



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

À remplir par les bénéficiaires du volet Aide au contenu rédactionnel (ACR) 2006-2007 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 mars 2008**.

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 à compter d'avril 2007 jusqu'à mars 2008).
- 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 : LES PETITS FUTÉS		06/07 E0620
Depuis combien d'années bénéficiez-vous de l'aide financière de l'ACR? 6		
A Montant de la contribution reçue en avril 2007	30 046 \$	Note : Le pourcentage des dépenses déclaré doit être exactement égal à 100 % de la contribution reçue.
B Dépenses rédactionnelles supplémentaires	21 000 \$	
C Dépenses rédactionnelles maintenues	9 046 \$	
(21 000 \$ + 9 046 \$) ÷ 30 046 \$ x 100 = 100 %		

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

I. Pigistes et contractuels	B		C	
	Dépenses supplémentaires		Dépenses maintenues	
Écrivains	Nbre 2	2 087 \$	Nbre	\$
Rédacteurs	Nbre	\$	Nbre	\$
Concepteurs, graphistes, spécialistes de la mise en page	Nbre 2	1 580 \$	Nbre	\$
Photographes, illustrateurs	Nbre	\$	Nbre	\$
Directeurs artistiques/coordonnateurs	Nbre	\$	Nbre	\$
Correcteurs d'épreuves	Nbre	\$	Nbre	\$
Recherchistes	Nbre	\$	Nbre 1	2 000 \$
Contrôleurs de données factuelles	Nbre	\$	Nbre	\$
Typographes	Nbre	\$	Nbre	\$
Traducteurs	Nbre	\$	Nbre	\$
Total	Nbre 4	3 667 \$	Nbre 1	2 000 \$
Total des dépenses effectives liées aux services de pigistes et de contractuels :				5 667 \$

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 : La plupart de nos pigistes se trouvaient à Gatineau, au Québec. Nous en avons maintenant à Montréal et à Vancouver.
Honoraires plus élevés versés aux pigistes	Remarques : S/O	
Honoraires professionnels augmentés	Dans quels domaines les paiements ont-ils augmenté (type de service)?	Remarques : S/O

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 TPL	\$	TPA TPL 1	6 200 \$
Rédacteurs	TPA 2 TPL	6 000 \$	TPA TPL	\$
Concepteurs, graphistes, spécialistes de la mise en page	TPA 1 TPL	3 289 \$	TPA TPL	\$
Photographes, illustrateurs	TPA TPL	\$	TPA TPL	\$
Directeurs artistiques/coordonnateurs	TPA TPL	\$	TPA TPL	\$
Correcteurs d'épreuves	TPA TPL	\$	TPA TPL	\$
Recherchistes	TPA TPL	\$	TPA TPL	\$
Contrôleurs de données factuelles	TPA TPL	\$	TPA 1 TPL	3 000 \$
Typographes	TPA TPL	\$	TPA TPL	\$
Traducteurs	TPA TPL	\$	TPA TPL	\$
Total	TPA 3 TPL	9 289 \$	TPA 1 TPL 1	9 200 \$
Total des dépenses effectives liées aux services du personnel rédactionnel :				18 489 \$

Rémunération supérieure du personnel rédactionnel	Remarques : Le rédacteur en-chef a reçu une augmentation de salaire.	2 590 \$ (B) (augmentation totale)
Avantages sociaux augmentés	Remarques : S/O	\$ (B) (augmentation totale)
Total des dépenses effectives liées à la rémunération supérieure ou aux avantages sociaux augmentés :		2 590 \$

Augmentation des tâches du personnel rédactionnel	Remarques : S/O
Augmentation du nombre d'heures de travail du personnel	Remarques : S/O

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 : Nous avons transformé un poste de graphiste bénévole en un poste à temps partiel rémunéré - voir les chiffres dans la partie << Plus de personnel rédactionnel recruté >>.
---	--	--

III. Dépenses rédactionnelles diverses	B	C
	Dépenses supplémentaires	Dépenses maintenues
Frais de déplacement au titre du contenu rédactionnel	1 200 \$	1 000 \$
Frais de perfectionnement professionnel du personnel rédactionnel (sauf frais de déplacement)	\$	\$
Frais de salons commerciaux/conférences (sauf frais de déplacement)	500 \$	\$
Achat de droits	\$	\$
Achat d'articles	\$	\$
Abonnements à des publications	\$	\$
Frais d'abonnement à des agences de presse	\$	\$
Recherches	\$	600 \$
Étude/enquête sur les lecteurs	\$	\$
Total	1 700 \$	1 600 \$
Total des dépenses rédactionnelles diverses :		3 300 \$

IV. Catégories supplémentaires de contenu rédactionnel		
Augmentation du contenu rédactionnel canadien	<input checked="" type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non	Remarques : Le contenu rédactionnel canadien, qui représentait 85% du contenu rédactionnel, représente maintenant 90%, grâce au financement du FCM. Ce qui représente une augmentation de 5%.
Articles, rubriques, chroniques, sections et thèmes de plus grande qualité	<input checked="" type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non	Remarques : Nouvel article intitulé Quoi de neuf dans le monde de l'artisanat?
Expansion de la portée du magazine/augmentation du nombre de thèmes	<input checked="" type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non	Remarques : Nous couvrons plus de régions canadiennes et plus de groupes culturels
Introduction ou augmentation du nombre d'articles dans une autre langue	<input type="checkbox"/> oui <input checked="" type="checkbox"/> non	Remarques : S/O
Augmentation du ratio contenu rédactionnel/publicité	<input type="checkbox"/> oui <input checked="" type="checkbox"/> non	de %/ % à %/ % réd. pub. réd. pub.
Prix obtenus	Nbre 2	Veillez préciser : Prix d'excellence en affaires du Nord de l'Ontario; Prix d'excellence décerné par les parents.

V. Nouvelle conception (Cochez toutes les cases des catégories qui conviennent.)			
<input type="checkbox"/>	Augmentation du budget de création (général)	<input checked="" type="checkbox"/>	Nouveau logo
<input type="checkbox"/>	Nouvelle conception	<input checked="" type="checkbox"/>	Utilisation plus fréquente de photos et d'illustrations
<input checked="" type="checkbox"/>	Nouvelle mise en page	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non	Si oui, veuillez indiquer le changement observé en moyenne dans la diffusion.	5 % (augmentation)	Remarques : Suite à l'expansion du magazine à l'extérieur de l'Ontario, notamment au Québec et en Colombie-Britannique, la diffusion a augmenté de façon significative.
Augmentation du nombre d'abonnements	4.75 % (augmentation)	Remarques : Le nombre d'abonnés payants a augmenté.	
Augmentation du taux de renouvellement	% (augmentation)	Remarques : S/O	
Augmentation du taux de conversion de la diffusion non payée à la diffusion payée	1 % (augmentation)	Remarques : Environ 1 % de la diffusion non payée a été convertie en diffusion payée.	
Obtention d'un placement dans les kiosques à journaux	Remarques : S/O		
Augmentation des ventes en kiosque	3 % (augmentation)	Remarques : Depuis l'amélioration de la page couverture, les ventes en kiosques ont augmenté.	
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 : S/O	
Meilleure distribution	Le statut de la publication s'est-il amélioré? Avez-vous un nouveau distributeur depuis les changements apportés au contenu rédactionnel?	Remarques : S/O	
Nouvelles zones géographiques touchées	La distribution s'est-elle étendue à de nouvelles zones géographiques? Veuillez préciser le ou les endroits.	Remarques : Nous distribuons maintenant en Colombie-Britannique et au Québec, plutôt qu'exclusivement en Ontario.	
Augmentation de la demande sur les marchés étrangers	La demande sur les marchés étrangers actuels ou nouveaux a-t-elle augmenté?	% (augmentation)	Remarques : S/O

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 checked="" type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non	Si oui, veuillez indiquer le changement observé en moyenne dans les revenus publicitaires par numéro.	2 % (augmentation)	Remarques : Nous avons approché de nouveaux marchés à la suite de l'amélioration du contenu rédactionnel. De nouveaux types d'annonceurs se sont manifestés.
Nouveaux annonceurs	Remarques : Les nouveaux marchés d'abonnés ont ouvert de nouveaux marchés publicitaires dans le domaine de l'éducation.		
Meilleurs moyens d'attirer des annonceurs	Remarques : Nous avons réorienté l'argent en vue d'améliorer la trousse médiatique, ce qui a suscité plus d'intérêt.		
Création/amélioration de la carte de tarifs	Remarques : S/O		

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 : S/O
Le magazine a attiré de nouveaux types de lecteurs	<input checked="" type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non		Remarques : Selon une récente étude, une classe d'âge plus vaste lit Les petits futés. Avant : 6 à 9 ans et maintenant : 4 à 10 ans.

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 9 amélioration considérable = 10	
2) De nouvelles perspectives sont-elles incluses grâce à la contribution du FCM (p. ex. les perspectives de groupes culturels, de régions, etc.)? <input checked="" type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non Remarques : L'augmentation de l'utilisation des pigistes a résulté en une plus grande couverture d'artisanat créé par divers groupes culturels.	
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 checked="" type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non b) à la conception? <input checked="" type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non Remarques : Il y a eu une augmentation des lettres à l'éditeur depuis l'an dernier. Les commentaires furent très positifs en ce qui concerne les changements au contenu rédactionnel et au design.	

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.

Jeanne Dion

Signature de l'éditeur

JEANNE DION

Nom de l'éditeur (en lettres moulées)