périodiques numériques

- C.1 Résultats prévus
- C.2 Niveaux de financement
- C.3 Évaluation du projet
- C.4 Échéance
- C.5 Sous-volets

Section D Critères d'admissibilité

- D.1 Maisons d'édition
 - D.1.2 Publications
 - D.1.3 Périodiques non admissibles
 - D.1.4 Projets et dépenses admissibles
- D.2 Processus de demande
 - D.2.1 Échéance
 - D.2.2 Demandes à plus d'un volet du FCP
 - D.2.3 Directives sur les demandes
 - D.2.4 Documents requis pour votre demande

Section E Dispositions du ministère du patrimoine canadien et le programme

- E.1 Renseignements supplémentaires et demandes approuvées
- E.2 Changements touchant une maison d'édition ou une publication
- E.3 Reconnaissance du financement
- E.4 Pouvoir discrétionnaire et décisions du ministre
- E.5 Évaluation du programme
- E.6 Vérifications des projets
- E.7 Divulgence d'information au gouvernement du Canada
- E.8 Renseignements susceptibles d'être rendus publics
- E.9 Demandes d'accès à l'information
- E.10 Protection des renseignements personnels
- E.11 Langues officielles

Section F Définitions



Section A Fonds du Canada pour les périodiques

A.1 Survol

Le Fonds du Canada pour les périodiques (FCP) offre un appui financier à des magazines imprimés, des journaux non quotidiens et des périodiques numériques canadiens pour leur permettre de surmonter les désavantages du marché.

Nota : Les mots soulignés sont définis à la [section F du Guide du demandeur](#) ou liés à un formulaire.

A.2 Objectif

Faire en sorte que les Canadiens aient accès à des magazines imprimés, journaux non quotidiens imprimés et périodiques numériques ayant une diversité de contenu canadien.

A.3 Volets du programme

Le financement qu'assure le FCP est versé au moyen de trois volets :

- **Aide aux éditeurs** : assure un financement aux magazines et aux journaux non quotidiens canadiens imprimés admissibles.
- **Innovation commerciale** : finance les projets de petites et moyennes maisons d'édition de [magazines](#) imprimés et de [périodiques numériques](#).
- **Initiatives collectives** : finance les projets d'organismes visant à accroître la viabilité globale des industries canadiennes de magazines et de journaux non quotidiens.

Ce guide traite uniquement du volet Innovation commerciale. Pour en savoir plus sur les volets [Aide aux éditeurs](#) et [Initiatives collectives](#), consultez le site suivant : www.pch.gc.ca/fcp.

A.4 Pour nous joindre

Fonds du Canada pour les périodiques
Innovation commerciale
Ministère du Patrimoine canadien
25, rue Eddy, 25-8-U
Gatineau (Québec)
K1A 0M5

Téléphone : 1-866-811-0055 (numéro sans frais au Canada)

ATME : 1-888-997-3123 (numéro sans frais au Canada)

Télécopieur : 819-994- 3154

Courriel : fcp-cpf@pch.gc.ca

Site Web : www.pch.gc.ca/fcp

Section B Volet innovation commerciale

B.1 Survol

Le volet Innovation commerciale (IC) offre un appui aux projets de petites et moyennes maisons d'édition de [magazines](#) imprimés et de [périodiques numériques](#) admissibles. Ce volet encourage l'adaptation aux fluctuations du marché grâce à l'innovation et contribue à la diversité du contenu recherchée par les lecteurs canadiens.

Le volet IC investira dans les projets qui permettront d'accroître la diffusion d'un périodique ainsi que ses recettes publicitaires et sa visibilité, de renforcer la viabilité financière ou de faciliter le développement commercial et professionnel des petites et moyennes maisons d'édition canadiennes de périodiques admissibles.

B.2 Objectifs

Les objectifs globaux du volet IC sont :

- d'appuyer l'innovation et le recours aux nouvelles technologies;
- de renforcer la viabilité financière des petits et moyens magazines imprimés et périodiques numériques canadiens;
- d'accroître l'accès au marché des magazines imprimés et des périodiques numériques canadiens à diffusion faible et moyenne;
- d'encourager la formation de la nouvelle génération de professionnels canadiens de l'édition de périodiques;
- d'accroître la diversité des titres et du [contenu rédactionnel canadien](#) offerts aux lecteurs et aux annonceurs.

B.3 Quoi de neuf?

Le format du Guide du demandeur Innovation commerciale 2015-2016 a été changé afin de réduire le nombre de pages et d'offrir une utilisation plus conviviale. Les versions antérieures du guide comprenaient des sections distinctes pour les critères liés aux magazines imprimés et aux périodiques numériques. Ces deux sections ont été fusionnées et les critères pour chacun de ces sous-volets ont été mis en évidence. En outre, les définitions qui ne sont plus nécessaires ont été supprimées.

Section C Exigences générales pour les magazines imprimés et périodiques numériques

Les projets seront pris en compte s'ils explorent de nouvelles technologies, de nouveaux modèles d'affaires ou s'il s'agit d'une nouvelle initiative que le demandeur n'a jamais entreprise.

Le volet IC investira dans des projets s'appuyant sur une recherche appropriée et comportant des activités qui démontrent clairement des objectifs réalistes et des résultats attendus mesurables. Les projets doivent être détaillés et précis pour ce qui est des échéanciers, des activités, des produits et des coûts et s'appuyer sur un plan d'affaires, un plan de commercialisation ou une étude de marché.

Si aucun de ces documents n'est mis à disposition, le volet IC considérera l'étude de marché ou l'élaboration d'un plan d'affaires ou de commercialisation comme un premier projet.

Les demandes soumises en 2015-2016 au sous-volet IC pour les périodiques numériques seront prises en considération même si ces documents ne sont pas mis à disposition. Les périodiques numériques font partie d'un domaine émergent. Pour cette raison, Patrimoine canadien accepte qu'ils ne disposent pas nécessairement d'un plan d'affaires, d'un plan de commercialisation ou d'une étude de marché.

C.1 Résultats prévus

Les résultats prévus du projet doivent respecter l'objectif du FCP et au moins un des objectifs du volet IC.

C.2 Niveaux de financement

Le financement du FCP peut représenter jusqu'à 75 % des coûts totaux admissibles du projet pour un maximum de 25 000 \$ par périodique, par [exercice financier](#).

Le montant maximal est établi comme suit :

- 10 000 \$ pour un plan d'affaires;
- 15 000 \$ pour un plan de commercialisation ou une étude de marché;
- 25 000 \$ pour tout autre type de projet.

Le financement gouvernemental canadien maximal (fédéral, provincial, territorial et municipal), n'excédera pas 75 % du coût total du projet.

Nota : Les bénéficiaires ne peuvent recevoir de fonds dans le cadre de ce volet pour le même type de projet durant plus de deux années consécutives. En ce qui concerne les plans d'affaires, les plans de commercialisation ou les études de marché, du financement sera mis à disposition pour les mises à jour au plus tous les quatre ans.

C.3 Évaluation du projet

Chaque demande sera vérifiée et évaluée afin de s'assurer de sa conformité aux exigences du programme et aux politiques gouvernementales et de garantir l'uniformité et la transparence du processus et la meilleure utilisation des fonds publics. Toutes les propositions de projet seront évaluées au mérite. Le fait de satisfaire aux critères d'admissibilité ne garantit pas le financement d'un projet.

Nota :

- **Tout projet débuté avant l'approbation de Patrimoine canadien est entrepris aux risques du demandeur.**
- **Les projets à durée maximale de 12 mois sont privilégiés.**

C.4 Échéance

Il n'y a pas de date limite pour soumettre une demande de financement aux volets IC pour les magazines imprimés et périodiques numériques du Fonds du Canada pour les périodiques. Il est recommandé de soumettre vos demandes au moins quatre mois avant la date de début du projet.

C.5 Sous-volets

Le financement vise :

- les [magazines imprimés](#); – Ce sous-volet offre du financement aux magazines disponibles en version imprimée, qui peuvent aussi avoir une version numérique, tel qu'un site Web ou une application mobile;
- les [périodiques numériques](#); – Ce sous-volet offre du financement aux magazines qui sont disponibles uniquement en version numérique.

Section D Critères d'admissibilité

D.1 Maisons d'édition

Critères communs : Magazines imprimés et périodiques numériques

Une maison d'édition et ses [sociétés affiliées](#) doivent :

- a) exploiter leur entreprise tout au long du processus de demande et jusqu'à la fin du projet;
- b) être majoritairement [détenues et contrôlées par des Canadiens](#);
- c) être des entités du secteur privé, y compris des sociétés, des organismes à but non lucratif, des sociétés de personnes et des entreprises à propriétaire unique;
- d) avoir son lieu d'affaires principal au Canada;
- e) avoir, pour tous les magazines imprimés publiés, un total de diffusion moyenne par numéro ne dépassant pas 45 000 exemplaires au cours de la période de référence de douze (12) mois ([tel que déclaré à la partie G4.1 de l'annexe A1](#)).

Périodiques numériques seulement

- f) Si le demandeur ne publie pas de magazines imprimés : avoir un revenu total, uniquement pour le périodique numérique pour lequel il fait une demande, n'excédant pas 500 000 \$ ([tel que déclaré de l'annexe A2](#)).

D.1.2 Publications

Critères communs : Magazines imprimés et périodiques numériques

Tout périodiques doit :

- a) être rédigée, conçue, assemblée et publiée au Canada ainsi qu'avoir terminé au moins un cycle complet de publication de douze mois, sans interruption, avant la présentation de la demande;
- b) être publiée au moment de présenter la demande, tout au long du processus de demande et jusqu'à la fin d'un projet approuvé;
- c) contenir une moyenne d'au moins 80 % de [contenu rédactionnel canadien](#) dans les numéros publiés durant la période de déclaration;
- d) avoir une moyenne d'au plus 70 % de [publicités](#) pour tous les numéros publiés au cours de la période de déclaration. Pour calculer le contenu publicitaire, on déterminera le pourcentage que représente l'ensemble des publicités par rapport au total des pages publiées. Veuillez vous référer à la [partie E20 de l'annexe A1](#) pour effectuer le calcul;

Critères distincts : Magazines imprimés et périodiques numériques

| Magazines imprimés seulement | Périodiques numériques seulement |
|---|--|
| e) être un magazine imprimé dont les numéros paraissent sous un même titre, suivant des dates ou des numéros consécutifs à une fréquence de 2 à 56 numéros par an, y compris les numéros spéciaux ; | f) être publié ou mis à jour régulièrement, au moins deux fois par an; |
| g) avoir une diffusion payée ou une diffusion sur demande d'au moins 50 %; | h) avoir un contenu rédactionnel principalement original (plus de 50 %); |
| <p>i) les abonnements des magazines à diffusion payée doivent être vendus selon l'un des deux prix suivants :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. un prix d'abonnement minimal moyen de 12 \$ par année; ou 2. un prix d'abonnement minimal moyen de 1 \$ par exemplaire. <p>Et</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Les exemplaires à l'unité ou en kiosque doivent être vendus à un prix moyen minimal de 1 \$ par exemplaire. 2. Les prix doivent paraître sur la page couverture ou dans le bloc-générique du magazine. | j) présenter un bloc-générique , clairement affiché ou un équivalent et disposer d'une adresse URL valide et propre au périodique; |
| k) avoir une diffusion moyenne d'au moins 250 et d'au plus 45,000 exemplaires par numéro. Veuillez vous référer à la partie G2 de l'annexe A1 | l) maintenir une fonction rédactionnelle, où le nom du rédacteur en chef est affiché et présenter un contenu rédactionnel rédigé par plus d'une personne; |
| | m) avoir un flux de rentrées relatif à son périodique, p. ex. des abonnements, des ventes publicitaires, des dons; |
| | n) maintenir un type de diffusion, parmi les suivants, pendant 6 mois: <ol style="list-style-type: none"> 1. service d'abonnement payé : maintenir en moyenne 500 abonnés; 2. service de courriel : maintenir en moyenne 2 000 destinataires enregistrés de courriels; |

| | |
|--|---|
| | 3. service de libre-accès : maintenir en moyenne 5 000 visiteurs uniques par mois . |
| | o) NE PAS être disponible en version imprimée. |

**Exceptions pour les magazines imprimés et les périodiques numériques
(contenu rédactionnel canadien)**

- p) Les [périodiques ethnoculturels](#) doivent contenir une moyenne d'au moins 50 % de [contenu rédactionnel canadien](#) dans les numéros publiés durant la période de déclaration;

**Exceptions pour les magazines imprimés
(diffusion payée et diffusion sur demande)**

- q) Les [magazines autochtones](#), [ethnoculturels](#), [de langue officielle en situation minoritaire](#) et les périodique pour les communautés [gaie, lesbienne, bisexuelle et transgenre \(GLBT\)](#) ne sont pas tenus de contenir 50% de [diffusion payée](#) ou sur [demande](#). Veuillez vous référer à la partie [F de l'annexe A1](#) pour effectuer le calcul.

D.1.3 Périodiques non admissibles

Parmi les périodiques non admissibles, mentionnons :

- a) les [journaux](#) (quotidiens et non quotidiens), les magazines produits sur des feuilles mobiles, les magazines gratuits, les périodiques numériques publiés par des éditeurs de journaux quotidiens, des éditeurs de livres ou des radiodiffuseurs;
- b) les [bulletins d'information](#);
- c) les magazines produits par ou pour un organisme dont le but principal est de faire rapport sur ses activités ou la promotion de ses intérêts lorsque son activité principale n'est pas l'édition de périodiques;
- d) les magazines ou périodiques numériques produits aux termes d'un contrat par un organisme non canadien pour le compte d'un client canadien ou produits aux termes d'un contrat par un organisme canadien pour un client non canadien;
- e) les magazines ou périodiques numériques produits par ou pour un organisme qui assure la prestation de biens ou de services lorsque le but principal du magazine est de faciliter la vente de ces biens ou services ou d'en faire la promotion;
- f) les [périodiques d'associations professionnelles](#);
- g) les magazines ou périodiques numériques produits par ou pour un gouvernement, une société d'État ou un organisme gouvernemental;
- h) les magazines dont le contenu rédactionnel est essentiellement reproduit ou répété d'un numéro actuel ou précédent du même magazine ou de d'autres publications;
- i) les magazines ou périodiques numériques dont le contenu rédactionnel est composé dans une proportion de plus de 50 % des contenus suivants, pris isolément ou ensemble: [listes](#), catalogues, magalogues, répertoires, guides,

- rapports financiers, horaires, calendriers, échéanciers, bandes dessinées, dessins humoristiques, casse-tête, jeux et horoscopes; et
- j) les magazines ayant un [contenu offensant](#) de l'avis du ministère du Patrimoine canadien;
 - k) les périodiques numériques qui sont aussi publiés en version imprimée.

D.1.4 Projets et dépenses admissibles

Les dépenses admissibles doivent être directement liées au projet et peuvent être en espèces ou [en nature](#). Toute dépense qui n'est pas directement liée au projet est considérée non admissible, incluant les dépenses opérationnelles et les coûts de production permanents du magazine. En outre, les dépenses non admissibles comprennent les frais d'accueil et les prix d'incitation offerts dans les concours, les tirages ou d'autres campagnes d'abonnement. Les frais de déplacement, incluant les frais d'hébergement et les indemnités quotidiennes doivent se conformer aux [indemnités approuvées par le Secrétariat du Conseil du Trésor](#).

On accordera la priorité aux projets qui présentent une ou plusieurs des caractéristiques suivantes:

- promeuvent et accroissent l'accès au contenu traitant de l'histoire du Canada plus spécifiquement, ceux liés à Route vers 2017
[:http://canada150.gc.ca/fra/1344275520795/1344275731901](http://canada150.gc.ca/fra/1344275520795/1344275731901)

Nota : veuillez écrire « HISTOIRE » en lettres majuscules à côté du titre de votre projet dans la case 1 de l'annexe B1-B2, et veuillez assurer que tous les éléments ou activités liés à l'histoire sont indiqués clairement dans la description du projet à la case 3 de l'annexe B1-B2.

La liste ci-dessous comporte des exemples, sans s'y limiter.

| Catégorie de projets | Dépenses admissibles |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Activités promotionnelles, par ex. des salons professionnels ou des événements spéciaux. | <ul style="list-style-type: none"> • Coûts liés à la production de matériel promotionnel, aux honoraires d'experts-conseils, aux salaires, aux frais de voyages (classe économique), aux frais de location des lieux où se tiennent ces événements, aux frais de location de kiosques, etc. *Nota : Les frais d'accueil et les prix incitatifs ne sont pas admissibles. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Publicité (incluant le commerce électronique). | <ul style="list-style-type: none"> • Les coûts liés à l'achat de publicités imprimées, à la radio, à la télévision, en ligne ainsi que les frais liés aux campagnes d'envois directs par la poste et d'utilisation de présentoirs du kiosque à |

| | |
|---|---|
| | journaux |
| <ul style="list-style-type: none"> • L'élaboration d'un plan d'affaires, d'un plan de commercialisation ou d'une étude de marché, p. ex. des sondages auprès des lecteurs. | <ul style="list-style-type: none"> • Salaires, frais d'experts-conseils, etc. |
| <ul style="list-style-type: none"> • La mise à jour d'un site Web, la création d'une nouvelle image de marque ou de re-design d'un site Web. | <ul style="list-style-type: none"> • Les coûts reliés à la création et à l'amélioration d'un site Web, logiciels spécialisés, honoraires d'experts-conseils ou salaires, etc. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Accroître l'accès au contenu par l'entremise de technologies mobiles. | <ul style="list-style-type: none"> • Logiciels spécialisés, honoraires d'experts-conseils, salaires, ou frais de développement d'application mobile, etc. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Accroître la capacité du demandeur notamment la création personnalisée de logiciels et de perfectionnement professionnel. | <ul style="list-style-type: none"> • Les frais d'inscription aux conférences, ateliers, formations, honoraires d'experts-conseils, salaires, achat de logiciels spécialisés, etc. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Numérisation. | <ul style="list-style-type: none"> • Logiciels spécialisés, honoraires d'experts-conseils, salaires, etc. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Nouvelle image ou design d'un magazine. | <ul style="list-style-type: none"> • Honoraires d'experts-conseils, logiciels spécialisés, design, etc. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Numéros spéciaux, publications d'intérêt spécialisé, offres de nouveau contenu électronique ou imprimé. | <ul style="list-style-type: none"> • Pigistes, salaires, logiciels spécialisés, design, etc. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Commerce électronique. | <ul style="list-style-type: none"> • Ajout de fonctions liées au commerce électronique p. ex. mécanisme de péage, abonnements en ligne, achat de numéros antérieurs, vente de produits connexes, etc. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Général | <ul style="list-style-type: none"> • Coûts généraux liés au projet, p. ex. les frais d'appels interurbains, les télécopies, les photocopies, les frais de messagerie, les frais d'expert-comptable et autres dépenses, jusqu'à 10 % du total des dépenses admissibles. |

Nota : Le salaire versé à une personne qui travaille directement à un projet doit être considéré comme une contribution en espèces. Le montant devrait être calculé proportionnellement au temps que l'employé consacre réellement au projet. Un vérificateur doit être en mesure d'examiner toute demande au titre des salaires et du temps. Il est fortement recommandé aux bénéficiaires qui prévoient demander le remboursement de salaires de mettre en place un système permettant de retracer ces

coûts, par exemple des feuilles de temps détaillées. Le bénévolat est considéré comme une dépense en nature.

D.2 Processus de demande

D.2.1 Échéance

Il est recommandé de soumettre votre demande au moins quatre mois avant la date de début du projet. Tout projet débuté avant l'approbation de Patrimoine canadien est entrepris aux risques du demandeur.

D.2.2 Demandes à plus d'un volet du FCP

Les maisons d'édition peuvent faire une demande aux volets Aide aux éditeurs et Innovation commerciale et, si elles sont retenues, recevoir un appui financier durant le même exercice financier.

D.2.3 Directives sur les demandes

Lisez attentivement le Guide du demandeur, y compris les [définitions](#) pour vous assurer que vous répondez aux critères d'admissibilité de la maison d'édition et du magazine.

Assurez-vous que le formulaire de demande, la proposition de projet et les documents pertinents sont dûment remplis et que le formulaire de demande porte la signature originale du demandeur. Conservez une copie de tous les documents pour vos dossiers.

Le défaut d'information ou de documents peut donner lieu au fait que votre demande de financement ne soit pas prise en considération.

Si vous avez des questions, n'hésitez pas à communiquer avec un [représentant du volet IC](#).

D.2.4 Documents requis pour votre demande

Formulaire de demande

- Formulaire de demande – volet IC du FCP pour les magazines imprimés – [annexe A1](#) ou pour les périodiques numériques – [annexe A2](#).

Ce formulaire signé fait partie d'une demande complète et le programme l'exige pour ouvrir officiellement un dossier de demande de financement.

Renseignements sur le projet

Autres formulaires à remplir et outils à votre disposition sur le site Web du FCP :

- a) Proposition de projet pour magazines imprimés – [annexe B1](#) ou périodiques numériques – [annexe B2](#);
- b) État détaillé des dépenses et des recettes du projet et montant demandé au FCP ([annexes C](#) et [D](#)). Pour les projets s'échelonnant sur deux exercices financiers, fournir l'information par exercice financier.

Autres documents requis

| Magazines imprimés seulement | Périodiques numériques seulement |
|---|---|
| <p>a) <u>Plan d'affaires, plan de commercialisation ou étude de marché</u></p> <p>Le volet IC investira dans des projets s'appuyant sur une recherche appropriée et comportant des activités qui démontrent clairement des objectifs réalistes et des résultats attendus mesurables. Les projets doivent être détaillés et précis pour ce qui est des échéanciers, des activités, des produits et des coûts et s'appuyer sur un plan d'affaires, un plan de commercialisation ou une étude de marché.</p> <p>Si aucun de ces documents n'est mis à disposition, le volet IC considérera l'étude de marché ou l'élaboration d'un plan d'affaires ou de commercialisation comme un premier projet.</p> | <p>b) <u>Accès illimité aux périodiques numériques et explication détaillée de la méthode de calcul du contenu canadien des périodiques numériques</u></p> <p>Les périodiques numériques doivent être totalement accessibles au programme afin de déterminer l'admissibilité. De plus, les périodiques numériques doivent fournir au programme une explication claire du pourcentage du contenu canadien, tel que déclaré dans la partie E19 du formulaire de demande – annexe A2.</p> |
| <p>c) <u>Numéro annoté du magazine imprimé</u></p> <p>Comment annoter le contenu d'un numéro :</p> <p>Sur le dernier numéro régulier de l'année financière, les demandeurs doivent indiquer, à l'aide d'un MARQUEUR NOIR, le type de contenu de chaque page et fraction de page en utilisant les codes suivants :</p> <p>C – Contenu rédactionnel canadien É – Contenu rédactionnel étranger P – Publicité N – Pages non génératrices de recettes</p> <p>Calculez le nombre de pages pour chaque type de contenu, en arrondissant au chiffre entier le plus</p> | <p>d) <u>États financiers de la maison d'édition</u></p> <p>Le demandeur doit fournir les renseignements financiers concernant le magazine ainsi que les plus récents états financiers complets de la maison d'édition des deux dernières années au niveau de vérification le plus élevé possible, couvrant la période de déclaration indiquée dans la section D1 du formulaire de demande du volet IC. Les états financiers demandés doivent se situer à l'un des niveaux de vérification suivants :</p> <ol style="list-style-type: none"> vérifiés; rapport de mission d'examen; avis au lecteur; rapport financier préparé à |

| | |
|--|------------------|
| <p>près. Inscrivez le résultat de chaque type de contenu dans la section E de l'annexe A1 – Formulaire de demande du volet IC.</p> | <p>l'interne</p> |
| <p>e) <u>États financiers de la maison d'édition</u></p> <p>Le demandeur doit fournir les renseignements financiers concernant le magazine ainsi que les plus récents états financiers complets de la maison d'édition des deux dernières années au niveau de vérification le plus élevé possible, couvrant la période de déclaration indiquée dans la section D1 du formulaire de demande du volet IC. Les états financiers demandés doivent se situer à l'un des niveaux de vérification suivants :</p> <ol style="list-style-type: none"> a) vérifiés; b) rapport de mission d'examen; c) avis au lecteur; d) rapport financier préparé à l'interne. | |
| <p>f) <u>Information sur la diffusion</u></p> <p>Les magazines imprimés doivent soumettre, par exemple, un rapport de diffusion ou des factures d'impression. Ces documents doivent appuyer l'information sur la diffusion indiquée à la section E1 et couvrir la période de déclaration indiquée à la section D2 du formulaire de demande du volet IC – annexe A1. Les compilations ou sommaires au lieu de rapports de diffusion ne sont pas acceptés.</p> <p>Le Fonds du Canada pour les périodiques accepte les rapports des organismes de vérification de la diffusion suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Canadian Circulations Audit Board, division of BPA Worldwide</i> • <i>Alliance for Audited Media</i> | |

| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• <i>Canadian Community Newspapers Association / Canadian Media Circulation Audit</i> | |
|---|--|

Nota : Le FCP se réserve le droit de demander en tout temps des renseignements supplémentaires ou des clarifications.

Information sur les lecteurs

Les périodiques numériques doivent fournir l'un des documents suivants pour appuyer la diffusion indiquée à la [section G](#) du formulaire de demande :

| Modèle d'entreprise | Diffusion mesurée | Document d'appui |
|----------------------------|---|--|
| Service d'abonnement payé | Nombre moyen d'abonnés pendant six mois. | Déclaration de la section G2 de l' annexe A2 . Les demandeurs doivent conserver une copie de la liste des abonnés durant cinq ans en cas de vérification par le programme. |
| Service par courriel | Nombre moyen de destinataires enregistrés pendant six mois. | Déclaration de la section G4 de l' annexe A2 . Les demandeurs doivent conserver une copie de la liste de destinataires de courriels durant cinq ans en cas de vérification par le programme. |
| Service libre accès | Nombre moyen de visiteurs uniques par mois sur une période de six mois. | Rapport valide préparé à l'aide d'un outil de vérification en ligne comme Google Analytics (gratuit), Web Trends, un organisme de vérification ou un autre outil jugé acceptable par le programme. Il faut s'assurer que le nombre total de lecteurs ne tient pas compte des adresses de protocole Internet internes ni du trafic des robots de recherche. Patrimoine canadien se réserve le droit de refuser un rapport qu'il juge inacceptable. |

Section E Dispositions du ministère du patrimoine canadien et le programme

E.1 Renseignements supplémentaires et demandes approuvées

Le FCP se réserve le droit de demander en tout temps des renseignements supplémentaires ou des clarifications. Si votre demande est approuvée, vous recevrez tous les détails sur les conditions de votre financement, et on pourrait vous demander de signer un accord précisant les conditions à remplir.

E.2 Changements touchant une maison d'édition ou une publication

Les demandeurs et les bénéficiaires doivent immédiatement aviser le FCP si un ou plusieurs des changements suivants se produisent :

- nom de la maison d'édition;
- titre du périodique;
- Le périodique cesse d'être publié ou passe au format numérique;
- insolvabilité — cession en faillite;
- la vente du périodique de la maison d'édition : Si des parts ou des biens du périodique ou de la maison d'édition sont vendus, fusionnés ou transférés de toute autre manière, entraînant un changement de propriétaire pour le périodique ou la maison d'édition en question, les procédures suivantes s'appliquent :
 - Le Ministère doit être avisé avant la conclusion de la transaction, et ce, afin de déterminer si le nouveau périodique et le nouveau propriétaire demeurent admissibles.
 - Le cas échéant, il incombe entièrement aux parties de s'entendre sur la valeur des biens à vendre, ce qui comprend tout type d'appui financier reçu de la part du Ministère.
 - Le propriétaire actuel devra envoyer une copie du contrat de vente au Ministère. Le contrat devra préciser l'intention des deux parties quant à l'appui financier.
 - Au besoin, les maisons d'édition devront signer un accord de cession et de prise en charge, et le nouveau propriétaire devra démontrer que la maison d'édition est la propriété de Canadiens et sous contrôle canadien. Sinon, le bénéficiaire ne sera plus admissible au FCP.

L'ensemble ou une partie de l'appui financier devra être remboursé si le bénéficiaire cesse d'être admissible durant l'exercice 2015-2016.

E.3 Reconnaissance du financement

Les bénéficiaires doivent reconnaître publiquement, en anglais et en français, le soutien financier du gouvernement du Canada dans tous les documents de communication et les activités promotionnelles liés à l'accord de financement, tels que dans les publicités, les documents de promotion et de programmes, les annonces publiques, les discours, les sites web, les médias sociaux, etc. Les exigences du Ministère pour la reconnaissance publique de l'appui financier ont été mises à jour en 2014 et font dorénavant partie des accords de financement.

Le [Guide sur la reconnaissance publique de l'appui financier](#) du ministère aidera les bénéficiaires à se conformer aux exigences décrites dans l'accord de financement.

E.4 Pouvoir discrétionnaire et décisions du ministre

Les critères d'admissibilité et les lignes directrices du FCP ne limitent pas le pouvoir discrétionnaire du ministre du Patrimoine canadien. Les décisions du ministre quant à l'admissibilité et au financement des demandeurs sont finales.

E.5 Évaluation du programme

Le Ministère effectuera des évaluations périodiques du FCP. Pendant une évaluation, les bénéficiaires doivent fournir tous les registres, les documents ou d'autres renseignements nécessaires à l'évaluation.

E.6 Vérifications des projets

Patrimoine canadien mène des vérifications sur un échantillon de demandes acceptées chaque année et en assume les coûts. Le cas échéant, les bénéficiaires doivent fournir tous les registres, les documents ou les autres renseignements nécessaires à la vérification. Les bénéficiaires doivent conserver pendant au moins cinq ans les pièces justificatives liées aux renseignements fournis dans tous les formulaires de demande. S'il est démontré qu'un bénéficiaire a fourni des renseignements faux ou non soutenus par des pièces justificatives, il pourrait devoir rembourser le plein montant de l'appui financier accordé et être déclaré non admissible au FCP pour les deux prochains [exercices financiers](#) ou une plus longue période.

E.7 Divulgence d'information au gouvernement du Canada

En présentant une demande au FCP, les demandeurs autorisent le ministère du Patrimoine canadien à divulguer tout renseignement contenu dans leurs demandes au gouvernement du Canada ou à des entités à l'extérieur du gouvernement aux fins suivantes : pour prendre une décision touchant une demande, pour gérer et surveiller la mise en œuvre du projet et/ou pour évaluer les résultats du projet et du programme une fois le projet terminé.

Tout renseignement fourni dans une demande pourrait également être divulgué afin de prendre une décision au sujet de toute autre demande de financement du demandeur dans le cadre d'un autre programme de Patrimoine canadien. Des données peuvent aussi être transférées à Statistique Canada à des fins statistiques.

E.8 Renseignements susceptibles d'être rendus publics

Lorsqu'un financement est approuvé, le montant accordé à chacune des périodes, la raison pour laquelle il est accordé et le nom du bénéficiaire peuvent être portés à la connaissance du public. Ces renseignements peuvent être divulgués sans consulter le bénéficiaire et peuvent donc être affichés sur le site Web du FCP ou divulgués dans des documents publics produits par Patrimoine canadien.

E.9 Demandes d'accès à l'information

Si une demande d'accès à l'information est soumise relativement à une demande de financement ou à tout autre document que possède le Ministère au sujet d'une maison d'édition, l'information fournie au Ministère sera traitée conformément à la *Loi sur l'accès à l'information* et à la *Loi sur la protection des renseignements personnels*.

E.10 Protection des renseignements personnels

Vos renseignements personnels sont protégés aux termes de la *Loi sur la protection des renseignements personnels*. Seuls les renseignements nécessaires au fonctionnement du FCP et à la mesure de ses résultats seront demandés. La collecte et l'utilisation des renseignements personnels pour ce programme sont autorisées par la *Loi sur le ministère du Patrimoine canadien*, et sont requises pour votre participation.

E.11 Langues officielles

Si le financement est approuvé, le demandeur doit s'assurer que ses communications avec le public et les services qu'il lui offre sont fournis dans les deux langues officielles du Canada, conformément à l'esprit et à l'intention de la [*Loi sur les langues officielles*](#).

Section F Définitions

Les mots soulignés dans ce guide sont définis ci-dessous.

Abonné

Personne qui, en toute connaissance de cause, a payé ou s'est engagée à payer un abonnement à un périodique qui sera livrée pendant une période spécifique.

Année financière (de la maison d'édition)

Fait référence à l'année financière de la maison d'édition, qui consiste en une période comptable de 12 mois consécutifs.

Bloc-générique

Section d'un périodique donnant de l'information sur le personnel, l'éditeur et le comité de rédaction et qui fournit les coordonnées du périodique.

Bulletin d'information (pour les magazines imprimés)

Un magazine recueillant six points ou plus sur l'échelle suivante est un bulletin d'information et n'est pas admissible au volet IC.

| Caractéristiques | | Points |
|-------------------------|---|---------------|
| 1. | Pas de page couverture – les articles commencent immédiatement | 2 |
| 2. | Non relié | 2 |
| 3. | Moins de 20 pages | 2 |
| 4. | Pas de table des matières | 1 |
| 5. | Pas de liste des auteurs | 1 |
| 6. | Pas de bloc-générique complet | 1 |
| 7. | Pas de chronique éditoriale régulière ni de courrier des lecteurs | 1 |
| 8. | Partie d'une série (volumes) | 1 |
| | Total | /11 |

Contenu offensant

Périodiques ou projets qui, de l'avis du ministère du Patrimoine canadien, contiennent du matériel ou font la promotion de matériel qui :

- constitue de la propagande haineuse, est obscène, constitue de la pornographie infantile ou est illégal de toute autre manière, tel que le définit le *Code criminel*;
- constitue de la pornographie ou tout autre matériel à caractère sexuel notoire, à moins que des visées éducatives ou d'autres motifs similaires prépondérants ne soient démontrés;
- contient de la violence excessive ou gratuite;
- dénigre un groupe identifiable; ou
- contient tout autre contenu offensant de nature semblable.

Contenu rédactionnel

L'espace d'un périodique à l'exception de la publicité et des pages non productrices de recettes, qui est constitué de textes, de photographies, d'éléments graphiques et d'illustrations. Pour des renseignements supplémentaires, voir la définition de contenu rédactionnel canadien.

Contenu rédactionnel canadien

Contenu rédactionnel (texte et images) créé ou traduit par un citoyen canadien ou résident permanent du Canada au sens de la *Loi sur l'immigration et la protection des réfugiés*. Le contenu rédactionnel traduit par un citoyen ou un résident permanent du Canada au sens de la *Loi* sera considéré comme étant du contenu canadien si le contenu rédactionnel est traduit dans une des deux langues officielles. Nota : la traduction ne modifie pas la nature du contenu rédactionnel.

Contenu rédactionnel étranger

Contenu rédactionnel (texte et images) créé ou traduit par une personne qui n'est pas un citoyen canadien ou un résident permanent du Canada au sens de la *Loi sur l'immigration et la protection des réfugiés*. Si le créateur ou le traducteur sont inconnus ou si leur citoyenneté ne peut pas être déterminée, le contenu rédactionnel est réputé être étranger.

Contribution en nature

La contribution au projet, par un particulier, une entreprise ou un organisme, de matériel, de biens, de services ou de temps qui ferait autrement partie des dépenses obligatoires. Bien que les contributions en nature soient calculées en tant que dépenses admissibles, elles ne sont pas financées par le programme. Pour être admissible, la contribution en nature doit être essentielle au succès du projet, sinon l'achat serait effectué et payé par le demandeur. Le demandeur doit aussi en indiquer la juste valeur marchande; par exemple, si le demandeur peut normalement bénéficier d'un tarif préférentiel pour des biens ou des services, la juste valeur marchande est calculée à partir de ce tarif préférentiel, et non à partir du tarif normal.

Nota :

- Patrimoine canadien se réserve le droit de limiter le montant déclaré au titre des contributions en nature ou d'obtenir une évaluation indépendante afin de déterminer la valeur des contributions en nature.
- Le salaire versé à une personne qui travaille directement à un projet doit être considéré comme une contribution en espèces.

Coût des biens vendus

C'est la valeur du début de l'inventaire plus tous les achats moins la valeur de la fin de l'inventaire.

Destinataire enregistré de courriel

Personne à qui un message est directement envoyé par courriel et qui a précédemment accepté de le recevoir.

Diffusion commanditée

Exemplaires achetés par un commanditaire en vue de leur distribution à des consommateurs ciblés afin d'augmenter le lien d'affaires avec ces derniers.

Diffusion contrôlée

Exemplaires distribués gratuitement sur une base régulière à des consommateurs choisis par l'éditeur.

Diffusion sur demande (exemplaires admissibles)

Exemplaires de magazines non payés qui sont adressés individuellement aux bénéficiaires qui en ont fait la demande directement à une maison d'édition par écrit, par téléphone, par courriel ou par télécopieur. Les demandeurs qui se classent sous la diffusion sur demande directe doivent toujours fournir un rapport de diffusion de 12 mois provenant d'un organisme de vérification de la diffusion accepté par le FCP.

Diffusion gratuite

Exemplaires distribués gratuitement.

Diffusion payée

Exemplaires d'un magazine vendu par abonnement ou vendu à l'unité/en kiosque et exemplaires commandités vendus.

Exercice financier (du gouvernement)

Fait référence à l'exercice financier du gouvernement fédéral, qui commence le 1^{er} avril d'une année et se termine le 31 mars de l'année suivante.

Fonction rédactionnelle/édité au Canada

La commande de matériel rédactionnel et d'illustrations, 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 la publication doivent être effectués au Canada.

Intervalles réguliers

Qui est publié selon un calendrier établi.

Journal (pour les magazines imprimés)

Un magazine imprimé recueillant six points ou plus sur l'échelle est un journal et n'est pas admissible au volet IC.

| Caractéristiques | | Points |
|-------------------------|--|---------------|
| 1. | Grand format, format tabloïd ou format surdimensionné (plus grand que 8-1/2 x 11 pouces) | 2 |
| 2. | Non relié | 3 |
| 3. | Imprimé sur tout type de papier journal | 1 |
| 4. | S'identifiant comme un journal (quotidien ou non) | 1 |
| 5. | Page couverture subdivisée (articles, photos encadrées) | 1 |
| 6. | Publicité sur la page couverture | 1 |
| 7. | Divisé en sections régulières détachables (comme les nouvelles, les analyses, la section divertissement, les sports) | 1 |
| Total | | /10 |

Liste

Série de mots, de chiffres, de paragraphes, de photos ou d'autres éléments, qui peut comprendre des descriptions, des opinions ou des analyses. Exemples : résultats de la bourse, classements et résultats sportifs, horaires de télévision, descriptions de produits et descriptions de restaurants. L'ajout d'un classement par étoiles ou d'autres indicateurs à un texte descriptif ne constitue pas une opinion ou une analyse.

Magazine

Un magazine imprimé communément reconnu comme un magazine, qui est paginé et relié, paraît en numéros datés ou numérotés de façon consécutive et est publié sous un titre commun à intervalles réguliers, et peut posséder un Numéro international normalisé des publications en série (ISSN).

Numéro d'entreprise

Le numéro d'entreprise est un numéro d'identification unique de 9 chiffres attribué par l'Agence du revenu du Canada. Les entreprises à propriétaire unique, les sociétés de personnes, les sociétés, les fiducies et toutes les autres organisations doivent entrer leur numéro d'entreprise à la partie B du formulaire de demande, « Renseignements sur la maison d'édition » à la ligne B3. Pour plus de renseignements, consultez le site <http://www.cra-arc.gc.ca/tx/bsnss/tpcs/bn-ne/menu-fra.html>.

Numéro international normalisé des publications en série (ISSN)

Numéro normalisé de reconnaissance internationale qui identifie une publication de manière unique. Ce numéro est attribué par le Réseau ISSN.

Numéro spécial

Un numéro spécial :

- est publié à l'intérieur du cycle de publication régulier;
- porte sur un thème ou un sujet précis;
- a un titre et un Numéro international normalisé des publications en série (ISSN) identique à celui du périodique principal;
- a un coût compris dans le tarif d'abonnement du cycle de publication régulier.

Pages non génératrices de recettes

Toutes les pages autres que des [pages de publicité](#), de publicité réciproque ou en nature ou à contenu rédactionnel. Il peut s'agir de pages d'autopromotion, de pages offertes gratuitement à des organismes de bienfaisance locaux ou à des entreprises, de prestation de services en nature, etc. Les pages vierges sont considérées comme des pages non génératrices de revenus.

Périodique agricole

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

Périodique d'association professionnelle

Un périodique qui répond à toutes les conditions suivantes :

- appartient directement à une association;
- l'adhésion à l'association est nécessaire au maintien d'un statut professionnel reconnu par les lois fédérales ou provinciales;
- l'adhésion à l'association inclut le versement d'une cotisation professionnelle déductible aux termes du sous-alinéa 8(1)(i)(i) de la *Loi de l'impôt sur le revenu* fédérales.

Périodique autochtone

Périodique qui vise et concerne principalement les Premières Nations, les Inuits ou les Métis et leurs collectivités et qui répond à leur besoins.

Périodique ethnoculturel

Périodique principalement destinée ou consacrée à une collectivité culturelle ou raciale distincte communément reconnue ou à des groupes linguistiques utilisant d'autres langues que les langues officielles du Canada. Un périodique ethnoculturelle peut être publiée dans n'importe quelle langue.

Périodique GLBT

Périodique qui sert ou concerne principalement les communautés gaie, lesbienne, bisexuelle ou transgenre.

Périodique grand public

- Périodique destiné au public, de deux types : périodique d'intérêt général : traite de sujets généraux susceptibles d'intéresser tout le monde, p. ex. les nouvelles, l'histoire générale et le divertissement;
- périodique spécialisé : traite de sujets particuliers, comme les passe-temps, la cuisine, les sports ou de nombreux autres sujets. Il s'agit du type de périodique le plus courant.

Périodique de langue officielle en situation minoritaire

Périodique publiée en français ou en anglais dans une région du Canada où la langue et le contenu de la publication sont destinés et consacrés principalement à une collectivité de langue officielle en situation minoritaire, par exemple une collectivité francophone à l'extérieur du Québec ou une collectivité anglophone au Québec.

Périodique numérique

Un périodique numérique est un périodique dont le contenu rédactionnel est constitué principalement de textes, de photos et d'illustrations, qui est affiché sur un site Web, téléchargeable ou envoyé par courriel, publié à intervalles réguliers, qui se présente sous un titre commun et qui est géré par une fonction rédactionnelle, p. ex. rédacteur en chef.

Périodique religieux

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

Propriété et contrôle canadiens

Pour être admissible, une maison d'édition ou un périodique doivent être détenus et contrôlés 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 (voir ci-dessous);
- 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 sont détenus 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) ci-dessus; ou
- e) un organisme à but non lucratif dont au moins 51 % des membres et administrateurs sont des personnes visées aux alinéas a) ou b) ci-dessus.

Si, à un moment donné, une ou plusieurs personnes qui ne sont pas décrites dans l'un des paragraphes a) à e) de la présente définition de Canadien ont une influence directe ou indirecte au moyen d'une fiducie, d'un accord, de dispositions ou autrement et dont l'exercice entraînerait le contrôle de fait de la maison d'édition, celle-ci n'est pas reconnue comme une entreprise canadienne.

Publicité

- Inclut : les annonces de publicité payées, réciproques ou en nature et les publi-reportages.
- N'inclut pas : la publicité aux fins caritatives, la publicité de services publics, l'autopublicité, le bloc-générique ou les autres pages non productrices de recettes.

Rapport de diffusion

Rapport publié par un organisme de vérification de la diffusion accepté à propos du volume de la diffusion selon la source, les types de diffusion, les lieux et le prix de vente d'un magazine pendant une période donnée.

Revue d'affaires ou professionnelle

Périodique qui vise les travailleurs d'un domaine d'emploi spécifique, habituellement par diffusion sur demande. Également appelé revue de commerce, de commerce entre entreprises ou magazine professionnel.

Revue savante

Périodique destiné à des spécialistes qui présente les résultats de travaux de recherche dans un domaine spécifique visant à diffuser des connaissances.

Sociétés affiliées

Pour le FCP, des sociétés seront considérées comme affiliées si :

- un ou plusieurs employés, directeurs ou administrateurs d'une société, dans l'exécution de leur mandat, contrôlent la gestion ou les politiques d'une autre société;
- les périodiques sont détenus et contrôlés par une même société; ou
- la société détient et contrôle au moins 51 % des actions avec droit de vote ou des actifs des autres sociétés.

Une « **société canadienne** » est une société qui remplit les conditions suivantes :

- a) elle est constituée selon le régime des lois fédérales, provinciales ou territoriales;
- b) son lieu d'affaires principal est situé au Canada;
- c) son président ou une autre personne agissant comme tel et plus de la moitié des administrateurs ou autres dirigeants 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 qui sont détenues uniquement à titre de sûreté;
- f) 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 sont détenus par des Canadiens.

À titre d'exception aux exigences en matière de propriété et de contrôle canadiens, les maisons d'édition qui sont de propriété canadienne et qui ont été actives au Canada comme éditeurs de périodiques pendant au moins trente ans ne seront pas considérés comme non admissibles pour la seule raison qu'ils ne sont pas sous contrôle canadien.

Statuts constitutifs

L'enregistrement de la raison sociale est un document juridique présenté à un gouvernement provincial ou territorial, ou au gouvernement fédéral, qui détaille le but et les règlements d'une société.

Visiteur unique par mois

Visiteur d'un site Web dont le nombre de visites du même site, pour une période de 30 jours, est comptabilisé une seule fois. Les sites se servent souvent de l'adresse de protocole Internet pour calculer le nombre de visites.