



I. Rapport sur l'utilisation de l'aide financière

À remplir par les bénéficiaires du volet Aide au contenu rédactionnel (ACR) 2009-2010 du Fonds du Canada pour les magazines (FCM). Ce rapport doit être signé par l'ÉDITEUR du magazine et doit être envoyé avant le **31 juillet 2010**.

Définition des termes « dépenses supplémentaires » et « dépenses maintenues »

- Les **dépenses supplémentaires** sont des dépenses effectives, dépassant les dépenses rédactionnelles habituellement planifiées. À titre d'exemple, il s'agirait d'une dépense supplémentaire dans le cas où vous n'aviez pas l'intention d'embaucher un rédacteur à temps plein, mais avez décidé de le faire grâce à l'aide financière du FCM.
- Les **dépenses maintenues** sont des dépenses engagées que vous effectuez habituellement et qui sont défrayées grâce à la contribution du FCM.

Directives

- 1) Le montant d'argent dont il est rendu compte dans la Partie 1 doit être égal au montant de la contribution du FCM, y compris les dépenses supplémentaires et maintenues. Le montant d'argent ne doit pas dépasser la somme totale de la contribution.
- 2) Les montants indiqués sous les colonnes «dépenses supplémentaires» et «dépenses maintenues» devraient inclure les dépenses effectives engagées entre avril 2009 et mars 2010.
- 3) Dans la Partie 2, il y va de l'intérêt de l'éditeur de décrire dans le détail les effets de la contribution du FCM sur son magazine. Ce rapport aidera le ministère du Patrimoine canadien à évaluer l'efficacité du programme de contributions en tenant compte de ses objectifs. Utilisez les espaces prévus et joignez des feuilles distinctes au besoin seulement.
- 4) Remplissez toutes les sections pertinentes. Certaines catégories se recoupent. Ne rendez pas compte d'un montant plus d'une fois. N'utilisez que les catégories qui décrivent le mieux la situation.

Titre du magazine :		09/10 E0
Depuis combien d'années bénéficiez-vous de l'aide financière de l'ACR?		
A	Montant de la contribution reçue en mars/avril 2010	\$
B	Dépenses rédactionnelles supplémentaires	\$
C	Dépenses rédactionnelles maintenues	\$
Note : Le pourcentage des dépenses déclaré doit être exactement égal à 100 % de la contribution reçue.		
$\left(\frac{\text{B} + \text{C}}{\text{A}} \right) \times 100 = \text{\%}$		

Partie 1 – Argent déboursé au titre des dépenses rédactionnelles canadiennes admissibles

I. Pigistes et contractuels	B		C	
	Dépenses supplémentaires		Dépenses maintenues	
	#	\$	#	\$
Écrivains		\$		\$
Rédacteurs		\$		\$
Éditeurs		\$		\$
Concepteurs, graphistes, spécialistes de la mise en page		\$		\$
Photographes, illustrateurs		\$		\$
Directeurs artistiques/coordonnateurs		\$		\$
Correcteurs d'épreuves		\$		\$
Recherchistes		\$		\$
Contrôleurs de données factuelles		\$		\$
Typographes		\$		\$
Traducteurs		\$		\$
Total		\$		\$

Total des dépenses effectives liées aux services de pigistes et de contractuels :		\$
Réservoir de pigistes plus large	Par ex. : Si les écrivains pigistes venaient de certaines provinces et régions ou de certains territoires jusque-là et que ce réservoir s'est étendu à d'autres provinces, régions et territoires.	Remarques:
Honoraires plus élevés versés aux pigistes	Remarques:	
Honoraires professionnels augmentés	Dans quels domaines les paiements ont-ils augmenté (type de service)?	Remarques:

II. Personnel rédactionnel	B		C	
TPA = Nbre de Employé à temps partiel TPL = Nbre de Employé à temps plein	Dépenses supplémentaires		Dépenses maintenues	
	#	\$	#	\$
Écrivains	TPA		TPA	
	TPL		TPL	
Rédacteurs	TPA		TPA	
	TPL		TPL	
Éditeurs	TPA		TPA	
	TPL		TPL	
Concepteurs, graphistes, spécialistes de la mise en page	TPA		TPA	
	TPL		TPL	
Photographes, illustrateurs	TPA		TPA	
	TPL		TPL	
Directeurs artistiques/coordonnateurs	TPA		TPA	
	TPL		TPL	
Correcteurs d'épreuves	TPA		TPA	
	TPL		TPL	
Recherchistes	TPA		TPA	
	TPL		TPL	
Contrôleurs de données factuelles	TPA		TPA	
	TPL		TPL	
Typographes	TPA		TPA	
	TPL		TPL	
Traducteurs	TPA		TPA	
	TPL		TPL	
Total	TPA		TPA	
	TPL		TPL	
Total des dépenses effectives liées aux services du personnel rédactionnel :				\$

Rémunération supérieure du personnel rédactionnel	Remarques:	(B) (augmentation totale)
Avantages sociaux augmentés	Remarques:	(B) (augmentation totale)
Total des dépenses effectives liées à la rémunération supérieure ou aux avantages sociaux augmentés :		\$

Augmentation des tâches du personnel rédactionnel	Remarques:
---	------------

Augmentation du nombre d'heures de travail du personnel	Remarques:	
Capacité de payer les bénévoles contribuant au contenu rédactionnel	Des bénévoles ont-ils fait partie des pigistes rémunérés ou du personnel rédactionnel rémunéré après le versement de la contribution du FCM?	Remarques:

III. Dépenses rédactionnelles diverses	B	C
	Dépenses supplémentaires	Dépenses maintenues
Frais de déplacement au titre du contenu rédactionnel		
Frais de perfectionnement professionnel du personnel rédactionnel (sauf frais de déplacement)		
Frais de salons commerciaux/conférences (sauf frais de déplacement)		
Achat de droits		
Achat d'articles		
Abonnements à des publications		
Frais d'abonnement à des agences de presse		
Recherches		
Étude/enquête sur les lecteurs		
Total	\$	\$
Total des dépenses rédactionnelles diverses :		\$

IV. Catégories supplémentaires de contenu rédactionnel		
Augmentation du contenu rédactionnel canadien	<input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non	Remarques:
Articles, rubriques, chroniques, sections et thèmes de plus grande qualité	<input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non	Remarques:
Expansion de la portée du magazine/augmentation du nombre de thèmes	<input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non	Remarques:
Introduction ou augmentation du nombre d'articles dans une autre langue	<input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non	Remarques:
Augmentation du ratio contenu rédactionnel/publicité	<input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non	de %/ % à %/ % réd. pub. réd. pub.
Prix obtenus	#	Veuillez préciser :

V. Nouvelle conception (Cochez toutes les cases des catégories qui conviennent.)			
<input type="checkbox"/>	Augmentation du budget de création (général)	<input type="checkbox"/>	Nouveau logo
<input type="checkbox"/>	Nouvelle conception	<input type="checkbox"/>	Utilisation plus fréquente de photos et d'illustrations
<input type="checkbox"/>	Nouvelle mise en page	<input type="checkbox"/>	Nouvelle conception de la couverture
<input type="checkbox"/>	Plus de couleurs	<input type="checkbox"/>	Achat de nouvelles polices de caractère

Partie 2 – Effets de la contribution sur la diffusion, les revenus publicitaires et le lectorat

En quoi les améliorations apportées au contenu rédactionnel grâce à la contribution du FCM ont-elles permis d'améliorer la diffusion?

I. Effets sur la diffusion			
Meilleure diffusion <input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non	Si oui, veuillez indiquer le changement observé en moyenne dans la diffusion.	% (augmentation)	Remarques:
Augmentation du nombre d'abonnements	% (augmentation)	Remarques:	
Augmentation du taux de renouvellement	% (augmentation)	Remarques:	
Augmentation du taux de conversion de la diffusion non payée à la diffusion payée	% (augmentation)	Remarques:	
Obtention d'un placement dans les kiosques à journaux	Remarques:		
Augmentation des ventes en kiosque	% (augmentation)	Remarques:	
Meilleure visibilité dans les kiosques à journaux	La publication a-t-elle été placée dans un endroit optimal dans le kiosque comparativement à ce qui a été fait auparavant?	Remarques:	
Meilleure distribution	Le statut de la publication s'est-il amélioré? Avez-vous un nouveau distributeur depuis les changements apportés au contenu rédactionnel?	Remarques:	
Nouvelles zones géographiques touchées	La distribution s'est-elle étendue à de nouvelles zones géographiques? Veuillez préciser le ou les endroits.	Remarques:	
Augmentation de la demande sur les marchés étrangers	La demande sur les marchés étrangers actuels ou nouveaux a-t-elle augmenté?	% (augmentation)	Remarques :

En quoi les améliorations apportées au contenu rédactionnel grâce à la contribution du FCM ont-elles permis d'améliorer les revenus publicitaires?

II. Effets sur les revenus publicitaires			
Augmentation des revenus publicitaires <input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non	Si oui, veuillez indiquer le changement observé en moyenne dans les revenus publicitaires par numéro.	% (augmentation)	Remarques:
Nouveaux annonceurs	Remarques:		
Meilleurs moyens d'attirer des annonceurs	Remarques:		

Création/amélioration de la carte de tarifs	Remarques:
---	------------

En quoi les améliorations apportées au contenu rédactionnel grâce à la contribution du FCM ont-elles permis d'améliorer le lectorat?

III. Effets sur le lectorat			
Augmentation du nombre de lecteurs <input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non	Si oui, veuillez indiquer le changement observé en moyenne dans le nombre de lecteurs par numéro.	% (augmentation)	Remarques:
Le magazine a attiré de nouveaux types de lecteurs	<input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non	Remarques:	

IV. Sondage	
1)	Le contenu rédactionnel a-t-il été amélioré grâce à la contribution? Encerchez le chiffre qui traduit le mieux le degré d'amélioration du contenu rédactionnel. Pas d'amélioration 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 amélioration considérable
2)	De nouvelles perspectives sont-elles incluses grâce à la contribution du FCM (p. ex. les perspectives de groupes culturels, de régions, etc.)? <input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non Remarques:
3)	Le rédacteur en chef a-t-il reçu plus de lettres ou de commentaires en raison des changements apportés : a) au contenu rédactionnel? <input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non b) à la conception? <input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non Remarques:

V. Autres remarques (Joindre des feuilles distinctes au besoin.)

J'affirme, à titre d'éditeur de ce magazine, que les renseignements compris dans ce rapport sont exacts.

Signature de l'éditeur

Nom de l'éditeur (en lettres moulées)