



---

Direction des services d'évaluation  
9 janvier 2022

This publication is also available in English.

Cette publication est disponible en formats PDF et HTML à l'adresse Internet :  
[Canada.ca/patrimoine.canadien](https://Canada.ca/patrimoine.canadien)

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, 2022  
Numéro de catalogue : CH7-25/1-2022F-PDF  
ISBN : 978-0-660-42305-0

---

## Table des matières

Liste des tableaux.....	ii
Liste des sigles et abréviations.....	iii
Sommaire .....	
Pertinence .....	
Conception et prestation du programme .....	
Efficacité du programme.....	i
Considérations pangouvernementales .....	i
Recommandations .....	i
1. Introduction .....	1
2. Profil du programme .....	1
2.1. Vue d'ensemble .....	1
2.2. Ressources .....	2
2.3. Évaluation précédente et modifications subséquentes du programme .....	4
3. Méthodologie d'évaluation.....	6
3.1. Portée de l'évaluation.....	6
3.2. Questions et méthodes d'évaluation.....	6
3.3. Limites de l'évaluation .....	7
4. Constatations de l'évaluation .....	8
4.1. Besoins auxquels le FCP répond.....	8
4.2. Optimisation des ressources internes.....	14
4.3. Soutien fourni et impact sur l'industrie .....	16
4.4. Analyse comparative entre les sexes plus .....	23
5. Conclusions .....	24
6. Recommandations, réponse de la direction et plan d'action.....	26
Annexe A : Cadre d'évaluation.....	30
Annexe B : Bibliographie .....	33

---

## Liste des tableaux

Tableau 1 : Ressources financières du FCP (coût total direct) de 2015-2016 à 2019-2020 (millions de dollars) .....	3
Tableau 2 : Équivalents temps plein (ETP) du FCP de 2015-2016 à 2019-2020.....	3
Tableau 3 : Questions d'évaluation .....	6
Tableau 4 : Limites et stratégie d'atténuation.....	7
Tableau 5 : Financement (\$) des titres financés par les groupes ciblés, 2015-2016 à 2019-2020 .....	18
Tableau 6 : Pourcentage (%) d'évolution du nombre de titres et des niveaux de financement par groupes ciblés, 2015-2016 à 2019-2020 .....	19
Tableau 7 : Recommandation 1 – Plan d'action .....	26
Tableau 8 : Recommandation 2 – Plan d'action .....	28

## Liste des figures

Figure 1 : Financement annuel approuvé par volet du programme du FCP (millions de dollars) .....	3
Figure 2 : Nombre de demandeurs et de bénéficiaires du financement de l'AE.....	16
Figure 3 : Répartition des demandeurs d'AE en 2019-2020 .....	17
Figure 4 : Nombre de titres financés provenant de groupes ciblés de 2015-2016 à 2019-2020 .....	18
Figure 5 : Niveau de financement fourni par AE (millions de dollars) .....	19
Figure 6 : Nombre de projets financés par le biais d'Innovation commerciale .....	20
Figure 7 : Niveau de financement approuvé au titre d'Innovation commerciale (millions de dollars).....	21
Figure 8 : Nombre de projets financés au titre d'Initiatives collectives .....	22
Figure 9 : Niveau de financement approuvé au titre d'Innovation commerciale (millions de dollars).....	22

---

## Liste des sigles et abréviations

<b>ACS Plus</b>	Analyse comparative entre les sexes plus
<b>AE</b>	Aide aux éditeurs
<b>CLOSM</b>	Communautés de langue officielle en situation minoritaire
<b>DG</b>	Directrice Générale
<b>DSE</b>	Direction des services d'évaluation
<b>ETP</b>	Équivalent temps plein
<b>F et G</b>	Fonctionnement et gestion
<b>FCP</b>	Fonds du Canada pour les périodiques
<b>LGBTQ2S</b>	Lesbiennes, gais, bisexuels, transgenres, queers (ou en questionnement) et bi-spirituels
<b>OCDE</b>	Organisation de coopération et de développement économiques
<b>PCH</b>	Patrimoine canadien
<b>RASE</b>	Régime d'avantages sociaux des employés
<b>SMA</b>	Sous-ministre adjoint

---

## Sommaire

Le présent document constitue le rapport final de l'évaluation du Fonds du Canada pour les périodiques (FCP). Il explore un éventail d'activités qui fournissent une aide financière aux magazines imprimés, aux journaux communautaires (non-quotidiens) et aux périodiques numériques canadiens, afin de leur permettre de surmonter les désavantages du marché et de continuer à fournir aux lecteurs canadiens le contenu qu'ils choisissent de lire.

L'évaluation cible la période de 2015-2016 à 2019-2020 et porte sur la pertinence, la conception et la prestation ainsi que sur l'efficacité du programme. Elle est fondée sur un examen des documents, un examen de la littérature, un examen des données administratives et des entrevues avec des informateurs clés.

## Pertinence

L'évaluation indique que le FCP est un élément essentiel de l'appui global fourni par le gouvernement fédéral à l'industrie des périodiques, en particulier aux magazines imprimés, aux journaux communautaires (non-quotidiens) et aux périodiques numériques, en présence croissante de périodiques numériques. Grâce à un soutien financier stable d'environ 75M\$ par année, le programme répond aux besoins importants de ses bénéficiaires ciblés, jouant un rôle crucial pour assurer aux Canadiens l'accès à un contenu canadien pertinent et diversifié.

Patrimoine canadien a amorcé un processus de modernisation qui devrait mieux harmoniser le programme du FCP avec les réalités actuelles des industries des magazines et des journaux communautaires. L'industrie est confrontée à des défis majeurs, en partie à cause de la baisse des recettes publicitaires et de la distribution dans un marché de plus en plus numérique. Le FCP modernisé donne la priorité aux activités qui mènent à la production de contenu éditorial et journalistique canadien de qualité, et ce, sans égard à la plateforme utilisée pour l'offrir. Afin d'aider les éditeurs à s'adapter aux changements du programme, le FCP modernisé est mis en œuvre sur une période de cinq ans.

## Conception et prestation du programme

Dans l'ensemble, le FCP bénéficie d'une structure de prestation des programmes bien établie. Toutefois, au moment de l'évaluation, le programme n'avait pas encore mis en œuvre un processus de demande en ligne, et les cycles d'admission ont entraîné des défis de ressources administratives au cours des années. Le processus de modernisation en ligne de Patrimoine canadien et la mise en œuvre de deux périodes d'admission pour les demandes d'Aide aux éditeurs (AÉ) devraient répondre à certains de ces défis. Le programme devrait être intégré au processus en ligne du Ministère en 2022-2023.

Le FCP a également élaboré une solide stratégie de mesure du rendement, qui a fourni des renseignements détaillés sur la portée du programme. Elle appuie la gestion continue du programme et peut servir de fondement à une analyse comparative entre les sexes plus (ACS Plus).

---

## Efficacité du programme

L'élément de l'AE a réussi à fournir un soutien significatif à une partie importante des organisations admissibles. Toutefois, les industries canadiennes des magazines et des journaux sont confrontées à plusieurs défis, dont la diminution des recettes publicitaires, la difficulté pour les éditeurs de magazines de maintenir à la fois les opérations imprimées et numériques, les défis liés à la monétisation du contenu numérique et la concurrence accrue d'autres industries et de nouveaux concurrents.

Les volets Innovation commerciale et Initiatives collectives fournissent un soutien complémentaire, dont une augmentation du taux de participation chez les périodiques numériques. Au moment de l'évaluation, le volet Innovation commerciale fonctionnait avec une définition large de ce qui constitue des projets innovateurs. Les programmes mis en œuvre dans d'autres pays qui sont documentés dans le présent rapport illustrent l'éventail d'approches en matière d'innovation qui peuvent aider les magazines et les journaux communautaires à s'adapter à l'environnement changeant dans lequel tous les médias fonctionnent.

## Considérations pangouvernementales

Au moment de l'évaluation, le FCP n'avait pas encore officiellement intégré une ACS Plus dans sa gestion de programme en cours. Malgré tout, Patrimoine canadien a récemment entrepris une ACS Plus informelle du FCP qui a conclu que, bien que l'incidence du FCP soit équilibrée entre les sexes, il cible directement certains groupes. Le processus de modernisation devrait permettre d'améliorer davantage l'accès au contenu pour les publics vivant dans des régions éloignées où la large bande est disponible, mais la distribution physique est coûteuse.

## Recommandations

À la lumière des constatations décrites dans le présent rapport et pour appuyer la gestion continue du programme, l'évaluation recommande que la sous-ministre adjointe, Secteur des affaires culturelles :

- Recommandation 1 :** Explore les options et mette en œuvre de nouvelles approches au sein du volet Innovation commerciale afin de maximiser les possibilités d'innovation pour les bénéficiaires dans les conditions du marché changeantes.
- Recommandation 2 :** Entreprene la réalisation d'une analyse comparative entre les sexes afin de s'assurer que le FCP soit harmonisé aux besoins émergents et aux préférences des groupes divers.

---

## 1. Introduction

Ce document constitue le rapport final de l'évaluation du Fonds du Canada pour les périodiques (FCP). Il étudie une série de questions liées à la pertinence, à la conception et à la prestation, ainsi qu'à l'efficacité du programme. Il tient également compte des priorités de l'ensemble du gouvernement, notamment en ce qui concerne l'analyse comparative entre les sexes plus (ACS Plus). L'évaluation couvre cinq exercices, de 2015-2016 à 2019-2020.

L'évaluation a pour but de fournir à la haute direction de Patrimoine canadien des renseignements pour soutenir la prise de décision concernant le programme. L'évaluation a été menée conformément aux exigences de l'article 42.1(1) de la *Loi sur la gestion des finances publiques* et de la Politique sur les résultats du Secrétariat du Conseil du Trésor.

Les sections suivantes présentent un profil du FCP et la méthodologie utilisée pour évaluer ce programme, un résumé des résultats de l'évaluation, des conclusions et des recommandations. Le cadre d'évaluation est inclus dans l'annexe 1.

## 2. Profil du programme

### 2.1. Vue d'ensemble

Le gouvernement fédéral fournit depuis longtemps une aide aux magazines et aux journaux communautaires, reconnaissant l'éventail des avantages sociaux, culturels et économiques qu'ils procurent. Cette aide a généralement été axée sur la nécessité de compenser les coûts de distribution élevés et les désavantages concurrentiels auxquels sont confrontés les magazines imprimés, les journaux communautaires imprimés (non quotidiens) et les périodiques numériques canadiens. Dans ce contexte, Patrimoine canadien a mis en place le FCP en 2010-2011, qui remplaçait à l'époque deux programmes de soutien antérieurs : le Fonds du Canada pour les magazines et le Programme d'aide aux publications.

Grâce à des subventions et à des contributions, le FCP soutient les activités des éditeurs et des organisations de magazines et de journaux communautaires canadiens afin de s'assurer que les Canadiens ont accès à divers magazines imprimés, journaux communautaires (non quotidiens) imprimés et périodiques numériques canadiens. Il comprend les trois volets suivants :

1. L'aide aux éditeurs (AE), qui fournit une formule de financement annuel fondée sur le nombre d'exemplaires vendus ou diffusés aux magazines imprimés, aux journaux communautaires imprimés (non quotidiens) et aux périodiques numériques canadiens, afin de soutenir les activités d'édition, telles que la distribution, la création de contenu, les activités en ligne et le développement commercial. Les organisations admissibles posent leur candidature une fois par an.

- 
2. L'innovation commerciale, qui fournit un financement aux magazines imprimés et numériques canadiens pour des projets de développement commercial et d'innovation<sup>1</sup>. Les demandes sont acceptées en continu, et les projets financés peuvent être mis en œuvre sur une période allant jusqu'à deux ans.
  3. Les initiatives collectives, ce volet fournissant des fonds aux magazines payants et aux journaux communautaires canadiens pour des projets à l'échelle de l'industrie visant à accroître la durabilité globale des industries canadiennes des magazines imprimés, des journaux communautaires imprimés (non quotidiens) et des périodiques numériques. Les demandes sont acceptées en continu, et les projets financés peuvent être mis en œuvre sur une période allant jusqu'à trois ans.

Le programme relève de la Direction générale des industries culturelles de Patrimoine canadien, et la Direction de la politique et des programmes de l'édition des périodiques est responsable de sa prestation globale et de sa gestion continue.

Le processus d'attribution des fonds comprend des appels annuels de demandes auprès des organismes admissibles, conformément aux lignes directrices établies. Ces demandes sont revues par le personnel du programme du FCP, et chaque volet du programme applique des critères précis pour évaluer la demande et fournir un financement le cas échéant. Dans le cas d'AE (le volet disposant du plus gros budget), le financement est en grande partie distribué proportionnellement en fonction du nombre d'exemplaires admissibles distribués par chaque bénéficiaire, tout en tenant compte d'autres facteurs tels que le modèle économique de la diffusion. Certains groupes cibles, tels que les publications autochtones, ethnoculturelles, LGBTQ2S et des communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM), bénéficient de critères d'éligibilité plus souples et d'une pondération plus importante dans la formule, ce qui signifie qu'ils reçoivent plus d'argent par exemplaire vendu ou distribué par rapport aux autres types de publications.

## 2.2. Ressources

Le tableau 1 démontre les ressources financières réelles associées au FCP pendant la période couverte par l'évaluation.

---

<sup>1</sup> Le FCP définit l'innovation comme « 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. »(Patrimoine canadien, 2020d).

**Tableau 1 : Ressources financières du FCP (coût total direct) de 2015-2016 à 2019-2020 (millions de dollars)**

Ressources financières	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020
<b>Salaire et RASE</b>	3,6 \$	3,2 \$	3,4 \$	3,6 \$	3,4 \$
<b>F et G</b>	0,1 \$	0,2 \$	0,2 \$	0,1 \$	0,2 \$
<b>Subventions</b>	69,8 \$	70,1 \$	67,6 \$	70,7 \$	71,3 \$
<b>Contributions</b>	3,2 \$	4,2 \$	7,2 \$	3,7 \$	4,0 \$
<b>Total*</b>	76,7 \$	77,8 \$	78,4 \$	78,1 \$	78,9 \$

\* Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre au total indiqué.

Source : Données administratives de PCH

Comme l'indique le tableau 2, le nombre total d'équivalents temps plein (ETP) affectés à la prestation du FCP a diminué au cours de la période couverte par l'évaluation, passant de 44,1 à 36,5 ETP en 2019-2020.

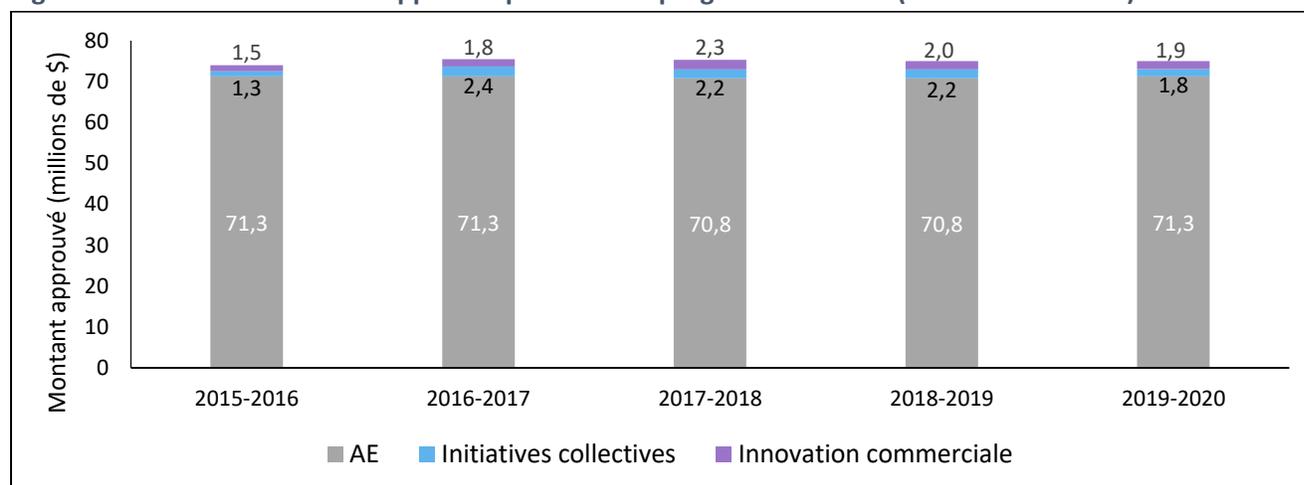
**Tableau 2 : Équivalents temps plein (ETP) du FCP de 2015-2016 à 2019-2020**

Ressources	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020
<b>ETP</b>	44,1	39,8	36,7	36,9	36,5

Source : Données administratives de Patrimoine canadien

Sur les trois volets, l'investissement le plus important du FCP a été de loin consacré à l'AE, comme l'illustre la figure 1.

**Figure 1 : Financement annuel approuvé par volet du programme du FCP (millions de dollars)**



Source : Données administratives de Patrimoine canadien

---

## 2.3. Évaluation précédente et modifications subséquentes du programme

### L'évaluation de 2015 du FCP

La première évaluation du FCP a eu lieu en 2015 et portait sur une période de cinq ans, de 2010-2011 à 2014-2015. Elle a conclu que le FCP était pertinent, « compte tenu de la concurrence accrue à laquelle se livrent les sources numériques pour obtenir les recettes publicitaires, des chiffres de diffusion à la baisse, des coûts de distribution à la hausse et des tentatives de trouver des modèles de distribution numérique rentable et de faire une transition vers ce type de lectorat<sup>2</sup> ».

L'évaluation a également conclu que le programme contribuait aux résultats attendus. Elle avait « fourni des fonds substantiels, et parfois essentiels, à plus de 800 titres par année » pour compenser l'augmentation des coûts d'exploitation ou pour entreprendre de nouvelles activités telles que le développement de leur présence numérique. Le volet Innovation commerciale avait financé plus de 200 projets « qui ont aidé les bénéficiaires à atteindre des résultats précis et ciblés, notamment : augmenter leur présence numérique et leurs recettes publicitaires numériques, perfectionner des compétences et élargir les connaissances, embaucher du personnel et accroître leur capacité de développement de l'entreprise et d'innovation ». Enfin, le volet Initiatives collectives a soutenu près de 100 projets destinés à des « organismes qui font la promotion d'initiatives de partage du savoir et de durabilité dans toute l'industrie », ce qui a contribué au perfectionnement professionnel et à la coopération au sein de l'industrie<sup>3</sup>.

L'évaluation comprenait six recommandations relatives à un examen de l'approche de la formule de financement et des critères d'admissibilité pour le volet AE, un examen des processus visant à mettre en œuvre une plus grande efficacité administrative dans les volets AE et Innovation commerciale, un plus grand engagement auprès des intervenants du programme, une amélioration des renseignements sur la mesure du rendement et un examen du modèle logique du programme. Les six recommandations ont été traitées et entièrement réalisées en mars 2018.

### Modifications récentes du FCP

En février 2020, et en partie en réponse à l'évaluation et à d'autres contributions reçues, Patrimoine canadien a entrepris un processus visant à moderniser le FCP « en mettant l'accent sur la production de contenu rédactionnel et journalistique canadien de qualité, sans égard à la plateforme employée pour l'offrir<sup>4</sup> ».

---

<sup>2</sup> Patrimoine canadien, 2015, p. 39

<sup>3</sup> Patrimoine canadien, 2015, p. 40

<sup>4</sup> Patrimoine canadien, 2020c.

---

AE et Innovation commerciale sont les deux volets du FCP qui seront modernisés sur une période de cinq ans afin d'aider les éditeurs à s'adapter aux changements proposés. Les principaux changements sont les suivants :

- Pour l'AE, récompenser l'investissement dans le contenu éditorial et journalistique, et la capacité à atteindre les lecteurs, au lieu de se concentrer presque exclusivement sur la circulation des imprimés. En outre, à partir de 2021-2022, le volet AE comprendra un sous-volet relatif aux périodiques exclusivement numériques. Les changements seront mis en œuvre progressivement sur une période de cinq ans commençant en 2021-2022 et se terminant en 2025-2026.
- Pour le volet Innovation commerciale, permettre à un plus large éventail de périodiques de postuler au lieu de se concentrer sur les magazines de petite et moyenne taille. En outre, le budget alloué à ce volet sera porté de 1,5 million de dollars à 2,5 millions de dollars. Les changements entreront pleinement en vigueur en 2021-2022<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Patrimoine canadien, 2020c.

## 3. Méthodologie d'évaluation

### 3.1. Portée de l'évaluation

L'évaluation a été menée conjointement par les services d'évaluation (DSÉ) de PCH et un consultant externe. En raison du processus de modernisation, l'évaluation a été calibrée pour s'assurer qu'elle fournissait des renseignements pertinents qui pourraient soutenir efficacement le programme à l'avenir. En particulier, l'évaluation a principalement porté sur la pertinence du programme et sur le contexte global dans lequel les organisations de magazines et de journaux opéraient. L'évaluation comprenait également une certaine appréciation des activités du programme et du processus de modernisation en cours.

### 3.2. Questions et méthodes d'évaluation

L'évaluation a exploré cinq questions clés figurant dans le tableau 3. De plus amples renseignements sur les indicateurs, les sources de données et les méthodes de collecte de données associés à ces questions se trouvent dans le cadre d'évaluation (présenté à l'annexe 1).

Tableau 3 : Questions d'évaluation

Enjeux	Questions d'évaluation
Pertinence	1. Comment le FCP répond-il aux besoins de l'industrie canadienne des périodiques ?
Conception et prestation du programme	2. Dans quelle mesure la prestation du FCP optimise-t-elle les ressources internes ?
Efficacité	3. Comment le FCP a-t-il aidé les éditeurs canadiens pendant la période d'évaluation ? 4. Dans quelle mesure le FCP a-t-il amélioré la capacité de l'industrie canadienne des périodiques à s'adapter de façon appropriée aux nouvelles tendances ?
Considérations pangouvernementales des politiques	5. Dans quelle mesure la gestion du FCP a-t-elle intégré une analyse comparative entre les sexes plus ?

Trois méthodes ont été utilisées pour répondre à ces questions d'évaluation :

- Revue documentaire et littéraire : Cette tâche a nécessité l'examen de documents clés récents relatifs au FCP, y compris les changements proposés au programme (à des fins contextuelles). Les autres documents examinés comprenaient des directives et des procédures, ainsi que d'autres renseignements opérationnels, le cas échéant. La littérature publiée a également été prise en compte, notamment en ce qui concerne les stratégies mises en place dans d'autres territoires de compétence pour soutenir des intervenants similaires.

- Examen des données administratives : Cette tâche incluait l'examen de toutes les données administratives disponibles sur les activités du FCP, y compris la répartition du financement, le nombre et la répartition des bénéficiaires, ainsi que d'autres caractéristiques pertinentes du soutien fourni par chacune des trois volets du programme.
- Entretiens : Cette tâche a nécessité la réalisation de cinq entretiens individuels et collectifs avec des représentants du programme et d'autres fonctionnaires de Patrimoine canadien, selon les besoins. Les entretiens avec les bénéficiaires du programme et les intervenants externes n'ont pas été réalisés, car le programme s'est engagé auprès de ces groupes dans le cadre du processus de modernisation. En outre, la pandémie de COVID-19 a empêché la réalisation d'autres entretiens.

### 3.3. Limites de l'évaluation

Les principales difficultés rencontrées dans le cadre de cette évaluation ont été l'analyse limitée de l'incidence du programme et le manque de consultation des bénéficiaires du programme et des intervenants externes. Le tableau 4 présente ces défis et les stratégies d'atténuation correspondantes.

**Tableau 4 : Limites et stratégie d'atténuation**

Limite	Stratégie d'atténuation
Analyse limitée de l'incidence du programme.	Bien que la portée de l'évaluation et le délai de réalisation n'aient pas permis une analyse complète des répercussions du programme, la collecte des données (en particulier l'analyse des données administratives) a permis une description adéquate de la contribution du programme au cours de la période d'évaluation. De même, l'évaluation s'est appuyée sur les idées et les résultats de l'évaluation précédente menée en 2015, avec des renseignements actualisés et complémentaires.
Aucune consultation avec les bénéficiaires du programme et les intervenants externes.	L'évaluation a été entièrement contextualisée et calibrée pour prendre en compte le processus de modernisation du FCP. Bien que cette prise en compte ait limité la portée globale de l'évaluation elle-même, elle n'a pas limité la capacité de l'évaluation à aborder les questions et les indicateurs décrits dans ce rapport.
La pandémie de COVID-19 a nui à la collecte des données et perturbé le calendrier de cette évaluation.	La collecte de données a été limitée à trois méthodes de collecte de données avant mars 2020, et les questions d'évaluation qui ne pouvaient pas être soutenues par les données déjà recueillies ont été retirées de l'analyse. Le rapport final a été reporté, et une consultation continue avec le programme a permis de s'assurer que les réalités actuelles étaient prises en compte dans l'élaboration des recommandations.

## 4. Constatations de l'évaluation

### 4.1. Besoins auxquels le FCP répond

Question d'évaluation :

Comment le FCP répond-il aux besoins de l'industrie canadienne des périodiques ?

Constatation principale :

Le FCP a fourni un financement souple et stable aux magazines imprimés payants, aux journaux communautaires imprimés (non quotidiens) et aux périodiques numériques, au Canada, qui a été complété par un financement ciblé pour l'innovation et les initiatives à l'échelle de l'industrie. PCH a ajusté le FCP pour mieux répondre aux besoins changeants et aux réalités de l'industrie, notamment en ce qui concerne le contenu numérique. Par cette modernisation, le gouvernement fédéral tente d'équilibrer la durabilité économique de l'industrie et la promotion d'un contenu canadien de qualité.

#### Le créneau particulier du FCP

Dans toutes les régions du monde, et en particulier dans les sociétés démocratiques, le secteur des médias a connu de profondes transformations. Les sources d'information alternatives, le déclin des abonnements et la fonte des revenus publicitaires ont tous contribué à ce qui est largement considéré comme l'effondrement du modèle économique du journalisme traditionnel<sup>6</sup>. Alors que les répercussions économiques, sociales et politiques de ce bouleversement du secteur des médias continuent de se faire sentir, tous les intervenants tentent de préserver la mission fondamentale de ce secteur.

Au Canada, le gouvernement fédéral a introduit plusieurs mesures pour soutenir les organismes de presse canadiens. Au cours des deux dernières années, outre la modernisation du FCP, il a mis en œuvre de nouvelles mesures relatives à l'impôt sur le revenu et l'Initiative de journalisme local<sup>7</sup>. Plus récemment, en réponse à la pandémie de COVID-19, le gouvernement fédéral a intégré au FCP un volet intitulé Mesures spéciales pour appuyer le journalisme<sup>8</sup>.

Dans l'écosystème du soutien financier aux médias, le FCP occupe un créneau bien défini, qui est principalement celui des magazines imprimés payants canadiens, des journaux communautaires imprimés (non quotidiens) et des périodiques numériques. Les périodiques exclusivement numériques constituent un nouveau groupe de clients du FCP. Auparavant limités au volet Innovation commerciale, ces périodiques seront pris en charge par le volet numérique uniquement d'AE à partir de 2021-2022. Ce changement reflète la dépendance croissante des Canadiens à l'égard des sources d'information numériques pour accéder aux nouvelles et aux renseignements pertinents. Les périodiques numériques

<sup>6</sup> Forum des politiques publiques, 2017, p. 16.

<sup>7</sup> Patrimoine canadien, 2020c

<sup>8</sup> Patrimoine canadien, 2020e.

---

ont également reçu un financement par le volet Mesures spéciales pour le journalisme en 2020-2021 en réaction à la pandémie COVID-19. Ce financement a ensuite été obtenu pour 2021-2022 également.

La logique générale du FCP a été de fournir un soutien financier flexible et stable aux magazines imprimés payants, aux journaux communautaires imprimés (non quotidiens) et aux périodiques numériques, en passant par le volet AE :

- Comme indiqué dans les lignes directrices d'application à l'AE, le financement peut être consacré à un large éventail d'activités liées à la création (rédaction, édition, photographie, illustration et conception), à la production (préresse et impression), au marketing, à la distribution, au développement et à l'amélioration du site Web (y compris le développement du contenu et l'amélioration de l'architecture et de la fonctionnalité du site), ainsi qu'à la production d'un périodique numérique associé à un périodique imprimé admissible<sup>9</sup>.
- Les constatations de l'évaluation indiquent que, pendant la période de cinq ans, le taux d'approbation a varié de 93 % à 96 %. Comme déjà indiqué dans la description du programme, le montant du soutien financier accordé était déterminé par une formule fondée sur les exemplaires admissibles vendus ou mis en circulation (ce qui changera avec le processus de modernisation).

Les volets Innovation commerciale et Initiatives collectives devaient jouer un rôle complémentaire au volet AE, en fournissant un financement plus ciblé pour aider l'industrie à s'adapter aux nouvelles tendances et possibilités. Alors que le volet Innovation commerciale a spécifiquement soutenu les magazines imprimés et les périodiques numériques dans leur recherche d'approches innovantes pour poursuivre leur mission, le volet Initiatives collectives a ciblé des initiatives à l'échelle de l'industrie pour les magazines imprimés payants, les journaux communautaires imprimés (non quotidiens) et les périodiques numériques, qui pourraient améliorer leur durabilité.

### **L'incidence du processus de modernisation**

Les industries canadiennes des magazines et des journaux ont été confrontées à plusieurs difficultés que le processus de modernisation vise à résoudre. Pour les magazines, ces difficultés comprennent une concurrence accrue des fournisseurs de contenu en ligne comme Google, Facebook et Apple, qui peuvent attirer un trafic important de consommateurs et détourner les revenus publicitaires. En outre, il est coûteux pour les éditeurs de magazines de maintenir à la fois des opérations imprimées et numériques, et cette situation est encore aggravée par la baisse des revenus d'exploitation. Les éditeurs de magazines ont également du mal à monétiser le contenu numérique, et l'augmentation des revenus numériques ne suffit pas à compenser la baisse des revenus de l'imprimé<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup> Patrimoine canadien, 2020a.

<sup>10</sup> Patrimoine canadien, 2019.

---

L'industrie canadienne de la presse est confrontée à des difficultés similaires, car la disponibilité d'autres solutions alternatives en ligne aux médias traditionnels modifie les habitudes de consommation de nouvelles. Les journaux doivent de plus en plus faire face à la concurrence d'autres secteurs (par exemple, les radiodiffuseurs) ainsi qu'à de nouveaux concurrents (par exemple, les médias sociaux). En outre, les recettes publicitaires migrent de plus en plus vers Internet. Par exemple, les petites annonces étaient autrefois une source de revenus importante pour les journaux imprimés, mais elles ont été largement remplacées par celles de sites comme Kijiji<sup>11</sup>.

Annoncé officiellement en février 2020, le processus de modernisation répond à un appel lancé dans la lettre de mandat de la ministre du Patrimoine canadien pour trouver des moyens novateurs de soutenir la création de contenu dans le secteur des médias du Canada<sup>12</sup>. Plus précisément, le gouvernement fédéral « prend des mesures afin de moderniser le Fonds du Canada pour les périodiques en mettant l'accent sur la production de contenu rédactionnel et journalistique canadien de qualité, sans égard à la plateforme employée pour l'offrir<sup>13</sup> ». Par conséquent, la formule de financement utilisée pour fournir le soutien d'AE récompensera de plus en plus, sur une période de mise en œuvre de cinq ans, les investissements dans le contenu éditorial et journalistique, plutôt que de considérer simplement les volumes de diffusion. Ce changement devrait faciliter l'accès à un contenu canadien original pertinent dans toutes les régions du pays et encourager les périodiques à accroître leur investissement dans le contenu éditorial.

Lors de l'élaboration de ce nouveau processus et de cette nouvelle formule de financement, PCH a sollicité l'avis de nombreux intervenants du secteur, notamment des associations de magazines et de journaux. Les données accessibles au public indiquent que les intervenants de l'industrie, comme Magazines Canada, l'Alberta Magazine Publishers Association, la Magazine Association of BC et Médias d'Info Canada, accueillent favorablement le soutien du gouvernement et les changements proposés au FCP<sup>14</sup>.

Cependant, étant donné que le processus de modernisation n'a été annoncé qu'à la fin de la période de l'évaluation, l'incidence de ces changements sur le FCP n'est pas connue à ce jour.

### **Approches dans d'autres juridictions**

L'évaluation a également examiné ce que d'autres pays ont mis en œuvre pour soutenir leurs industries respectives de magazines et de journaux. L'objectif n'était pas de procéder à un examen exhaustif, mais plutôt de mieux cerner les approches innovantes susceptibles d'aider les magazines et journaux non quotidiens à s'adapter à l'évolution de l'environnement médiatique.

---

<sup>11</sup> Patrimoine canadien, 2019.

<sup>12</sup> Trudeau, 2019.

<sup>13</sup> Patrimoine canadien, 2020c.

<sup>14</sup> Emmanuel, 2020; Magazines Canada, 2020.

---

## L'unicité du volet AE

La première constatation qui se dégage de cette exploration est que le type de soutien fourni par le volet AE semble être unique au Canada. L'évaluation n'a fait état d'aucun autre programme qui fournissait un financement par formule aux magazines imprimés payants admissibles, aux journaux communautaires (non quotidiens) imprimés et aux périodiques numériques pour soutenir les activités d'édition. Aucun autre programme n'a été trouvé qui ciblait spécifiquement les journaux communautaires, comme les journaux non quotidiens soutenus par le FCP. De nombreux pays utilisent un mélange de financements et de bourses pour soutenir une série de journalistes individuels, d'éditeurs et d'organisations médiatiques fournissant toute une gamme de produits et de services d'information.

## Programmes comparables au volet Innovation commerciale du FCP

L'objectif fondamental du volet Innovation commerciale consiste à soutenir l'innovation parmi les magazines imprimés et les éditeurs de périodiques numériques de petite et moyenne tailles. La recherche a permis d'inventorier trois programmes de financement offrant des soutiens similaires ou ayant des objectifs semblables à ceux du volet Innovation commerciale : le Digital News Innovation Fund, le Regional and Small Publishers Innovation Fund, et le Flemish Journalism Fund.

Bien qu'à une plus grande échelle, le Digital News Innovation Fund, qui fait partie de l'initiative Google News, soutient l'innovation dans les périodiques numériques<sup>15</sup>. Lancée en 2015, cette initiative du secteur privé est centrée sur quatre des principales difficultés auxquelles le secteur des médias est confronté : raconter des histoires locales, stimuler les revenus numériques, lutter contre la désinformation et explorer les nouvelles technologies<sup>16</sup>. Les dépenses admissibles comprenaient les coûts éditoriaux (par exemple, employés ou indépendants), les coûts de création d'actifs (tels que les licences), les coûts d'ingénierie (par exemple, le développement de produits, la gestion de projets, la conception de l'expérience utilisateur, la construction et la maintenance de bases de données et l'hébergement) et les dépenses de marketing.

Les propositions de financement du Digital News Innovation Fund devaient décrire leur incidence sur l'écosystème de la presse (par exemple, la production de journalisme original ou la création de nouvelles sources de revenus), l'utilisation de la technologie de manière innovante et transformatrice, ainsi que leur faisabilité et leur durabilité (plan d'affaires solide, indicateurs ou mesures de rendement clés, et présentation des principaux risques et stratégies d'atténuation)<sup>17</sup>.

Voici quelques exemples de projets financés par le Digital News Innovation Fund :

- Le *Gudbrandsdølen Dagingen* est un projet norvégien de magazine numérique destiné à un public de créneau (les Norvégiens qui passent leurs fins de semaine dans des communautés

---

<sup>15</sup> Initiative Google News, 2020a.

<sup>16</sup> Digital News Innovation Fund, 2018.

<sup>17</sup> Initiative Google News, 2020b.

---

rurales et dans des cabanes). Le projet a reçu 300 000 euros en 2017 pour évaluer comment il est possible de tirer profit du grand nombre de ces Norvégiens pour augmenter le lectorat. Le projet a permis à ce magazine numérique de créer un site Web sur abonnement afin que les personnes qui passent la fin de semaine puissent accéder à des renseignements locaux pertinents. Les abonnés paient 5 € par mois<sup>18</sup>.

- L'allemand *Tagesspiegel LEUTE* s'est vu attribuer 550 000 € en 2016 pour relever le défi de faire payer les utilisateurs pour un contenu d'information locale de grande valeur. Le financement a permis à cette publication d'engager 12 journalistes (un pour chacun des arrondissements de Berlin) qui rendent compte chaque semaine de la presse locale ainsi que des événements, de la culture, de la cuisine, etc. Depuis le lancement du projet, le nombre d'abonnements a augmenté de 40 %, passant de 93 000 à 130 000<sup>19</sup>.

Le Regional and Small Publishers Innovation Fund est administré par l'agence gouvernementale Australian Communications and Media Authority. Depuis 2018, le Fonds a distribué un total de 16 millions de dollars en différentes tailles de subventions (des petites subventions inférieures à 20 000 \$ aux plus importantes allant jusqu'à 1 000 000 \$) afin d'améliorer la capacité des petits éditeurs et des éditeurs régionaux à tirer des revenus de la production de journalisme d'intérêt public, de la promotion de l'innovation et de l'essai du journalisme numérique, ainsi que du soutien aux activités d'amélioration des affaires afin de renforcer la position financière des petits éditeurs de presse régionaux<sup>20</sup>. Voici quelques exemples de projets financés :

- *The Saturday Paper*, un journal hebdomadaire de Victoria, a reçu des subventions pour effectuer une évaluation de sa solution existante de gestion de la relation client et de ses processus internes de gestion de la clientèle; pour élaborer et mettre en œuvre des initiatives pilotes visant à mieux rejoindre les utilisateurs et à trouver des moyens de mieux se connecter avec les lecteurs et la communauté au sens large; pour concevoir un studio de médias numériques au siège de l'éditeur afin de créer et de publier du contenu vidéo et audio<sup>21</sup>.
- *The Forty South Publishing* est un magazine situé en Tasmanie qui a reçu une subvention pour améliorer son site Web actuel et acheter un système de gestion du contenu et un outil de gestion de la relation avec le client<sup>22</sup>.

Poursuivant des objectifs socialement engagés, le Fonds flamand pour le journalisme a été lancé en 2018 par l'Association flamande du journalisme et le gouvernement flamand<sup>23</sup>. Les subventions qu'elle a

---

<sup>18</sup> Fonds d'innovation pour l'information numérique, 2018, p. 29.

<sup>19</sup> Fonds d'innovation pour l'information numérique, 2018, p. 21.

<sup>20</sup> GrantConnect, 2018.

<sup>21</sup> Autorité australienne des communications et des médias, 2018.

<sup>22</sup> Autorité australienne des communications et des médias, 2019.

<sup>23</sup> journalismfund.edu, 2020.

---

accordées ont permis de soutenir l'innovation dans le journalisme et les initiatives de mise en commun des connaissances. Les projets financés à ce jour sont les suivants :

- Le *Wablieft gaat digital*, qui est un journal hebdomadaire publié à l'intention des personnes peu alphabétisées, des nouveaux arrivants, des personnes âgées et des personnes handicapées. Grâce aux 32 400 € qu'il a reçus, ce média a développé un site en ligne permettant à son public d'accéder à des renseignements pertinents. Auparavant, les personnes ayant de faibles compétences linguistiques devaient se contenter de sites d'information destinés aux enfants ou aux jeunes, qui ne correspondaient pas à leurs intérêts ni à leurs besoins.
- *Polar Project*, le premier magazine néerlandophone entièrement consacré au changement climatique<sup>24</sup>.

### **Programmes similaires au volet Initiatives collectives du FCP**

Le volet Initiatives collectives fournit un financement de projet aux organisations canadiennes de magazines imprimés payants, de journaux communautaires imprimés (non quotidiens) et de périodiques numériques pour des initiatives à l'échelle de l'industrie visant à accroître leur durabilité globale<sup>25</sup>.

L'examen des programmes d'autres territoires de compétence a permis de relever peu d'initiatives similaires. On peut dire qu'une partie du financement fourni par le Fonds pour l'innovation numérique vise à améliorer la capacité globale de l'industrie des médias (ou de segments particuliers), comme le démontrent les exemples suivants :

- *Mediabridge.org* est une plateforme numérique créée en 2019 qui met en relation les médias du Sud et du Nord concernant les reportages et les enquêtes produits par des journalistes locaux dans des zones de conflit ou des régions difficiles à atteindre. Mediabridge n'est pas un média, mais un espace permettant de créer des collaborations entre les médias du monde entier, afin de renforcer leur capacité globale à remplir leur mandat.
- *Bureau Local* a été créé en 2017 en tant que réseau d'investigation collaboratif comptant 1 100 membres à travers le Royaume-Uni, dont des organes de presse régionaux et nationaux, des reporters locaux, des blogueurs hyperlocaux, des technologues, des citoyens soucieux de leur communauté et des contributeurs spécialisés. Le réseau fait partie du Bureau of Investigative Journalism, une organisation à but non lucratif fondée en 2010 au Royaume-Uni pour dynamiser l'information locale. Avec le soutien du Digital Innovation Fund, l'équipe du Bureau Local a mis au point un ensemble d'outils que les journalistes de l'information régionale et nationale peuvent utiliser pour travailler avec des ensembles de données, allant d'instructions d'accès libre pour les reportages à des aperçus d'approches. Grâce à cette approche axée sur les données, les journalistes sont en mesure d'attirer l'attention sur des

---

<sup>24</sup> Deken, 2020.

<sup>25</sup> Patrimoine canadien, 2020b.

---

problèmes précédemment mis au jour. Elle intègre également des agents non traditionnels, tels que les citoyens à l'esprit civique et les blogueurs hyperlocaux, dans l'écosystème plus large de l'information<sup>26</sup>.

### Leçons apprises pour le FCP

L'examen des programmes mis en œuvre dans d'autres pays a illustré le fait que, même si les défis étaient largement similaires, les stratégies de soutien aux industries des magazines et des journaux étaient généralement adaptées pour refléter le contexte de chaque région et les objectifs particuliers poursuivis. Les diverses initiatives résumées dans ce rapport visaient à soutenir des approches novatrices afin d'aider le secteur à trouver de nouveaux modes de fonctionnement et à maintenir sa pertinence dans un environnement de plus en plus ouvert où les fournisseurs de renseignements, notamment locaux, changent et évoluent. Comme mentionné précédemment, cet examen n'a pas permis de relever d'autres programmes offrant un financement général et soutenu comme celui offert par le volet AE.

## 4.2. Optimisation des ressources internes

### Question d'évaluation :

Dans quelle mesure la prestation du FCP optimise-t-elle les ressources internes ?

### Constatation principale :

Des processus solides étaient en place pour gérer l'allocation des fonds du FCP. Cependant, le programme devait encore mettre en œuvre certaines mesures d'efficacité, notamment un portail de demandes en ligne et une meilleure répartition des demandes à l'AE tout au long de l'année.

### Principaux atouts

Bien que sa portée et son format aient évolué au fil des ans, le FCP est un programme mature qui bénéficie de mécanismes et de procédures de prestation solides. Les résultats de l'évaluation indiquent que le programme a systématiquement respecté ses normes de service au cours de la période, ce qui était particulièrement important pour le volet AE qui recevait environ 800 demandes par an. Comme il a été noté lors des entretiens menés avec les représentants du programme, le FCP collaborait avec une clientèle en grande partie récurrente, qui connaissait bien les processus du programme et les exigences de financement. Selon les représentants du programme, on estime que plus de 95 % des demandeurs du programme sont des demandeurs récurrents.

---

<sup>26</sup> Bureau of Investigative Journalism, 2020.

---

## Principaux défis

Malgré ces atouts, le FCP a été confronté à certains défis de conception et de prestation :

- Au moment de l'évaluation, le programme n'avait pas encore mis en place un processus de demande en ligne, et les cycles d'admission ont entraîné des problèmes de ressources administratives au cours de la période. Le processus de modernisation de PCH en ligne et la mise en œuvre de deux périodes d'admission pour les demandes d'AE devraient permettre de résoudre certains de ces défis. Le programme devrait être intégré au processus en ligne du Ministère en 2022-2023.
- Le volet AE n'a fonctionné qu'avec une seule admission par an, ce qui a monopolisé des ressources considérables et entraîné une répartition inégale des ressources administratives tout au long de l'année. Pour ce seul volet, l'équipe a traité environ 800 demandes sur papier soumises à la même période de l'année. Une fois le processus terminé, chaque lettre adressée aux bénéficiaires de l'AE était imprimée, signée et postée manuellement. Ces difficultés ne s'appliquaient pas aux volets Innovation commerciale et Initiatives collectives, car ceux-ci étaient ouverts tout au long de l'année (avec certaines restrictions quant à l'utilisation des fonds au cours de la même année que la demande), et le volume était considérablement plus faible.

Au cours des entretiens avec les informateurs clés, les représentants du programme ont indiqué que la modernisation prévue permettrait au volet AE d'avoir deux processus d'admission par an, afin de répartir plus équitablement la charge de travail associée au traitement de toutes les demandes d'AE.

## Données sur le rendement

En tant que programme mature, le FCP a mis en place une solide stratégie de mesure du rendement, qui soutient le suivi continu de l'allocation des ressources. En particulier, le volet AE fournit des données annuelles sur le rendement telles que les suivantes :

- Catégories de périodiques (magazines imprimés payants, journaux communautaires [non quotidiens] imprimés et périodiques numériques) ;
- Types de périodiques (consommation, arts, religions, commerce) et groupes ciblés (Autochtones, communautés ethnoculturelles, CLOSM, LGBTQ2S) ;
- Langue des périodiques (anglais, français, bilingue, autres) ; et
- Types de financement (subvention et contribution).

En plus de servir à la gestion continue du programme et à son évaluation cyclique, ces renseignements sur le rendement pourraient soutenir l'ACS Plus du programme.

### 4.3. Soutien fourni et impact sur l'industrie

#### Questions d'évaluation :

Comment le FCP a-t-il aidé les éditeurs canadiens pendant la période d'évaluation ?

Dans quelle mesure le FCP a-t-il amélioré la capacité de l'industrie canadienne des périodiques à s'adapter de façon appropriée aux nouvelles tendances ?

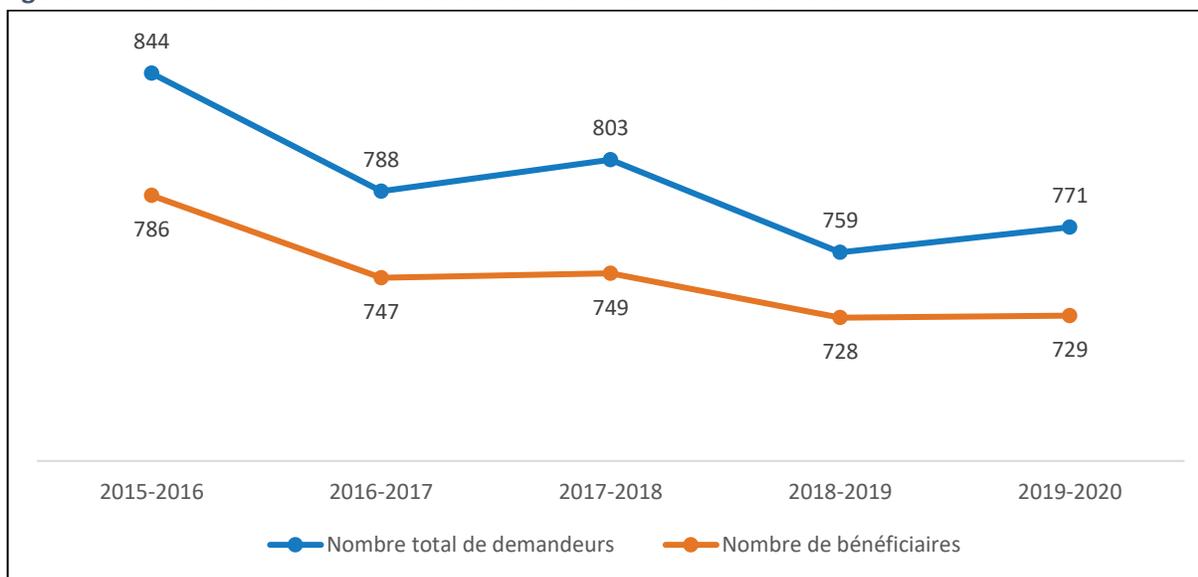
#### Constatation principale :

L'AE a fourni un financement stable et flexible qui a permis de soutenir les opérations en cours des magazines et des journaux non quotidiens financés. Le volet Innovation commerciale a atteint ses objectifs, à savoir aider les petites et moyennes organisations à s'adapter à l'évolution des conditions du marché des magazines imprimés et numériques. Les résultats indiquent que le programme a utilisé une définition large de l'innovation et que certains des projets financés ne correspondaient pas à l'opinion courante sur l'innovation. Quant au volet Initiatives collectives, il a fourni un financement complémentaire qui a profité à l'industrie.

#### Soutien fourni par le volet AE

Les résultats de l'évaluation indiquent que l'ensemble des bénéficiaires potentiels de l'AE a diminué au cours de la période d'évaluation. Selon les entretiens avec les représentants du programme, le facteur prédominant qui explique cette tendance est les revers économiques subis par l'industrie des périodiques. Malgré cette tendance et comme le démontre la figure 2, le volet AE a continué à fournir une assistance à plus de 700 périodiques dans le pays.

Figure 2 : Nombre de demandeurs et de bénéficiaires du financement de l'AE



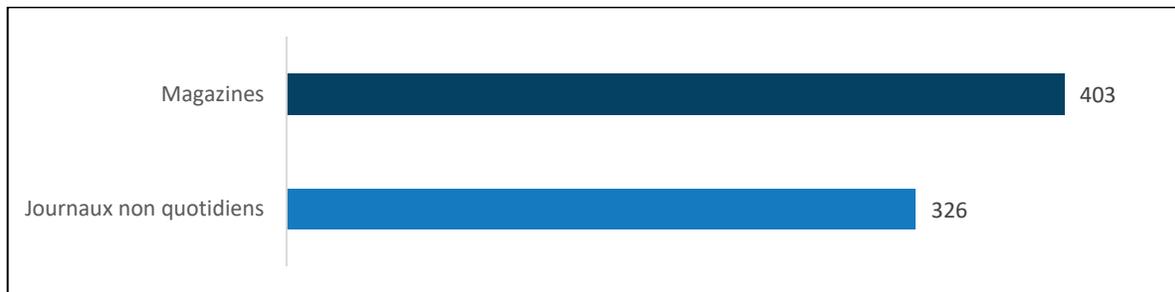
Source : Données administratives

Plusieurs facteurs sont pris en compte dans la formule de financement de l'AE. Par exemple, la taille d'une publication est prise en compte, de sorte que les petites publications reçoivent plus de financement par exemplaire vendu que les grandes publications. En outre, un plafond de 1,5 million de dollars limite le montant du financement que les grandes publications peuvent tirer du programme.

Les périodiques qui ciblent les lecteurs des CLOSM, autochtones, ethnoculturels et LGBTQ2S bénéficient également de mesures spéciales qui améliorent leur accès au volet AE. En effet, reconnaissant que ces périodiques ont un rôle clé à jouer dans les communautés qu'ils desservent, l'AE accorde à ces groupes une prime de 5 %, entre autres mesures, ce qui signifie qu'ils reçoivent plus de financement par exemplaire vendu que d'autres publications de taille similaire.

La répartition du financement entre les magazines imprimés payants, les journaux communautaires imprimés (non quotidiens) et les périodiques numériques était assez égale. Comme l'indique la figure 3, sur les 729 périodiques qui ont reçu un financement de l'AE en 2019-2020, un peu plus de la moitié (55 %) étaient des magazines, et la partie restante (45 %) était des journaux communautaires. Cette tendance est restée largement la même pendant toute la période d'évaluation.

**Figure 3 : Répartition des demandeurs d'AE en 2019-2020**

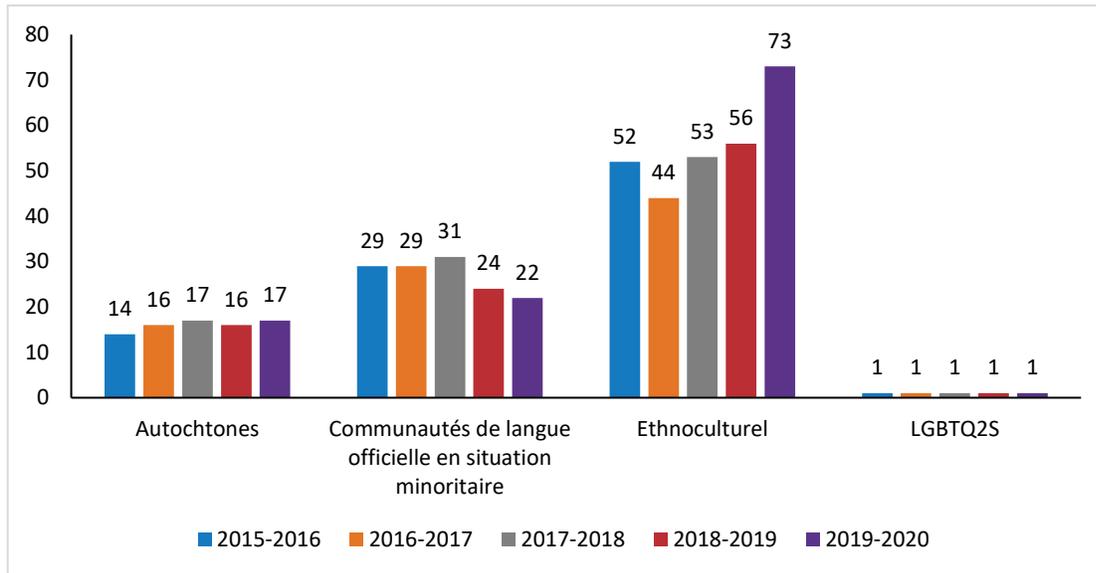


Source : Données administratives

En utilisant le même exercice financier (2019-2020), les données ont indiqué que 67 % des périodiques financés étaient publiés en anglais, tandis que 20 % étaient publiés en français. Les autres étaient soit bilingues (3 %), soit publiés dans d'autres langues (10 %). La tendance a été largement la même pour toute la période couverte par l'évaluation.

Quant aux périodiques publiés par les groupes ciblés, ils représentaient, en 2019-2020, 16 % (n= 113/729) du nombre total de périodiques financés. Les périodiques ethnoculturels constituaient le plus grand groupe financé (voir figure 4).

**Figure 4 : Nombre de titres financés provenant de groupes ciblés de 2015-2016 à 2019-2020**



Source : Données administratives du programme

De 2015-2016 à 2019-2020, presque tous les groupes ciblés ont vu leurs enveloppes de financement augmenter ainsi que leur nombre de titres soutenus par le programme (tableau 5). Les publications des CLOSM sont le seul groupe qui a vu son enveloppe financière diminuer légèrement en raison d’une baisse du nombre de titres qui ont reçu un soutien. Par exemple, l’enveloppe financière des CLOSM a diminué d’environ 2 % au cours des cinq années, mais le nombre de titres a chuté de près de 32 % (tableau 6).

**Tableau 5 : Financement (\$) des titres financés par les groupes ciblés, 2015-2016 à 2019-2020**

Groupes ciblés	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020
<b>Autochtones</b>	267 219 \$	399 727 \$	444 444 \$	431 176 \$	373 748 \$
<b>CLOSM</b>	818 204 \$	879 097 \$	964 020 \$	849 066 \$	799 384 \$
<b>Communautés ethnoculturelles</b>	1 638 124 \$	1 591 958 \$	1 907 621 \$	2 081 504 \$	5 861 063 \$
<b>LGBTQ2S</b>	25 070 \$	24 269 \$	28 174 \$	31 154 \$	28 365 \$

Source : Données administratives du programme

**Tableau 6 : Pourcentage (%) d'évolution du nombre de titres et des niveaux de financement par groupes ciblés, 2015-2016 à 2019-2020**

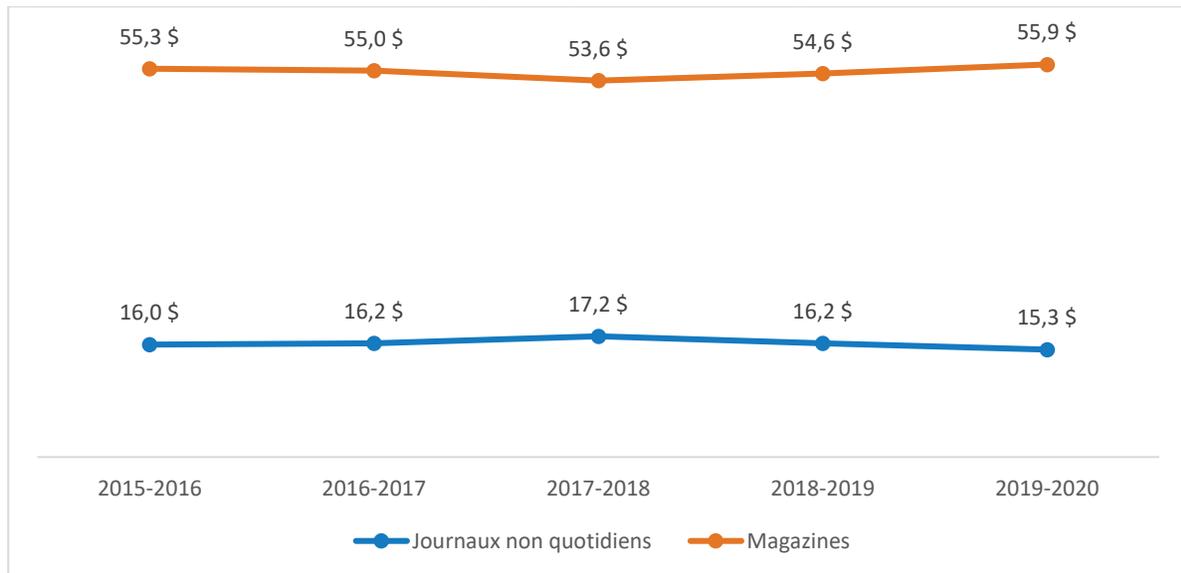
Titres financés par des groupes ciblés	Changement en % du nombre de titres 2015-2016 à 2019-2020	Changement en % des niveaux de financement 2015-2016 à 2019-2020
Autochtones	+17,6 %	+28,5 %
CLOSM	-31,8 %	-2,4 %
Communautés ethnoculturelles	+28,8 %	+72,0 %
LGBTQ2S	0,0 %	+11,6 %

Source : Données administratives du programme

Les périodiques des groupes cibles étaient principalement (65 %) des journaux communautaires, tandis que les 35 % restants étaient des magazines.

Comme l'indique la figure 5, si la répartition entre le nombre de journaux communautaires et de magazines financés était similaire, le niveau de financement lui-même était principalement dirigé vers les magazines, qui ont reçu 78,5 % du financement de l'AE en 2019-2020.

**Figure 5 : Niveau de financement fourni par AE (millions de dollars)**



Source : Données administratives

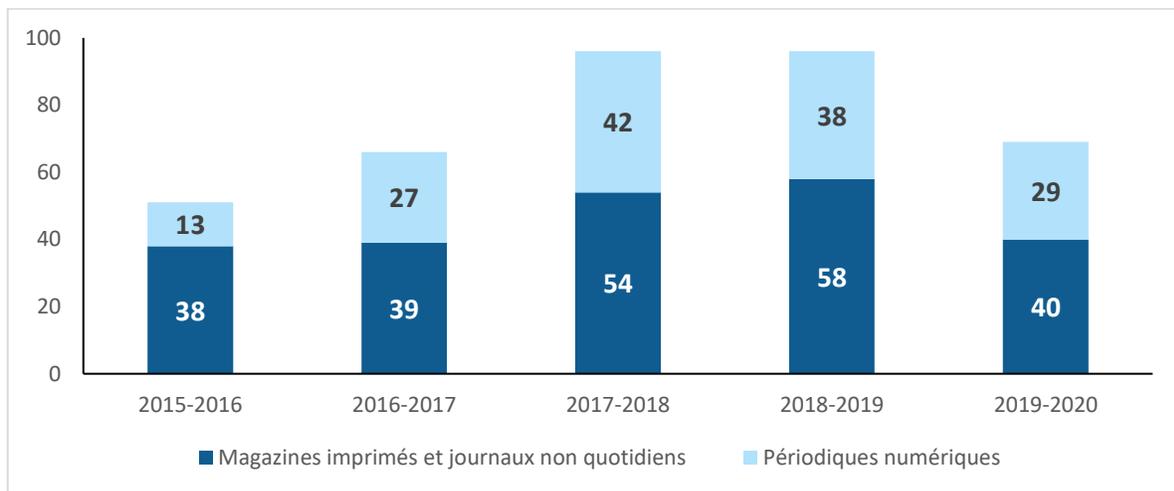
58 % du financement d'AE en 2019-2020 était destiné aux magazines publiés en anglais, tandis que les magazines publiés en français recevaient 31 % du financement, et les 11 % restants étaient destinés aux magazines bilingues ou publiés dans d'autres langues.

Enfin, la grande majorité du financement en 2019-2020 a été accordée aux magazines imprimés payants, aux journaux communautaires (non quotidiens) imprimés et aux périodiques numériques, situés au Québec (40 %) et en Ontario (40 %).

### Soutien fourni par le volet Innovation commerciale

Au cours de la période d'évaluation, le nombre de projets financés dans le cadre du volet Innovation commerciale a eu tendance à augmenter, en particulier parmi les périodiques numériques (voir figure 6). Le nombre de projets non financés a également augmenté sur la même période, passant de cinq (5) projets en 2015-2016 à 31 projets en 2018-2019.

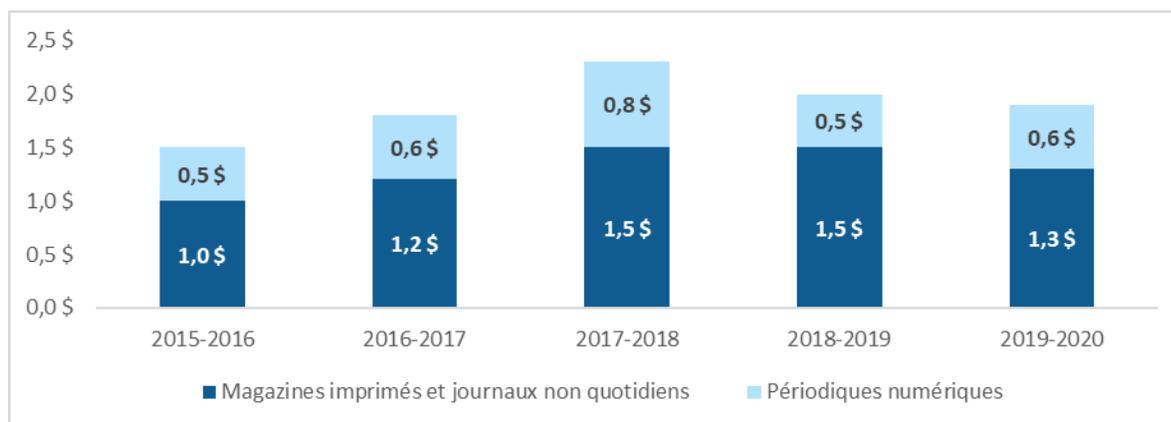
Figure 6 : Nombre de projets financés par le biais d'Innovation commerciale



Source : Données administratives

De 1,5 à 2,3 millions de dollars ont été approuvés chaque année pour des projets d'Innovation commerciale, et ce, tant pour les périodiques imprimés que numériques (voir figure 7). Le financement réel accordé à chaque projet était relativement limité : le financement moyen des projets s'élevait à 28 016 \$ pour les projets imprimés et à 25 819 \$ pour les projets numériques.

Figure 7 : Niveau de financement approuvé au titre d'Innovation commerciale (millions de dollars)



Source : Données administratives

Comme son titre l'indique, l'objectif du volet Innovation commerciale est de soutenir l'innovation parmi les éditeurs de magazines imprimés et de périodiques numériques de petite et moyenne tailles. Le Ministère définit l'innovation comme « la modification ou à la création de processus plus efficaces, de produits ou d'idées, pour augmenter la productivité, la performance et la viabilité<sup>27</sup> ».

L'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) définit l'innovation de produit comme « l'introduction d'un bien ou d'un service nouveau » et précise que « [c]e type d'innovation inclut aussi l'amélioration considérable de biens ou de services existants<sup>28</sup> ». Dans le même ordre d'idées, il définit l'innovation de procédé comme « la mise en œuvre de nouvelles méthodes de production ou de distribution, ainsi [que] l'amélioration de méthodes de production ou de distribution existantes<sup>29</sup> ». De plus, le programme mis en œuvre dans d'autres juridictions et décrit dans la sous-section 4.1 du présent rapport illustre la gamme d'approches novatrices qui peuvent être soutenues en ce qui concerne les périodiques.

L'évaluation a révélé qu'un large éventail de projets ont reçu un financement au titre du volet Innovation commerciale, y compris certains qui présentaient un niveau d'innovation limité. Par exemple, le volet Innovation commerciale a généralement financé des modifications et des mises à jour de sites Web (y compris des mises à jour pour rendre les sites Web conviviaux pour les téléphones portables ou pour permettre des transactions financières), l'élaboration d'une stratégie pour les médias sociaux, des enquêtes sur le lectorat potentiel, le changement de marque ou d'autres activités d'étude de marché. Bien que ces projets se situent en dehors des activités régulières d'édition, de production et de distribution et qu'ils puissent être intrinsèquement précieux, ils s'harmonisent de façon limitée aux idées communément partagées sur l'innovation.

<sup>27</sup> Patrimoine canadien, 2020d.

<sup>28</sup> Meige, 2009

<sup>29</sup> Ibid.

Cependant, comme il a été noté lors des entretiens, le financement limité alloué à chaque projet ainsi que la taille et la capacité financière des organisations peuvent avoir limité la capacité des bénéficiaires à mettre en œuvre des produits ou des processus plus innovants.

### Soutien fourni par le volet Initiatives collectives

Au cours de la période d'évaluation, de 14 à 21 projets ont été financés chaque année au titre du volet Initiatives collectives (voir figure 8).

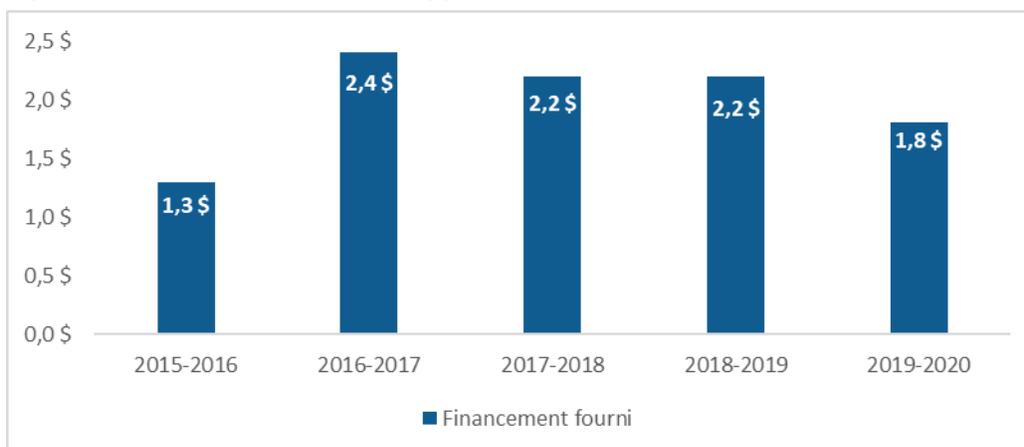
Figure 8 : Nombre de projets financés au titre d'Initiatives collectives



Source : Données administratives

Cela représente un financement moyen de 2 millions de dollars par an pour ce volet, et une moyenne de 111 335 \$ par projet approuvé.

Figure 9 : Niveau de financement approuvé au titre d'Innovation commerciale (millions de dollars)



Source : Données administratives

Il s'agit de projets fondés sur des organisations qui améliorent l'efficacité collective dans la création, la publication et la distribution des périodiques canadiens et cela soutient leur compétitivité.

## 4.4. Analyse comparative entre les sexes plus

### Question d'évaluation :

Dans quelle mesure la gestion du FCP a-t-elle intégré une analyse comparative entre les sexes plus ?

### Constatation principale :

Au cours de la période d'évaluation, le FCP n'avait pas intégré l'ACS Plus dans ses processus de gestion courante. Compte tenu de la nature du programme et des politiques et priorités du gouvernement, une telle analyse semble particulièrement pertinente. Il semble que le FCP ait tenu compte de l'ACS Plus dans une certaine mesure, car elle cible directement certains groupes (p. ex., Autochtones, ethnoculturels, LGBTQ2S et CLOSM).

La Politique sur les résultats du gouvernement fédéral exige que, dans l'établissement de leur stratégie de mesure du rendement, les gestionnaires de programmes incluent, le cas échéant, une ACS Plus. Il est également exigé que, dans la planification de l'évaluation de leurs programmes, les organismes tiennent compte de l'ACS Plus.

Le FCP recueille des données administratives désagrégées par type de périodique et par géographie au moyen des exigences de déclaration des candidats. Ces données sont recueillies à l'échelle de l'éditeur uniquement.

L'évaluation a indiqué que, bien que le FCP n'ait pas encore intégré officiellement une ACS Plus dans ses processus de programme en cours, le programme a entrepris une analyse informelle de l'ACS Plus du FCP. L'analyse a révélé que, bien que l'incidence du FCP soit équilibrée entre les sexes, il cible directement certains groupes (par exemple, les publics autochtones, ethnoculturels, LGBTQ2S et les CLOSM). Dans le cadre de son processus de modernisation, le FCP cherchera à améliorer l'accès au contenu pour les publics vivant dans des régions éloignées où le haut débit est disponible, mais où la distribution physique est coûteuse, améliorant ainsi l'accessibilité du programme<sup>30</sup>.

---

<sup>30</sup> Patrimoine canadien, s.d.

---

## 5. Conclusions

### Pertinence

Le FCP est une composante essentielle du soutien global apporté par le gouvernement fédéral à l'industrie des périodiques, avec un accent particulier sur les magazines imprimés payants, les journaux communautaires (non quotidiens) imprimés ainsi que les périodiques numériques, et une présence croissante des périodiques numériques. Grâce à un soutien financier stable d'environ 75 millions de dollars par an, le programme a répondu aux besoins importants de ses bénéficiaires ciblés, ce qui a joué un rôle essentiel pour garantir que les Canadiens aient accès à un contenu d'actualité canadien pertinent.

Le FCP aide le secteur à résoudre les difficultés liées à la baisse des recettes publicitaires et de la distribution dans un marché de plus en plus numérique. Au cours de la période d'évaluation, PCH a entrepris de moderniser le programme afin de mieux répondre aux réalités nouvelles et émergentes des industries des magazines et des journaux communautaires. Le FCP modernisé donne la priorité aux activités qui mènent à la production d'un contenu éditorial et journalistique canadien de qualité, quelle que soit la plateforme utilisée.

### Conception et prestation

Le FCP bénéficie d'une structure de prestation des programmes solide et bien établie. Cependant, le programme n'avait pas mis en place un processus de demande en ligne pendant la période de l'évaluation, et les cycles d'admission ont conduit à des allocations de ressources administratives inégales pour le volet AE au cours des années. Le processus de modernisation devrait permettre de résoudre certains de ces défis, notamment grâce à deux processus d'admission pour les demandes d'AE.

Le FCP a mis en place une solide stratégie de mesure du rendement, qui fournit des renseignements détaillés sur la portée du programme. Cette stratégie a permis de soutenir la gestion continue du programme et pourrait servir de base à l'ACS Plus.

### Efficacité du programme

Malgré plusieurs défis rencontrés par l'industrie, le volet AE a réussi à fournir un soutien significatif à une grande partie des organisations admissibles. Le changement d'orientation mis en œuvre dans le cadre du processus de modernisation entraînera inévitablement des changements dans le niveau de soutien fourni aux bénéficiaires admissibles. En outre, le nombre de bénéficiaires de l'AE pourrait augmenter, avec l'ajout du nouveau volet exclusivement numérique. La mesure dans laquelle cela permettra d'atteindre l'équilibre souhaité entre l'objectif de promotion du contenu canadien et la garantie de la durabilité de l'industrie des journaux non quotidiens et des magazines payants reste à être évaluée.

Les volets Innovation commerciale et Initiatives collectives ont apporté un soutien complémentaire, y compris un niveau croissant de participation des périodiques numériques. Le volet Innovation

---

commerciale a atteint ses objectifs. Toutefois, étant donné la définition large de l'innovation utilisée, certains des projets financés ne seraient pas considérés comme innovants selon l'opinion courante. Un examen des programmes mis en œuvre dans d'autres pays a permis d'illustrer une série d'approches mieux harmonisées avec les définitions communes de l'innovation, et qui pourraient également aider les journaux et magazines non quotidiens à s'adapter à l'environnement changeant dans lequel opèrent tous les médias.

### **Considération à l'échelle du gouvernement**

Au moment de l'évaluation, le FCP n'avait pas encore formellement mis en œuvre un processus d'ACS Plus dans la gestion courante de ses activités. Les objectifs poursuivis par le FCP, ainsi que les données existantes recueillies, sont révélateurs d'un fondement solide qui aiderait le programme à réaliser une telle analyse. Cette analyse pourrait éventuellement être intégrée au processus de modernisation.

Néanmoins, Patrimoine canadien a récemment entrepris une ACS Plus informelle du FCP qui a révélé que, bien que l'impact du FCP soit équilibré entre les sexes, il cible directement certains groupes. Le processus de modernisation devrait améliorer encore l'accès aux contenus pour les publics vivant dans des régions éloignées où le haut débit est disponible, mais où la distribution physique est coûteuse.

## 6. Recommandations, réponse de la direction et plan d'action

À la lumière des résultats et des conclusions de cette évaluation, deux recommandations sont formulées pour traiter les domaines qui nécessitent une attention particulière afin de garantir la pertinence et le rendement continus du FCP.

Recommandation 1
L'évaluation recommande que la sous-ministre adjointe, Secteur des affaires culturelles, explore les options et mette en œuvre de nouvelles approches au sein du volet Innovation commerciale afin de maximiser les possibilités d'innovation pour les bénéficiaires dans des conditions de marché changeantes.
Réponse de la direction
Le Secteur des affaires culturelles accepte cette recommandation. Le volet Innovation commerciale a historiquement soutenu une série de projets qui ont donné des résultats innovants pour les éditeurs et leur ont permis de développer leur activité et d'atteindre de nouveaux lecteurs; toutefois, le programme reconnaît qu'il existe des possibilités d'innovation supplémentaires. Le programme révisera les types de projets qu'il soutient et examinera les pratiques exemplaires et les exemples d'autres pays mentionnés dans le rapport d'évaluation afin de maximiser les possibilités d'innovation des bénéficiaires. Le programme reconnaît que les magazines et les journaux communautaires canadiens subissent des pressions financières supplémentaires en raison de la pandémie de COVID-19, ce qui peut limiter la capacité des éditeurs à innover à court terme. Le résultat de cet examen pourrait également conduire le programme à donner la priorité à certains types de projets. En outre, le programme s'engagera auprès des intervenants afin de sensibiliser les éditeurs et de les encourager à entreprendre des projets innovants.

**Tableau 7 : Recommandation 1 – Plan d'action**

Point du plan d'action	Livrable	Échéance	Responsable
1.1 Procéder à un examen des projets antérieurs financés par Innovation commerciale et des exemples d'autres pays mentionnés dans le rapport d'évaluation afin d'examiner les possibilités de maximiser l'innovation.	1.1.1. Rapport de synthèse sur les résultats (liste des projets Innovation commerciale financés au cours des cinq dernières années et résultats et exemples d'autres pays	Avril 2022	Directeur,  Politique et programmes de l'édition des périodiques

Point du plan d'action	Livrable	Échéance	Responsable
	mentionnés dans le rapport d'évaluation).		
	1.1.2. Rapport intermédiaire (détermination des types de projets à traiter en priorité).	Mai 2022	Directeur, Politique et programmes de l'édition des périodiques
	1.1.3. Rapport avec possibilités de mise en œuvre.	Juillet 2022	Directeur, Politique et programmes de l'édition des périodiques
1.2 Communiquer avec les intervenants de l'industrie et les associations régionales pour faire connaître la raison d'être du volet Innovation commerciale, clarifier les objectifs et fournir des conseils sur les types de projets innovants qui ont été soutenus et ont donné des résultats.	1.2.1 Stratégie de communication et de sensibilisation approuvée par la DG.	Novembre 2022	Directeur, Politique et programmes de l'édition des périodiques
<b>Date de mise en œuvre complète : Novembre 2022</b>			

## Recommandation 2

L'évaluation recommande que la sous-ministre adjointe, Secteur des affaires culturelles, entreprenne la réalisation d'une analyse comparative entre les sexes afin de s'assurer que le programme du FCP soit harmonisé avec les besoins émergents et préférences des groupes divers.

## Réponse de la direction

Le Secteur des affaires culturelles accepte cette recommandation.

Dans le contexte de la pandémie de COVID-19, le programme a lancé et achevé la dernière mise à jour de son ACS Plus de 2018 en janvier 2021. Cet examen comprenait une analyse de l'impact des résultats attendus sur un large éventail de caractéristiques démographiques, ainsi que des avantages indirects, des avantages à long terme et de l'impact négatif potentiel des programmes. Le programme poursuivra son travail en reconnaissant les besoins importants et les préférences des divers groupes en examinant la situation particulière et l'environnement commercial des éditeurs desservant les diverses communautés; le programme participera à l'examen du programme Équité, diversité et inclusion du ministère du Patrimoine canadien, et mènera des initiatives de recherche spécialisées sur ces communautés, y compris les marchés du Canada anglophone et du Québec, ainsi que les CLOSM, les communautés ethnoculturelles et autochtones.

**Tableau 8 : Recommandation 2 – Plan d'action**

Point du plan d'action	Livrable	Échéance	Responsable
2.1 Réaliser un examen actualisé de l'analyse comparative entre les sexes du FCP.	2.1.1. Rapport de l'ACS.	Janvier 2021 (Complété)	Directeur, Politique et programmes de l'édition des périodiques
2.2 Le Ministère procédera à un examen de ses programmes afin de repérer les obstacles systémiques à l'accès aux programmes pour les communautés défavorisées sur le plan de l'équité, de contribuer à leur élimination et d'aider les secteurs à élaborer leurs propres approches pour améliorer l'équité, la diversité et l'inclusion. Le programme du FCP sera inclus dans cet examen afin de cerner les possibilités d'améliorer l'accès à l'échelle des programmes et des politiques.	2.2.1. Examen du FCP en matière d'équité, de diversité et d'inclusion.	Octobre 2022	Directeur, Politique et programmes de l'édition des périodiques
2.3 Mener des recherches propres aux communautés pour mieux comprendre	2.3.1. Rapport de synthèse sur les	Janvier 2023	Directeur, Politique et

Point du plan d'action	Livrable	Échéance	Responsable
l'environnement opérationnel, les besoins et les priorités des groupes cibles, en particulier les communautés autochtones, ethnoculturelles et les CLOSM.	résultats des enquêtes, les entretiens, les recherches et l'examen en matière d'équité, de diversité et d'inclusion.		programmes de l'édition des périodiques
	2.3.2. Rapport avec possibilités de mise en œuvre.	Mars 2023	Directeur, Politique et programmes de l'édition des périodiques
2.4 Communiquer avec les intervenants de l'industrie et les associations régionales sur les résultats de l'examen et les plans de mise en œuvre, le cas échéant.	2.4.1 Stratégie de communication et de sensibilisation approuvée par le DG.	Juillet 2023	Directeur, Politique et programmes de l'édition des périodiques
<b>Date de mise en œuvre complète : Juillet 2023</b>			

## Annexe A : Cadre d'évaluation

Le cadre d'évaluation ci-dessous présente les questions et les indicateurs d'évaluation ainsi que les méthodes de collecte de données qui ont été utilisées dans la conduite de l'évaluation.

### Question 1 : Pertinence : comment le FCP répond-il aux besoins de l'industrie des périodiques canadiens ?

Indicateurs	Revue documentaire et littéraire	Examen des données administratives	Entretiens (internes)
Harmonisation entre les besoins de l'industrie et les activités du FCP	X		
Approches et pratiques exemplaires dans d'autres territoires de compétence pour soutenir l'industrie des périodiques	X		

### Question 2 : Conception et exécution : dans quelle mesure la prestation du FCP optimise-t-elle les ressources internes ?

Indicateurs	Revue documentaire et littéraire	Examen des données administratives	Entretiens (internes)
Forces et faiblesses de la structure actuelle d'exécution du programme	X		X
Niveau de conformité aux normes de service	X		X
Preuve de la stratégie de mesure du rendement	X		X

Indicateurs	Revue documentaire et littéraire	Examen des données administratives	Entretiens (internes)
Pratiques exemplaires et domaines à améliorer pour la prestation du programme	X		X

**Question 3 : Efficacité : comment le FCP a-t-il aidé les éditeurs canadiens pendant la période d'évaluation ?**

Indicateurs	Revue documentaire et littéraire	Examen des données administratives	Entretiens (internes)
Nombre annuel de bénéficiaires financés par volet du programme		X	
Niveau de financement fourni par volet du programme		X	

**Question 3 : Efficacité : dans quelle mesure le FCP a-t-il amélioré la capacité de l'industrie canadienne des périodiques à s'adapter adéquatement aux nouvelles tendances ?**

Indicateurs	Revue documentaire et littéraire	Examen des données administratives	Entretiens (internes)
Gamme des besoins satisfaits par le programme pendant la période d'évaluation	X	X	X

Indicateurs	Revue documentaire et littéraire	Examen des données administratives	Entretiens (internes)
Caractéristiques principales des demandeurs financés (catégories, répartition régionale, langue, etc.)	X	X	X
Nature des projets financés dans le cadre des volets Innovation commerciale et Initiatives collectives	X	X	X

**Question 4 : Considérations politiques pangouvernementales : dans quelle mesure la gestion du FCP a-t-elle intégré une analyse comparative entre les sexes plus ?**

Indicateurs	Revue documentaire et littéraire	Examen des données administratives	Entretiens (internes)
Preuve que le programme a effectué une analyse comparative entre les sexes plus pour guider la gestion continue du FCP	X		X
Preuve de la prise en compte du niveau d'accès au FCP et de ses avantages pour divers groupes de femmes, d'hommes et de personnes non binaires.	X		X

---

## Annexe B : Bibliographie

Australian Communications and Media Authority. (2018). *Innovation Fund – Summary of Round One Grantees – December 2018*. [https://www.acma.gov.au/sites/default/files/2019-10/Innovation-Fund\\_Round-One\\_results-pdf.pdf](https://www.acma.gov.au/sites/default/files/2019-10/Innovation-Fund_Round-One_results-pdf.pdf)

Australian Communications and Media Authority. (2019). *Innovation Fund—Summary of Regional Grant Opportunity Grantees : October 2019*. <https://www.acma.gov.au/sites/default/files/2019-12/Summary-of-RGO-grantees.docx>

Bureau of Investigative Journalism. (2020). *About Bureau Local*. <https://www.thebureauinvestigates.com/explainers/about-the-project>

Patrimoine canadien. (s.d.). ACS+.

Patrimoine canadien. (2015). *Évaluation du Fonds du Canada pour les périodiques (FCP) pour la période de 2010-2011 à 2014-2015*.

Patrimoine canadien. (2019). Politique et programmes de l'édition des périodiques.

Patrimoine canadien. (2020a). *Lignes directrices sur la présentation des demandes — Aide aux éditeurs*. <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/financement/fonds-periodiques/periodique-numerique/lignes-directrices.html>

Patrimoine canadien. (2020b). *Lignes directrices sur la présentation des demandes – Initiatives collectives*. <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/financement/fonds-periodiques/initiatives-collectives/lignes-directrices.html>

Patrimoine canadien. (2020c, 18 février). *Modernisation du Fonds du Canada pour les périodiques : s'adapter à l'ère numérique* [Communiqué de presse]. <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/nouvelles/2020/02/modernisation-du-fonds-du-canada-pour-les-periodiques-sadapter-a-ler-numerique.html>

Patrimoine canadien. (2020d, 25 février). *Lignes directrices sur la présentation des demandes – Innovation commerciale*. <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/financement/fonds-periodiques/innovation-commerciale/lignes-directrices.html#a9>

Patrimoine canadien. (2020e, 21 juillet). *Mesures spéciales pour appuyer le journalisme 2021 — Fonds du Canada pour les périodiques*. <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/financement/fonds-periodiques/mesures-speciales-journalisme.html>

Deken, J. D. (2020). *About the Polar Project*. <https://www.polarproject.be/about-polar-project>

---

Digital News Innovation Fund. (2018). *Elevating quality journalism : Digital News Innovation Fund Report 2018*. <https://newsinitiative.withgoogle.com/dnifund/report/>

Emmanuel, R. (2020, 25 février). *Modernized federal fund will support the creation of Canadian content, industry groups say*. iPolitics. <https://ipolitics.ca/2020/02/25/modernized-federal-fund-will-support-the-creation-of-canadian-content-industry-groups-say/>

Google News Initiative. (2020a). *Building a stronger future for journalism*. <https://newsinitiative.withgoogle.com/>

Google News Initiative. (2020b). *Frequently asked questions about the DNI Fund*. [https://newsinitiative.withgoogle.com/dnifund/participate/faqs/#faq\\_faq-1](https://newsinitiative.withgoogle.com/dnifund/participate/faqs/#faq_faq-1)

Google News Initiative. (2020c). *News Mavens—Women Choose The News*. Digital News Innovation Fund. <https://newsinitiative.withgoogle.com/dnifund/dni-projects/news-mavens-women-choose-news/>

GrantConnect. (2018). *Archived Grant Opportunity View*. <https://www.grants.gov.au/?event=public.GO.show&GOUUID=0BC74D89-95C4-A769-3982211F913C5FDA>

journalismfund.eu. (2020). *Flemish Journalism Fund*. <https://www.journalismfund.eu/flemish-journalism-fund>

Magazines Canada. (2020, 21 février). *Le gouvernement du Canada annonce la modernisation du FCP, un appui solide aux magazines canadiens*. Magazines Canada. <https://magazinescanada.ca/fr/news/le-gouvernement-du-canada-annonce-la-modernisation-du-fonds-du-canada-pour-les-periodiques-et-un-soutien-vigoureux-des-magazines-canadiens/>

Meige, A. (2009, 10 novembre). *What is Innovation? Open Organization*. <https://open-organization.com/en/2009/11/10/what-is-innovation/>

Forum des politiques publiques. (2017). *Le miroir éclaté : Nouvelles, démocratie et confiance dans l'ère numérique*.

Trudeau, J. (2019). *Lettre de mandat du ministre du Patrimoine canadien*.