Patrimoine canadien | Canadian Heritage

Canada

Fonds du Canada pour les périodiques

Innovation commerciale

Guide du demandeur 2016-2017

© Sa Majesté la reine du chef du Canada, représenté par le
Ministre des Travaux publics et Services gouvernementaux Canada 2016
Numéro de catalogue : CH41-25F-PDF
ISSN: 1927-1158

TABLE DES MATIÈRES

SECTION A : FONDS DU CANADA POUR LES PÉRIODIQUES 3

Survol 3

Objectif 3

Volets du programme 3

Quoi de neuf? 3

Échéance 4

SECTION B : VOLET INNOVATION COMMERCIALE 4

Survol 4

Objectifs 5

L'Innovation 5

Niveaux de financement 5

SECTION C : CRITÈRES D'ADMISSIBILITÉ 6

Maisons d'édition 6

Publications 6

Publications non admissibles 8

Projets et dépenses admissibles 8

SECTION D : PROJET PILOTE – ENTREPRISE DE DÉMARRAGE 9

SECTION E : PROCESSUS DE DEMANDE ET ÉVALUATION DU PROJET 10

Échéance 11

Normes de service 11

Documents requis pour votre demande 11

SECTION F : DISPOSITIONS DU MINISTÈRE DU PATRIMOINE CANADIEN 13

SECTION G : DÉFINITIONS 15

SECTION A : FONDS DU CANADA POUR LES PÉRIODIQUES

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 G du Guide du demandeur.

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.

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 Web du FCP.

Quoi de neuf?

150e anniversaire de la Confédération canadienne

Dans le cadre du Budget 2015, le gouvernement du Canada a annoncé ses plans pour la célébration du 150e anniversaire de la Confédération canadienne en 2017. Pour plus de détails, veuillez consulter le site suivant : www.canada.pch.gc.ca/canada150. Pour 2016-2017, le Programme accordera la priorité aux projets qui soutiennent le thème et la vision de Canada 150 tout en correspondant aux objectifs et aux exigences d'Innovation commerciale.

Nota : veuillez écrire « CANADA 150 » en lettres majuscules à côté du titre de votre projet. Veuillez aussi vous assurer que tous les éléments ou activités liés à ce thème sont indiqués clairement dans la description du projet.

Projet pilote - Entreprise en démarrage

Financement à un stade précoce à des sociétés d'édition de périodiques numériques (voir Section D).

Niveau et période de financement

Le financement du FCP peut représenter jusqu'à 75 % des coûts totaux admissibles du projet pour un maximum de 50 000 $ par périodique, par exercice financier.

Un projet peut couvrir une période de 24 mois ou moins.

Critère d'admissibilité

- Magazines imprimés : avoir une diffusion moyenne d'au moins 250 et d'au plus 100 000 exemplaires par numéro;

- Maisons d'édition : avoir, pour tous les magazines imprimés publiés, un total de diffusion moyenne par numéro ne dépassant pas 100 000 exemplaires au cours de la période de référence de douze (12) mois.

Échéance

Vous pouvez soumettre une demande en tout temps jusqu'au 31 octobre 2016 ou jusqu'à ce que la totalité du financement ait été engagée pour le cycle de financement 2016-2017.

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)
ATS : 1-888-997-3123 (numéro sans frais au Canada)
Télécopieur : 819-994-3154
Courriel : PCH.fondsdesperiodiquescanada-canadaperiodicalfund.PCH@canada.ca
Site Web : www.canada.pch.gc.ca/fra/1458331932771/1458332153981

SECTION B : VOLET INNOVATION COMMERCIALE

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.

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 périodiques qui sont disponibles uniquement en version numérique ou aux versions numériques des périodiques imprimés qui ne sont pas des répliques (« non-replica »). Cette version du magazine (qui n'est pas une réplique) contient du contenu au moins 50% distinct de la version imprimée. Dans le guide, le terme périodique numérique sera utilisé pour faire référence aux deux genres de périodiques sauf indication contraire.

- les entreprises en démarrage – projet pilote (voir la Section D).

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.

L'innovation

L'innovation peut impliquer l'utilisation de la technologie, mais peut aussi impliquer un changement de votre modèle d'affaires, ou de vous adapter aux changements dans votre environnement pour offrir de meilleurs produits ou services. L'innovation réfère généralement à la modification ou à la création de processus plus efficaces, de produits ou d'idées pour augmenter la productivité, la performance et la viabilité.

Des exemples d'innovation :

- innovation de produit (le quoi) : le développement de nouveaux produits ou de services, ou l'amélioration des produits ou des services existants;
- innovation de processus (le comment) : le développement de nouveaux procédés, de méthodes ou d'outils pour réduire les coûts, augmenter l'efficacité de l'entreprise, ou améliorer la qualité des produits ou des services;
- innovation de marché (le qui) : agrandir la portée du marché en modifiant les produits actuels pour atteindre de nouveaux publics ou cibler le marché actuel de nouvelles façons;
- innovation de valeur (le pourquoi) : les activités liées au développement ou à l'évolution de l'image de marque du périodique.

Niveaux de financement

Le financement du FCP peut représenter jusqu'à 75 % des coûts totaux admissibles du projet pour un maximum de 50 000 $ par périodique, par exercice financier.

Un projet peut couvrir une période de 24 mois ou moins.

Les montants maximaux pour les activités de planification et de recherche sont établis comme suit :

- 15 000 $ pour un plan d'affaires;

- 20 000 $ pour un plan de commercialisation ou une étude de marché.

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.

SECTION C : CRITÈRES D'ADMISSIBILITÉ

Maisons d'édition

Magazines imprimés et périodiques numériques

Pour être admissible, une maison d'édition et ses sociétés affiliées doivent :

- exploiter leur entreprise tout au long du processus de demande et jusqu'à la fin du projet;
- être majoritairement détenues et contrôlées par des Canadiens;
- 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;
- avoir son lieu d'affaires principal au Canada;
- avoir, pour tous les magazines imprimés publiés, un total de diffusion moyenne par numéro ne dépassant pas 100 000 exemplaires au cours de la période de référence de douze (12) mois (tel que déclaré dans le formulaire de demande).

Périodiques numériques seulement

- 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 dans le formulaire de demande).

Publications

Magazines imprimés et périodiques numériques

Pour être admissible, tout périodique doit :

- être rédigé, conçu, assemblé et publié au Canada ainsi qu'avoir terminé au moins un cycle complet de publication de douze mois, sans interruption, avant la présentation de la demande;
- être publié au moment de présenter la demande, tout au long du processus de demande et jusqu'à la fin d'un projet approuvé;
- contenir une moyenne d'au moins 80 % de contenu rédactionnel canadien dans les numéros publiés durant la période de déclaration. Les périodiques ethnoculturels

doivent contenir une moyenne d'au moins 50 % de contenu rédactionnel canadien dans les numéros publiés durant la période de déclaration;

- 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.

Magazines imprimés seulement

- 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;

- avoir une diffusion payée ou une diffusion sur demande d'au moins 50 %;

- avoir une diffusion moyenne d'au moins 250 et d'au plus 100 000 exemplaires par numéro;
- les abonnements des magazines à diffusion payée doivent être vendus selon l'un des deux prix suivants :

  - un prix d'abonnement minimal moyen de 12 $ par année ou
  - un prix d'abonnement minimal moyen de 1 $ par exemplaire;

  Et
  - Les exemplaires à l'unité ou en kiosque doivent être vendus à un prix moyen minimal de 1 $ par exemplaire.

Les prix doivent paraître sur la page couverture ou dans le bloc-générique du magazine.

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 ni un prix moyen minimal.

Périodiques numériques seulement

- être publié ou mis à jour régulièrement, au moins deux fois par an;

- avoir un contenu rédactionnel principalement original (plus de 50 %);

- maintenir un type de diffusion, parmi les suivants, pendant 6 mois :

  - service d'abonnement payé : la priorité sera donnée aux périodiques qui maintiennent une moyenne d'au moins 250 abonnés;
  - service de courriel : la priorité sera donnée aux périodiques qui maintiennent une moyenne d'au moins 1 000 destinataires enregistrés de courriels;
  - service de libre-accès : la priorité sera donnée aux périodiques qui maintiennent une moyenne d'au moins 2 500 visiteurs uniques par mois.

- maintenir une fonction rédactionnelle, où le nom du rédacteur en chef est affiché et présenter un contenu rédactionnel rédigé par plus d'une personne;

- présenter un bloc-générique, clairement affiché ou un équivalent et disposer d'une adresse URL valide et propre au périodique;
- avoir un flux de rentrées relatif à son périodique, p. ex. des abonnements, des ventes publicitaires, des dons.

Publications non admissibles

- 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;
- les bulletins d'information;
- les magazines ou périodiques numériques 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;
- 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;
- 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;
- les périodiques d'associations professionnelles;
- les magazines ou périodiques numériques produits par ou pour un gouvernement, une société d'État ou un organisme gouvernemental;
- 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;
- 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;
- les magazines ayant un contenu offensant de l'avis du ministère du Patrimoine canadien;
- les périodiques numériques qui sont une réplique de la version imprimée.

Projets et dépenses admissibles

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.

Les projets doivent être appuyés par un document de recherche, comme une enquête, un plan d'affaires, ou une stratégie de commercialisation. Sinon, le programme acceptera un rapport de recherche interne qui justifie le projet et démontre l'impact potentiel sur le magazine ou le périodique numérique. Le volet IC considérera l'étude de marché ou l'élaboration d'un plan d'affaires ou de commercialisation comme un premier projet.

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 doivent se conformer aux indemnités approuvées par le Secrétariat du Conseil du Trésor. Veuillez noter que les faux frais et les indemnités quotidiennes ne sont pas admissibles.

SECTION D : PROJET PILOTE – ENTREPRISE DE DÉMARRAGE

Survol

Dans le cadre d'un projet pilote, le volet Innovation commerciale du Fonds du Canada pour les périodiques fournira un financement à un stade précoce à des sociétés d'édition de périodiques numériques dans les stades de développement suivants :

- une entreprise en développement qui n'a pas encore débuté des opérations commerciales et qui a des besoins de financement pour la recherche et le développement de produits;
- une entreprise qui est au début de ses opérations et qui a des besoins en capital pour le développement de produits, la commercialisation initiale et d'autres objectifs.

Pour un financement du projet pilote, les demandeurs doivent avoir l'intention ou être dans les premières étapes de l'établissement d'un périodique numérique unique qui sera distribué via un service d'abonnement payant, un service courriel, un service d'accès ouvert ou autre modèle de distribution numérique (par exemple une application) et produire un contenu éditorial qui est d'au moins 80% canadien et principalement original.

Les demandeurs admissibles doivent :

- être majoritairement détenus et contrôlés par des Canadiens;
- être des entités du secteur privé, y compris des sociétés, des organismes à but non lucratif, des sociétés de personnes et des entreprises à propriétaires uniques;
- avoir son lieu d'affaires principal au Canada.

Les fonds de démarrage ne sont pas disponibles pour soutenir les types de périodiques numériques suivants :

- un bulletin d'information;

- les magazines ou périodiques numériques 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;

- 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;

- 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;

- les périodiques d'associations professionnelles;

- un périodique produit par ou pour un gouvernement, une société d'État ou un organisme gouvernemental.

Les dépenses admissibles et le financement:

- Les dépenses admissibles doivent être directement liées au projet et peuvent être en espèces ou en nature. Les dépenses admissibles peuvent inclure, mais ne sont pas limitées à, des activités de promotion, de recherche de marché, de conception et de mise en page. Les dépenses en immobilisations ne sont pas admissibles.

- Les demandeurs peuvent demander jusqu'à 50% des coûts totaux du projet jusqu'à un maximum de 5 000 $. Les projets pour lesquels du financement participatif est ou sera garanti seront priorisés.

Comment faire demande :

Projet pilote - entreprise en démarrage :

Veuillez communiquer avec le programme pour les documents spécifiques au projet pilote. Vous pouvez soumettre une demande en tout temps jusqu'au 31 octobre 2016 ou jusqu'à ce que la totalité du financement ait été engagée pour le cycle de financement 2016-2017.

Téléphone : 1-866-811-0055 (numéro sans frais au Canada)
ATS : 1-888-997-3123 (numéro sans frais au Canada)
Courriel : PCH.fondsdesperiodiquescanada-canadaperiodicalfund.PCH@canada.ca

SECTION E : PROCESSUS DE DEMANDE ET 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.

Échéance

L'exercice financier du gouvernement est du 1er avril au 31 mars. Vous pouvez soumettre une demande en tout temps jusqu'au 31 octobre 2016 ou jusqu'à ce que la totalité du financement ait été engagée pour le cycle de financement 2016-2017. Par contre, la demande doit être reçue au moins 5 mois avant la date prévue de début du projet.

Nota : Tout projet débuté avant l'approbation de Patrimoine canadien est entrepris aux risques du demandeur.

Normes de service

Pour les Normes de service du programme, veuillez communiquer avec le programme ou consulter le site Web suivant : www.canada.pch.gc.ca/fra/1435587065455/1435587168990.

Documents requis pour votre demande

Formulaire de demande signé et information complète, incluant :

- Information générale
- Renseignements sur la maison d'édition et le périodique
- Proposition de projet
- Budget

Recherches à l'appui du projet

Les projets doivent être appuyés par un document de recherche comme une enquête, un plan d'affaires ou une stratégie de commercialisation. Sinon, le programme acceptera un rapport de recherche interne qui justifie le projet et démontre l'impact potentiel sur le magazine.

Devis détaillés

Lorsque le projet implique l'embauche d'un consultant, le programme exige les devis détaillés pour étayer les activités et les coûts prévus.

Rapport analytique

Lorsque le projet comprend des activités qui auront un impact sur la présence en ligne du périodique, le programme exige un rapport analytique au moment de l'application et à l'achèvement du projet. Le rapport initial doit capturer la période de six mois avant la date de la demande.

Dernier numéro du magazine imprimé

Information sur la diffusion pour les magazines imprimés

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 dans le formulaire de demande et couvrir la période de déclaration indiquée.

Les rapports des organismes de vérification de la diffusion suivants sont acceptés:

- *Canadian Circulations Audit Board, division of BPA Worldwide*

- *Alliance for Audited Media*
- *Canadian Community Newspapers Association / Canadian Media Circulation Audit*

Accès illimité aux périodiques numériques

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 le formulaire de demande.

Information sur les lecteurs

Les périodiques numériques doivent fournir l'un des documents suivants pour appuyer la diffusion indiquée dans le formulaire de demande :

Modèle d'entreprise	**Diffusion mesurée**	**Document d'appui**
Service d'abonnement payé	Nombre moyen d'abonnés pendant six mois.	Déclaration dans le formulaire de demande 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 dans le formulaire de demande 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. Patrimoine canadien se réserve le droit de refuser un rapport qu'il juge inacceptable.

SECTION F : DISPOSITIONS DU MINISTÈRE DU PATRIMOINE CANADIEN

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.

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 ou de la maison d'édition avant la vente soit finalisée pour réévaluer l'admissibilité du bénéficiaire.

Reconnaissance du financement

Les bénéficiaires doivent reconnaître publiquement, en anglais et/ou 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 font 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.

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.

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.

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.

Divulgation 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.

Renseignements susceptibles d'être rendus publics

Lorsqu'un financement est approuvé, le montant accordé à chacune des périodiques, 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.

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*.

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.

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 G : 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 1er 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,	1

	les analyses, la section divertissement, les sports)	
	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 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 ethnoculturel peut être publié 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 numérique « non-replica »

Une version numérique d'un périodique imprimé qui contient du contenu au moins 50% distinct.

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 contrôlées 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

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 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.