

**FONDS D'APPUI
STRATÉGIQUE
AUX MÉDIAS
COMMUNAUTAIRES**

**COMMUNITY
MEDIA
STRATEGIC
SUPPORT FUND**

GUIDE DE DEMANDE DE SUBVENTION 2020-2021

Financé par le
gouvernement
du Canada

Canada 

TABLE DES MATIÈRES

	Page
1. Introduction	3
2. Objectifs du Fonds	3
3. Organes médiatiques admissibles à une aide du Fonds	3
4. Financement des volets prioritaires	5
5. Subventions maximales	6
6. Processus de présentation d'une demande de subvention	6
7. Dates importantes	8
8. Processus d'évaluation des demandes	8
9. Critères d'évaluation	8
10. Dépenses admissibles et non admissibles	9
11. Ratio des dépenses admissibles couvertes par le Fonds	10
12. Documents à soumettre	10
13. Entente entre le Consortium et le bénéficiaire d'une subvention	11
14. Reconnaissance de l'appui versé par le Fonds	11
15. Rapport final de subvention	12
16. Glossaire	13
17. ANNEXE A – Formulaire de mesures d'impact	14
18. ANNEXE B – Formulaire de demande de subvention	20

1. INTRODUCTION

Le Fonds d'appui stratégique aux médias communautaires (« le Fonds ») est issu du *Plan d'action pour les langues officielles – 2018-2023 : Investir dans notre avenir*. Ce plan comprend la création d'un nouveau fonds à l'appui des médias communautaires (10 millions de dollars sur cinq ans) et un investissement dans la prochaine génération de professionnels des médias (4,5 millions de dollars sur cinq ans). Le Fonds apporte un appui financier aux nouveaux projets stratégiques¹ qui contribuent à la vitalité des médias communautaires de langue officielle en situation minoritaire (MCLOSM).

Le financement du Fonds provient du programme *Développement des communautés de langue officielle* du ministère du Patrimoine canadien. Les orientations et les paramètres du Fonds ont été définis à la suite de processus de consultation auprès de représentants des MCLOSM en janvier 2019.

Le Fonds est mis en œuvre par et pour les MCLOSM. La livraison du programme relève du Consortium des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire (Consortium), qui se compose de représentants de l'Alliance des radios communautaires du Canada (ARC), de l'Association de la presse francophone (APF), du Quebec Community Newspapers Association (QCNA) et de l'English-Language Arts Network (ELAN).

L'APF a la responsabilité d'administrer le Fonds au nom du Consortium. Cependant, le processus d'évaluation des demandes et les recommandations d'attribution des fonds seront sous l'entière responsabilité d'un panel d'experts-conseils qui s'acquittent de leur mandat en toute indépendance des organismes membres du Consortium et des organes médiatiques admissibles.

2. OBJECTIFS DU FONDS

Le Fonds a pour objectif d'aider les MCLOSM à déterminer et à mettre en œuvre les mesures nécessaires au renforcement stratégique de leurs capacités à servir les populations de langue officielle en situation minoritaire au Canada. Grâce au Fonds, ces médias peuvent définir précisément les difficultés auxquelles ils sont confrontés et y réagir en conséquence.

Les projets appuyés par le Fonds devront générer des retombées² pour les groupes suivants :

- L'organe médiatique bénéficiaire d'une subvention du Fonds
- Les populations de langue officielle en situation minoritaire.

3. ORGANES MÉDIATIQUES ADMISSIBLES AU FONDS

Ci-dessous figure la liste des types d'organes médiatiques qui peuvent soumettre une demande au Fonds, ainsi que ceux qui ne sont pas admissibles. Tout organe médiatique communautaire désireux de soumettre une demande au Fonds peut s'enquérir de son admissibilité au préalable en s'adressant au gestionnaire de programme (info@fasmc-cmssf.ca).

¹ Un *projet stratégique* vise à provoquer un changement majeur en améliorant de manière durable et mesurable une situation considérée comme insatisfaisante.

² Par exemple, l'organe médiatique doit avoir un plan ou des stratégies pour corriger une situation donnée, pour mieux servir la population, etc.

A. Organes médiatiques admissibles

- Un organisme sans but lucratif qui exploite un journal imprimé ou numérique de langue officielle en situation minoritaire au Canada
- Une entreprise ou groupe médiatique à but lucratif qui gère au moins un journal imprimé ou numérique de langue officielle en situation minoritaire au Canada
- Une entreprise ou groupe médiatique ou un organisme sans but lucratif qui exploite un média communautaire numérique de langue officielle en situation minoritaire au Canada
- Organisme sans but lucratif titulaire d'une licence attribuée par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) à une radio communautaire en ondes de langue officielle en situation minoritaire au Canada.

B. Journaux communautaires de langue officielle en situation minoritaire admissibles

Pour être admissible au Fonds, un journal communautaire de langue officielle en situation minoritaire doit démontrer qu'il respecte tous les critères suivants :

- Assurer la couverture journalistique locale, régionale et/ou provinciale d'une population de langue officielle en situation minoritaire.
- Offrir au moins cinquante pour cent (50 %) de contenu rédactionnel original en anglais au Québec OU cinquante pour cent (50 %) de contenu rédactionnel original en français dans une des neuf (9) autres provinces ou dans un des trois (3) territoires du Canada.
- À même le contenu rédactionnel admissible décrit au point précédent, contenir un minimum de cinquante pour cent (50 %) de contenu rédactionnel qui reflète la réalité de la population desservie dont 30% est rédigé par des journalistes ou correspondants professionnels³.
- Publier les contenus journalistiques à intervalles réguliers et sur une base continue sur une ou plusieurs plateformes (version imprimée, version numérique ou plateforme Web).
 - Pour les formats papier, publier au moins dix (10) numéros par année et contenir une moyenne douze (12) pages.
- Être publié par un éditeur dûment identifié.

C. Radios communautaires de langue officielle en situation minoritaire admissibles

Pour être admissible au Fonds, une radio communautaire de langue officielle en situation minoritaire doit montrer qu'elle respecte tous les critères suivants :

- Desservir une population de langue officielle en situation minoritaire dans sa langue
- Produire une programmation qui reflète la diversité de la population desservie
- Diffuser de l'information et des nouvelles locales, régionales et/ou provinciales.
- Participer à la promotion de l'expression culturelle et artistique locale et régionale
- Détenir une licence valide de radiodiffusion de type communautaire attribuée par le CRTC
 - pour livrer une programmation en anglais ou bilingue au Québec OU
 - pour livrer une programmation en français dans une des neuf (9) autres provinces que le Québec ou dans un des trois (3) territoires du Canada

³ Des journalistes ou correspondants professionnels rémunérés pour leur travail et qui adhèrent aux principes d'éthique journalistiques généralement reconnus.

- Se conformer à toutes les dispositions de la politique du CRTC relative à la radio communautaire.

D. Organes médiatiques non admissibles

Les organes médiatiques suivants ne sont **PAS** admissibles au Fonds :

- Radios détenant une licence de radiodiffusion de type privé ou de type privé spécialisé attribuée par le CRTC
- Télévisions communautaires
- Médias financés par des instances gouvernementales (p. ex. : TFO, Radio-Canada, etc.)
- Médias Web ou numériques qui ne répondent pas à tous les critères énoncés aux points 3B et 3C du présent guide
- Journal ou radio d'un établissement d'enseignement postsecondaire qui offre des programmes d'études liés aux médias
- Magazines et publications spécialisées
- Projets de démarrage d'un nouveau journal ou d'une nouvelle radio communautaire.

4. FINANCEMENT DES VOLETS PRIORITAIRES

Le Fonds appuie des projets qui répondent aux besoins stratégiques des MCLOSM au Canada et qui s'inscrivent dans l'une des catégories suivantes :

- A. **Développement stratégique** : Procéder à une analyse des besoins et/ou une consultation, développer et mettre un œuvre un plan d'affaires et de commercialisation stratégique, élaborer et mettre en œuvre une stratégie précise⁴ liée au marketing, à la promotion, au recrutement et au maintien en poste du personnel, etc.
- B. **Gestion des transitions** : Évaluer ou mener des changements à l'organe médiatique (p. ex. : se fusionner à une autre organisation, changer de statut juridique, se doter d'un nouveau modèle de gouvernance), développer et mettre en œuvre une transition dans la prestation des services (p. ex. : passer en mode numérique)
- C. **Création d'initiatives de collaboration pour les MCLOSM au Canada** : Partager des ressources (p. ex. : ressources humaines, espaces de bureaux, logiciels), mettre en commun des fournisseurs, mettre en place des méthodes d'approvisionnement collectif, créer des plateformes conjointes d'accès au contenu, etc.
- D. **Développement des capacités** : Fournir une formation (p. ex. : expérience pratique, perfectionnement professionnel), développer des partenariats (p. ex. : avec les écoles, les universités et les collèges), se doter d'expertises supplémentaires (p. ex. : embaucher des experts pour répondre à des besoins ponctuels précis ou former du personnel pour des besoins précis)
- E. **Durabilité financière accrue** : Développer des projets propres à de nouveaux modèles d'affaires, à la création de nouvelles sources de revenus, à la diversification des sources de revenus et à l'élargissement des modèles de revenus éprouvés.

⁴ Une stratégie est un plan visant à atteindre un objectif majeur.

L'admissibilité d'un projet à un ou plusieurs des volets susmentionnés ne garantit pas un appui financier du Fonds. Les éléments suivants seront également pris en considération.

- **Les subventions sont attribuées au mérite, mais une priorité pourrait être accordée aux médias admissibles qui n'ont pas encore reçu d'appui du Fonds.**
- **Dans un esprit de respect des principes d'équité dans la distribution auprès des organes médiatiques admissibles, le Fonds peut établir des priorités d'attribution basées sur les considérations suivantes :**
 - la région
 - le type de média
 - le type de projet
 - le sous-secteur
- **Le Fonds peut appuyer un projet qui s'inscrit dans une stratégie pluriannuelle aux conditions suivantes :**
 - une nouvelle demande devra être déposée chaque année pour chaque phase d'une stratégie pluriannuelle.
 - les résultats projetés lors d'une phase subséquente du projet financé par le Fonds ont été complètement atteints ou surpassés.
 - l'attribution d'une subvention pour une phase subséquente d'un projet qui se veut pluriannuelle n'est pas garantie.

Le Fonds n'appuie pas les activités courantes, le fonctionnement ou les infrastructures des organes médiatiques admissibles.

5. SUBVENTIONS MAXIMALES

A. Projet réalisé indépendamment ou en partenariat avec une entité non admissible

Le Fonds peut verser une subvention allant **jusqu'à 75 000 \$** par an pour un projet réalisé indépendamment par un organe médiatique admissible ou réalisé en partenariat avec une entité communautaire, institutionnelle ou privée non admissible.

B. Projet réalisé en partenariat avec un ou plusieurs autres organes médiatiques admissibles

Le Fonds peut verser une subvention allant **jusqu'à 150 000 \$ par an** pour un projet réalisé par un organe médiatique admissible en partenariat avec un ou plusieurs organes médiatiques admissibles.

Sur recommandation du panel d'experts-conseils indépendants, responsable de l'évaluation des demandes de subvention admissibles, le Fonds se réserve le droit d'attribuer un montant différent que le montant original demandé par le média admissible dans sa demande de subvention.

6. PROCESSUS DE PRÉSENTATION D'UNE DEMANDE DE SUBVENTION

La présentation d'une demande de subvention par un média admissible doit se faire uniquement à l'aide du portail en ligne :

- <https://fasmc-cmssf.ca/>

Seules les demandes de subvention soumises au moyen de ce portail seront admissibles à être évaluées.

Le processus de demande de subvention par l'entremise du portail en ligne comporte deux (2) formulaires distincts à compléter :

- **Mesures d'impact**
- **Demande de subvention**

A. Mesures d'impact

Le formulaire de *Mesures d'impact* permet au Fonds d'accumuler des données essentielles à l'évaluation et à l'impact des investissements sur le secteur des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire dans son ensemble.

Les données fournies sont anonymes et ne seront identifiables à votre organisation en aucune façon.

Les données recueillies serviront uniquement à dégager des tendances, créer des rapports globaux et communiquer des indicateurs de vitalité du secteur de façon générale et exclusivement dans le cadre de l'évaluation de l'impact du FASMC. Elles serviront également à appuyer la négociation d'ententes futures avec les divers paliers de gouvernement.

Vous trouverez le questionnaire de mesures d'impact en ANNEXE A du présent guide.

B. Demande de subvention

- **Seules les demandes soumises par des organes médiatiques admissibles seront évaluées.**
- Le responsable de la rédaction de la demande de subvention de l'organe médiatique demandeur devra suivre et compléter **une formation obligatoire en rédaction de demandes de subvention.**
 - La formation en rédaction de demandes de subvention sera offerte par le Fonds au cours du mois de septembre 2020.
 - Si le représentant de l'organe médiatique responsable de la rédaction de la demande de subvention ne complète pas cette formation, la demande de subvention sera automatiquement rejetée lors de la vérification préliminaire de son admissibilité.
- **Les organes médiatiques qui gèrent plus d'un média admissible ont les options suivantes :**
 - soumettre un projet par année pour l'ensemble de leurs médias, ou
 - soumettre un projet par année pour un journal ou une radio en particulier.
- **Toute demande en provenance d'un tiers inadmissible sera rejetée.**
- **Toute demande incomplète sera rejetée.**

Vous trouverez le formulaire de demande de subvention en ANNEXE B du présent guide.

7. DATES IMPORTANTES

A. Période de présentation des demandes de subvention

La période de présentation des demandes pour la deuxième ronde de financement du Fonds est du **1^{er} septembre 2020 au 16 octobre 2020**.

Aucune demande ne sera acceptée après 15 h, heure du Pacifique, le vendredi 16 octobre 2020.

B. Durée des projets

Les projets présentés peuvent :

- s'échelonner sur une période de trois (3) à douze (12) mois.
- débuter **aussi tôt que le 1^{er} mars 2021**, mais doivent se terminer **au plus tard le 31 mars 2022**.

8. PROCESSUS D'ÉVALUATION DES DEMANDES

À la suite d'un appel de candidatures public, un panel ayant la responsabilité de faire l'évaluation des demandes et de recommander l'attribution des fonds sera formé. Il sera composé de quatre (4) experts-conseils indépendants bilingues (deux (2) membres de la minorité anglo-québécoise et deux (2) membres de la francophonie canadienne minoritaire).

Les membres du panel posséderont des expériences et expertises en affaires, en gestion communautaire ou en fonctionnement des médias, ou en offre de programme et devront comprendre les réalités, les défis et les besoins des populations de langue officielle en situation minoritaire et des médias communautaires admissibles qui les desservent.

Les membres du panel ont le mandat d'analyser toutes les demandes admissibles conformément aux critères d'évaluation établis à la section neuf (9) du présent guide. Les décisions du panel sont finales et sans appel.

9. CRITÈRES D'ÉVALUATION

Les membres du panel indépendant se fondent sur les éléments suivants pour évaluer les demandes de projet soumises au Fonds :

- **25 % de la note** - Pertinence du projet soumis, sa clarté, ses objectifs et sa compatibilité avec l'un des cinq (5) volets prioritaires énumérés à la section 4 du présent guide.
- **25 % de la note** – Impact du projet sur la viabilité, la rentabilité et l'avenir du média communautaire après la période subventionnée (p. ex. : production de nouveaux revenus autonomes, réduction des dépenses).
- **20 % de la note** - Impact du projet sur les populations desservies par le média communautaire (p. ex. : augmentation ou maintien de l'offre active de services, programmation répondant aux divers groupes ou régions, etc.).

- **20 % de la note** - Capacité de l'organe médiatique responsable de mener à bien le projet (p. ex. : situation financière, accès aux ressources requises).
- **10 % de la note** - Durabilité et viabilité des partenariats stratégiques proposés (p. ex. : contribution et engagement des partenaires envers le succès du projet).

Seules les demandes de subvention qui obtiendront une note d'au moins 75 % seront admissibles à recevoir une subvention du Fonds.

Les subventions seront accordées au mérite, jusqu'à épuisement du budget du Fonds pour l'exercice financier 2020-2021.

- Bien que tous les organes médiatiques admissibles peuvent déposer une demande, la priorité d'attribution sera donnée à ceux qui n'ont pas encore reçu un appui du Fonds.
- Tout budget résiduel sera accordé au mérite, aux projets ayant reçu les meilleures notes.

10. DÉPENSES ADMISSIBLES ET NON ADMISSIBLES

Lors de la préparation du budget de leur demande de subvention, les organes médiatiques doivent tenir compte des dépenses admissibles et non admissibles suivantes.

Les ressources demandées dans le budget de projet présenté doivent être affectées uniquement au projet.

A. Dépenses admissibles :

- Salaires du personnel responsable de la réalisation du projet.
- Honoraires professionnels pour l'embauche d'experts-conseils responsables de certaines composantes du projet.
- Frais administratifs additionnels liés à la réalisation du projet (p. ex. : frais de gestion, comptabilité, frais de bureau généraux, loyer additionnel, location de salles, etc.)
 - Jusqu'à un maximum de 10 % du budget total du projet.
- Frais de déplacement (incluant les frais d'hébergement et de repas) du personnel ou experts-conseils pour les fins du projet.
 - Jusqu'à un maximum de 5 % du budget total et dans le respect des politiques du Conseil du trésor.
- Frais de promotion (publicité) pour assurer le rayonnement public ou ciblé du projet
 - Jusqu'à un maximum de 10 % du budget total.
- Achat et location d'équipement nécessaires à la réalisation du projet (ordinateur portable, téléphone cellulaire, matériel d'appoint pour diffusion en direct sur les médias sociaux, logiciels spécialisés, etc.)
 - Jusqu'à un maximum de 5% du budget total.
- Autres frais liés à la réalisation du projet (p. ex. : impression, distribution, achat de permis ou de licence, etc.).

B. Dépenses non admissibles :

- Toutes les dépenses de fonctionnement, d'activités régulières et d'infrastructures de l'organe médiatique (p. ex. : loyer régulier, salaires du personnel régulier, frais de production réguliers du média, investissement d'infrastructures, etc.)
- Réduction d'un déficit.

En cas de doute sur l'admissibilité ou non d'une dépense, les organes médiatiques peuvent s'adresser au gestionnaire de programme du Fonds avant de préparer leur budget.

11. RATIO DES DÉPENSES ADMISSIBLES COUVERTES PAR LE FONDS

Pour les subventions versées dans le cadre de cette deuxième ronde, le Fonds couvrira 100% des dépenses admissibles des projets accordés.

Un financement de contrepartie ne sera pas exigé.

12. DOCUMENTS À SOUMETTRE

En plus de remplir les formulaires de mesures d'impact et de demande de subvention en ligne, les organes médiatiques devront y téléverser les documents suivants :

- Tous les documents constitutifs de l'organe médiatique (certificat d'incorporation ou d'enregistrement, lettres patentes, etc.).
- Règlements administratifs de l'organe médiatique (pour les OBNL seulement).
- États financiers les plus récents
 - Pour les OBNL : les derniers états financiers audités, mission d'examen ou rapport financier d'exercice adopté par l'AGA.
 - Pour les entreprises : le dernier rapport financier annuel soumis à l'Agence de revenu du Canada.
- Prévisions budgétaires pour l'exercice financier en cours.
- Curriculum vitæ de la personne responsable de la réalisation du projet telle qu'identifiée à la Partie C du formulaire de demande de subvention.
- Document attestant que le signataire est autorisé à signer la demande au nom de l'organe médiatique.
- Protocole ou lettre d'entente décrivant la nature du partenariat ou de la collaboration et le rôle de chacun des partenaires identifiés à la Partie G du formulaire de demande de subvention.
- Un minimum de deux (2) lettres qui démontrent l'appui de votre communauté au projet.
- Dans le cas d'honoraires pour services professionnels de plus de 5 000 \$, l'offre de services de la firme ou du consultant.
- Pour les radios communautaires seulement :
 - Une copie des documents confirmant la nature et la validité de leur licence auprès du CRTC,
 - la grille de programmation des émissions.
- Pour les journaux communautaires : Trois (3) exemplaires de leur journal aux périodes prescrites dans le programme en ligne.
- Pour les organes médiatiques numériques : Les articles publiés sur votre site web aux dates ou périodes indiquées dans le programme en ligne.

Ces documents sont obligatoires et feront partie intégrale de l'évaluation des demandes. Si les documents demandés ne sont pas fournis par le demandeur, la demande sera jugée incomplète par le Fonds qui se réserve le droit de la rejeter.

13. ENTENTE ENTRE LE CONSORTIUM ET LE BÉNÉFICIAIRE D'UNE SUBVENTION

Une fois qu'un organe médiatique apprend que son projet a été approuvé, il doit signer une entente avec l'APF qui agit au nom du Consortium des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire.

Le panel d'experts-conseils indépendants peut recommander la signature d'ententes incluant un nombre de versements selon la capacité du média, la portée du projet ou toute autre raison valable. La somme totale attribuée dépend de la capacité de l'organe médiatique admissible à compléter les activités et à soumettre les rapports d'étapes comme indiqué dans l'entente.

Cette entente stipule les obligations du bénéficiaire de la subvention.

La signature de l'entente entraînera un premier versement pouvant aller jusqu'à 95% du montant accordé.

Selon les recommandations du panel responsable de l'évaluation des demandes, le représentant du Consortium répartira le montant en deux (2) ou plusieurs versements.

14. RECONNAISSANCE DE L'APPUI VERSÉ PAR LE FONDS

Les bénéficiaires d'une subvention du Fonds devront en reconnaître publiquement la provenance.

Le bénéficiaire d'une subvention du Fonds devra en reconnaître publiquement la provenance en utilisant la phrase suivante : « *Ce projet a été rendu possible grâce au Fonds d'appui stratégique aux médias communautaires, offert par conjointement par le Consortium des médias communautaires de langues officielles et le Gouvernement du Canada.* »

En plus de la phrase de reconnaissance, le bénéficiaire recevra les logos pertinents en français, en anglais et en version bilingue pour parution ou diffusion :

- sur tout document public imprimé où il est question du projet;
- en ondes lorsque le bénéficiaire y parle de son projet;
- dans le site Web du média,
- dans les réseaux sociaux du média en utilisant les mots-clés (hashtags) suivants :
 - **#MédiasCommunautaires**
 - **#FASMC**

Des preuves de l'utilisation de ces reconnaissances devront être jointes au rapport final de subvention.

15. RAPPORT FINAL DE SUBVENTION

Le Fonds exige que le bénéficiaire d'une subvention soumette un rapport complet ainsi que tous les documents d'appui demandés au plus tard 30 jours après la fin du projet.

Le rapport final comprendra :

- la mise à jour en ligne du questionnaire de mesures d'impact afin de mesurer l'impact du Fonds sur :
 - sur la viabilité, la rentabilité et l'avenir du bénéficiaire de la subvention
 - les populations de langue officielle en situation minoritaire desservies par le bénéficiaire de la subvention.
- un rapport financier exhaustif sur la façon dont la subvention accordée a été dépensée.
 - Le Fonds se réserve le droit de demander des pièces justificatives.
- des pièces justificatives des résultats atteints par le projet, conformément à l'information qui se trouve dans l'entente, ainsi que les résultats non prévus.
- une analyse de l'impact du projet sur la qualité et la viabilité des partenariats stratégiques ou sur le secteur des MCLOSM.
- des preuves de reconnaissance de l'appui versé par le Fonds comme stipulé à l'article 14 du présent guide.

Sur approbation du rapport final, le cinq pour cent (5%) retenu du montant total de la subvention sera versé au bénéficiaire.

POUR DE PLUS AMPLES RENSEIGNEMENTS :

Mireille Groleau
Gestionnaire de programme
info@fasmc-cmssf.ca

Mélodie Dubé
Agente de programme
admin@fasmc-cmssf.ca

GLOSSAIRE

Bénéficiaire : Organe médiatique qui reçoit une subvention du Fonds.

Demandeur : Organe médiatique qui dépose une demande de subvention du Fonds.

Le Fonds : Fonds d'appui stratégique aux médias communautaires.

Média : Organisation dont l'objectif principal est de diffuser des informations auprès du grand public via un moyen de communication écrit, audio ou électronique.

Groupe médiatique : Deux (2) médias ou plus qui sont le contrôle de la même entreprise, des mêmes propriétaires ou du même conseil d'administration.

Financement de contrepartie : Une contribution additionnelle en espèces ou en services du demandeur et/ou de ses partenaires visant à livrer le projet.

Mesures qualitatives : Description visant à comprendre ou à expliquer le comportement, les motivations et les caractéristiques, basée sur la collecte de données verbales plutôt que mesurables menant ainsi à une analyse interprétative et subjective.

Mesures quantitatives : Description basée sur une enquête menée par un sondage ou un questionnaire menant à des résultats quantifiables, c'est-à-dire des données mesurables et dénombrables, pour décrire et collecter des données préexistantes.

ANNEXE A

FONDS D'APPUI STRATÉGIQUE AUX MÉDIAS COMMUNAUTAIRES

FORMULAIRE DE MESURES D'IMPACT

Vous trouverez le formulaire à l'adresse suivante : <https://fasmc-cmssf.ca/>

Le formulaire de "Mesures d'impact" est obligatoire, car il est une partie intégrale de la demande de financement au FASMC.

CONFIDENTIALITÉ

Les données fournies dans cette section ne pourront être associées ou ne seront identifiables à une organisation de près ou de loin et seront traitées en respectant les principes de confidentialité les plus stricts.

APPLICATION

Ces données sont essentielles afin d'évaluer et rendre compte de l'impact du FASMC sur le secteur des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire dans son ensemble et pour appuyer la négociation d'ententes futures avec les divers paliers de gouvernement.

ANALYSE

Les données serviront uniquement à dégager des tendances, créer des rapports globaux et communiquer des indicateurs de vitalité du secteur de façon générale et exclusivement dans le cadre de l'évaluation de l'impact du FASMC.

ÉTAPE 1 - DONNÉES SUR L'ORGANISATION ET SON RÉPONDANT

Catégorie de média communautaire :

- Journal communautaire
- Radio communautaire

ÉTAPE 2 - DONNÉES SUR LA POPULATION DESSERVIE

- Taille de la population de langue officielle en situation minoritaire selon les dernières statistiques officielles (2016) :
 - Vous devez identifier la région que vous desservez. Les régions sont assez générales pour assurer l'anonymat du média.
- En suivant les liens URL proposés, consultez les cartes et repérez votre région. En cliquant le point de référence, vous trouverez les statistiques relatives à la population desservie.
- <https://carte.immigrationfrancophone.ca/>
 - <http://chssn.org/document-center/baseline-data-reports-2017-2018/>

A. CHOISISSEZ LA RÉGION DANS LAQUELLE OEUVRE VOTRE MÉDIA :

- Atlantique
- Ontario
- Ouest
- Québec
- Territoires

B. CHOISISSEZ UN CLASSEMENT :

Cette section permet de déterminer si vous desservez une population urbaine ou une population rurale.

- Population : 100 000 habitants ou plus
- Population : 99 999 habitants ou moins

C. DONNÉES SUR LE LECTORAT OU L'AUDITOIRE RÉEL

À l'Étape 1, le média doit être identifié soit journal soit radio communautaire. Le tableau qui suit présente les questions qui doivent être répondues selon votre type de média.

Veillez répondre à toutes les questions ci-dessous. Si la question ne s'applique pas à votre média ou vous n'avez pas la réponse, inscrivez "0".

SI VOUS ÊTES UN JOURNAL	SI VOUS ÊTES UNE RADIO
Quel est le tirage imprimé de votre journal ? (si applicable)	Selon les dernières statistiques officielles, vous avez combien d'auditeurs réguliers?
Quel est le tirage numérique de votre journal? (si applicable)	Combien d'auditeurs vous écoutent à partir de votre site Internet?
À combien estimez-vous le lectorat de votre journal?	À combien estimez-vous le nombre de personnes supplémentaires qui écoutent aussi vos contenus?
Quel est le nombre d'abonnés à l'infolettre? (si applicable)	Quel est le nombre d'abonnés à l'infolettre? (si applicable)
Quel est le nombre d'abonnés (likes) sur Facebook?	Quel est le nombre d'abonnés (likes) sur Facebook?
Quel est le nombre de visiteurs uniques sur le site de votre journal mensuellement ?	Quel est le nombre de visiteurs sur le site de votre radio mensuellement?

D. DONNÉES SUR LES EMPLOYÉS ET LES COLLABORATEURS ASSOCIÉS AUX AFFAIRES PRINCIPALES DE VOTRE JOURNAL

Cette série de questions permet de calculer l'impact de votre média sur le secteur de l'employabilité.

Veillez répondre à toutes les questions ci-dessous. Si la question ne s'applique pas à votre média, veuillez simplement répondre avec un "0".

- Employés à temps plein (plus de 30 heures par semaine) :
 - Employés à temps partiel (moins de 30 heures par semaine) :
 - Collaborateurs pigistes :
 - Bénévoles au conseil d'administration :
 - Bénévoles collaborateurs au contenu :
 - Bénévoles activités et autres :
-

ÉTAPE 3 - DONNÉES SUR LES PARTENARIATS

Pour les fins de cet exercice, les partenariats sont des ententes commerciales dans lesquelles les échanges sont en biens et en services, et ne sont pas nécessairement chiffrés. La valeur de ces ententes est habituellement déterminée, connue et documentée.

A. PARTENARIATS MÉDIATIQUES

- Avez-vous des partenariats avec d'autres médias ?
- (Si oui) quelle est la valeur des partenariats?
 - en biens et services
 - en espèces

B. PARTENARIATS GOUVERNEMENTAUX

- Recevez-vous du financement ou de l'appui d'un palier de gouvernement municipal, provincial/territorial ou fédéral pour appuyer l'exploitation de votre média communautaire?
 - (Si oui) quel est le niveau de financement gouvernemental que vous recevez annuellement?
 - en biens et services
 - en espèces

C. PARTENARIATS AVEC DES INSTITUTIONS

- Avez-vous des partenariats avec des institutions scolaires ?
 - (Si oui) quelle est la valeur du partenariat?
 - en biens et services
 - en espèces
- Avez-vous des partenariats avec d'autres genres d'institutions?
 - (Si oui) quelle est la valeur du partenariat?
 - en biens et services
 - en espèces
- Avez-vous des partenariats avec des organismes communautaires?
 - (Si oui) quelle est la valeur du partenariat?
 - en biens et services

- en espèces

D. PARTENAIRES PRIVÉS

- Avez-vous des partenariats avec des entreprises privées?
 - (Si oui) quelle est la valeur du partenariat?
 - en biens et services
 - en espèces
-

ÉTAPE 4 - LA MATURITÉ NUMÉRIQUE DU MÉDIA

Cette section permet le calcul des investissements numériques et de leur impact sur le fonctionnement du média et sur sa viabilité.

A. La présence numérique

- Quelle est l'année de la refonte de votre site Web actuel?
 - À quelle fréquence publiez-vous du nouveau contenu sur votre site Web?
 - À tous les jours
 - Quelques fois par semaines
 - Quelques fois par mois
 - Jamais
 - Est-ce que vous générez des revenus publicitaires par l'entremise de vos plateformes numériques?
 - Êtes-vous d'avis que vos outils informatiques et technologiques de travail sont à jour et adéquats pour faire votre travail et suivre les tendances du virage numérique avec confiance?
 - Combien investissez-vous annuellement pour l'achat ou la mise à jour de vos équipements informatiques et technologiques qui vous permettent de livrer votre programmation ou vos contenus?
 - 0 \$ à 5 000 \$
 - 5 001 \$ à 10 000 \$
 - 10 001 \$ à 15 000 \$
 - 15 001 \$ ou plus
 - Êtes-vous d'avis que les membres de votre équipe ont les connaissances nécessaires pour suivre les tendances du monde numérique?
 - Est-ce que les infrastructures internet de la communauté desservie par votre média permettent de suivre les tendances du monde numérique?
-

ÉTAPE 5 - DONNÉES FINANCIÈRES PRINCIPALES DÉCOULANT DES DERNIERS ÉTATS FINANCIERS DÉPOSÉS

Il est important d'inscrire les données financières les plus récentes. Les défis financiers liés à la croissance ou à la contraction du marché sont des données importantes dans la négociation d'enveloppes de financement avec les différents paliers de gouvernement.

A. Les revenus totaux annuels de l'organisme

- Quels sont vos revenus d'abonnements?
- Quels sont vos revenus publicitaires?
- Quels sont vos revenus de subventions?
- Quels sont vos revenus d'activités de financement autonomes (bingo, tirage, évènements spéciaux, etc.)
- Quels sont vos autres revenus? Spécifiez le genre de revenus :

B. Planification stratégique

- À quelle année remonte votre dernière planification stratégique? (si applicable)
- Quelle est votre stratégie de développement des opportunités numériques?

C. Les dépenses totales annuelles de l'organisme

- Quel est le total annuel de votre masse salariale?
- Quel est le total des dépenses administratives?

D. Indice de performance de l'organisme

- Quels ont été les profits ou les pertes aux états financiers à la fin des 3 derniers exercices financiers ?
 - Vous devrez indiquer les informations suivantes par exercice financier
 - Exercice financier (exemple 2020-2021)
 - Performance (pertes ou profit)
- Quel est le total des actifs à court terme aux derniers états financiers?
- Quel est le total des passifs à court terme aux derniers états financiers?

E. INVESTISSEMENT DANS LA TECHNOLOGIE NUMÉRIQUE

- Croyez-vous qu'une importante amélioration des outils et des technologies pourrait augmenter la performance et la pertinence du média?
 - Une grande amélioration des outils et des technologies se traduirait par une meilleure performance et une meilleure pertinence du média.
 - Non, une grande amélioration des outils et des technologies ne veut pas dire que le média est plus performant ou plus pertinent.
- Qu'est-ce qui empêche votre média de suivre les tendances de la technologie numérique?

- Le cout des équipements
 - La formation du personnel
 - La capacité insuffisante des infrastructures internet de la communauté
 - La résistance au changement par le public cible
-

ANNEXE B

FONDS D'APPUI STRATÉGIQUE AUX MÉDIAS COMMUNAUTAIRES FORMULAIRE DE DEMANDE DE SUBVENTION (2^e RONDE – 2020-2021)

Afin que la demande soit admissible, vous devez répondre à toutes les questions posées et téléverser tous les documents requis par le FASMC.

SECTION 1 - INFORMATIONS SUR LE DEMANDEUR

PARTIE A - Coordonnées

- Nom du média :
- Nom de l'entité légale responsable du média :

PARTIE B - Adresse postale de l'entité légale responsable du média

- Numéro, nom de rue, bureau :
- Ville :
- Province/territoire :
- Code postal :
- Numéro de téléphone :
- Site Web :

PARTIE C – Agent autorisé de l'entité légale

- Nom :
 - Titre :
 - Courriel :
 - Cellulaire :
-

SECTION 2 - LISTE DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION OU DES PROPRIÉTAIRES DU MÉDIA OU GROUPE MÉDIATIQUE

- *Toutes les informations demandées pour tous les membres du CA ou partenaires d'entreprise sont requises.*
 - *Chaque membre ou partenaire doit avoir des coordonnées individuelles.*
 - *Par exemple, vous ne pouvez pas mettre le même courriel générique du média pour tous les membres de votre CA.*
 - *Tous les champs sont obligatoires.*
 - Nom
 - Titre
 - Date d'élection
 - Adresse civique complète
 - Courriel
-

SECTION 3 - DÉTAILS DU PROJET

PARTIE A – Titre du projet

- Donnez un titre qui permet de saisir immédiatement l'essentiel du projet.

PARTIE B – Dates du projet

Votre projet :

- peut s'échelonner sur une période de trois (3) à douze (12) mois.
- peut débuter **aussi tôt que le 1^{er} mars 2021** et doit se terminer **au plus tard le 31 mars 2022**.

- **Dates de réalisation du projet**

- Date de début (AAAA-MM-JJ)
- Date de fin (AAAA-MM-JJ)

PARTIE C - Personne responsable de diriger le projet

Vous devez identifier la personne qui est déjà à l'embauche ou déjà bénévole de votre média et qui sera chargée de superviser l'ensemble du projet. Les informations suivantes seront requises pour cette personne.

- Nom de la personne responsable du projet pour le média
- Courriel
- Cellulaire
- Sommaire de l'expérience et des expertises liées au mandat (250 mots maximum)

Le curriculum vitae de la personne responsable devra être fourni à la **section 7 - Documents à joindre à la fin de la demande**.

PARTIE D – Médias partenaires admissibles

Afin de déterminer si votre partenaire est admissible ou non, vous pouvez vérifier les critères d'admissibilité dans la section 3 du Guide de demande de subvention du FASMC 2020-2021.

- Est-ce que vous ferez le projet avec un ou des médias partenaires admissibles au Fonds?
 - (Si oui) nom du média admissible

SECTION 4 - ÉTAT DE LA SITUATION

Dans cette section, vous devez exposer vos difficultés principales, les défis qui vous empêchent de réaliser votre plein potentiel médiatique.

Dans cette section, vous devez décrire en 125 mots ou moins, jusqu'à trois (3) défis principaux auxquels votre média est confronté dans sa quête de mieux desservir la population et assurer sa pérennité, etc.

Par exemple :

- *Baisse des abonnements,*
 - *Difficulté de recrutement de personnel,*
 - *Qualité inégale de l'information,*
 - *Perte de publicités,*
 - *Manque de ressources humaines qualifiées,*
 - *Rayonnement limité, etc.*
-

SECTION 5 - LE PROJET

- Cette section permet de bien expliquer le projet, les objectifs, les activités et les résultats. Prenez le temps de bien réfléchir à l'impact du projet sur vos activités courantes et sur l'avenir de votre média.
- Le Fonds d'appui cherche des projets structurants qui donnent des résultats probants et durables.

Dans cette section, vous devez expliquer votre projet en détail :

- Qu'est-ce que vous voulez faire?
- Faites le lien avec au moins un des volets prioritaires du Fonds.
- Exposez les objectifs principaux de votre projet.
- Détaillez votre plan de travail et les échéanciers.
- Anticipez les résultats que vous souhaitez atteindre grâce à votre projet.
- Résumez l'impact sur la population de langue officielle en situation minoritaire que vous desservez.
- Décrivez les partenaires qui contribueront à votre projet et à son succès.

Les parties A à G servent à décrire le projet et tous ses segments.

PARTIE A - Description du projet

- En 250 mots ou moins, décrivez le projet. (*Qu'est-ce que vous voulez faire? Quelle est votre vision?*)

PARTIE B – Volets prioritaires de financement

Consulter la section 4 du Guide de demande de subvention du FASMC 2020-2021 pour prendre connaissance de la description de chaque volet prioritaire.

Il est possible de choisir plus d'un volet s'il est applicable à votre projet.

- Le projet s'inscrit sous quels volets du Fonds?
 - Développement stratégique
 - Gestion des transitions
 - Amélioration de la capacité
 - Durabilité financière accrue
 - Création d'initiatives de collaboration

- En 100 mots et moins, expliquez comment le projet se rattache à chaque volet choisi tout en vous assurant que les liens entre le projet, les objectifs et leur compatibilité au volet sont clairement énoncés.

PARTIE C – Objectifs du projet

Voici des exemples d'objectifs de projets qui pourraient être présentés par des médias participants au Fonds d'appui stratégique aux médias communautaires:

Décrivez les objectifs principaux du projet (maximum 3 objectifs) tout en vous rappelant qu'un objectif est un but réalisable dans le temps qui vise des résultats mesurables.

Les objectifs du projet doivent directement répondre aux défis que vous avez identifiés dans la section 4. Voici quelques exemples :

- Les pertes des revenus menacent la viabilité de votre média communautaire? Un objectif pourrait être :
 - Développer de nouveaux marchés et augmenter les revenus de ventes de publicité et commandites afin d'assurer la viabilité et pérennité du média.
- La communauté et vos annonceurs réclament une version numérique du journal? Pour bâtir sur cette lancée, un objectif pourrait s'écrire comme suit :
 - Virage numérique et modernisation de l'image de l'identité du journal tant papier que sur ses plateformes numériques.
- Un média de la difficulté à regrouper ses énergies à un endroit? L'équipe est toujours à bout de souffle et ne parvient pas à accomplir son travail? Voici un objectif possible :
 - Exercice de planification stratégique pour la mise en place d'une nouvelle structure et d'un nouveau modèle organisationnel.

PARTIE D – Échéancier du projet (Plan de travail)

L'échéancier (plan de travail) est nécessaire à comprendre et planifier les étapes menant à la réalisation du projet.

Fournissez le calendrier **mensuel** de réalisation du projet avec une description **complète** des activités prévues et des ressources requises comme l'exemple qui suit.

- Si un projet d'une durée de 4 mois consiste au développement et à la mise en œuvre d'un plan d'affaires pour une radio communautaire, incluant l'embauche et la formation d'une personne aux ventes ainsi que la production d'une trousse d'outils de vente, l'échéancier mensuel (plan de travail) pourrait ressembler à l'exemple ci-dessous.

EXEMPLE DE PLAN DE TRAVAIL MENSUEL		
Mois	Activités	Ressources humaines requises
<i>Avril 2021</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Appel d'offres et choix de l'expert-conseil responsable du développement du plan d'affaires</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Appui pour développement de l'appel d'offres</i>

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Amorce du travail de consultation et de recherche de l'expert-conseil auprès de l'équipe de la radio, la communauté et des partenaires</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Comité responsable du choix de l'expert-conseil nommé par le CA</i> • <i>Rencontre de travail entre le DG et l'expert-conseil</i>
<i>Mai 2021</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Tenue des consultations communautaires et des sondages</i> • <i>Présentation de la première ébauche du plan d'affaires au CA et au DG</i> • <i>Développement de la description de tâches et du plan de formation du représentant commercial et ouverture du concours</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Expert-conseil responsable de la mise en œuvre avec l'appui du DG et du CA</i>
<i>Juin 2021</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Dépôt du plan d'affaires final au CA et DG et amorce de la mise en œuvre du plan</i> • <i>Embauche du représentant commercial</i> • <i>Début de la mise en œuvre du plan de formation et d'orientation du représentant commercial</i> • <i>Amorce du développement des outils de vente émanant du plan d'affaires</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Expert-conseil avec appui du DG et du CA</i> • <i>Représentant commercial</i> • <i>Graphiste</i>
<i>Juillet 2021</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Livraison des outils de ventes finaux et développement des listes de clients et de partenaires ciblés</i> • <i>Poursuite de la mise en œuvre du plan de formation et d'orientation du représentant commercial</i> • <i>Établissement et mise en œuvre du plan d'action du représentant commercial ainsi que des cibles trimestrielles</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Expert-conseil avec appui du DG et du CA</i> • <i>Adjointe administrative</i> • <i>Représentant commercial</i> • <i>Graphiste</i>

PARTIE E – Résultats attendus

Vous devez définir clairement les résultats que vous souhaitez obtenir une fois votre projet complété. L'atteinte de ces résultats sera garante de la réussite de votre projet ou non.

- Vous devez indiquer un minimum de trois (3) résultats attendus. Ces données seront utilisées dans le rapport final afin de déterminer si vous avez atteint vos objectifs ou non.
- Vous devez fournir des résultats mesurables et comparatifs, donc actuels versus la cible que vous voulez atteindre d'ici la fin de votre projet.
- Voici des exemples de résultats attendus et les mesures utilisées pour savoir s'ils ont été obtenus.

<i>Augmentation du nombre d'abonnements à l'édition numérique</i>	<i>Augmentation 25 % d'abonnements numériques supplémentaires Actuel mars 2021 - 1 000 Cible mars 2022 - 1 250</i>
<i>Augmentation des revenus de ventes de publicités.</i>	<i>Hausse de la vente de publicité de 30% Actuel mars 2021 - 78 000 \$ Cible mars 2022 - 101 500 \$</i>

<p>Augmentation de l'achalandage sur le site Web et les réseaux sociaux du journal</p>	<p>Site Web : Augmentation de 50 % Actuel mars 2021 : 1 000 visites uniques par mois Cible mars 2022 : 1 500 visites uniques par mois Facebook : Augmentation de 50% des « Likes » Actuel : 500 « Likes » Cible 2022: 750 « Likes »</p>
--	--

PARTIE F – Impact sur les populations desservies

- Cette partie permet de comprendre la portée de votre média et l'intention de desservir une plus grande population de langue officielle.
- Comme le Fonds est une initiative du Plan d'Action sur les langues officielles 2018-2023, il faut démontrer l'impact direct de votre projet sur les populations de langues officielles en situation minoritaire en répondant aux questions suivantes.
 - Quelles populations de langues officielles en situation minoritaire desservez-vous présentement? (provinces, régions, municipalités, localités, etc.)
 - Quelles nouvelles populations de langues officielles en situation minoritaire souhaitez-vous desservir grâce à ce projet ? (provinces, régions, municipalités, localités, etc.)
 - En 250 mots ou moins, décrivez quels seront l'impact et les retombées directes du projet sur les populations de langues officielles que vous desservez actuellement et que vous souhaitez desservir?

PARTIE G – Partenariats médiatiques non admissibles, privés, institutionnels ou communautaires

- Dans cette partie de la demande, si vous avez un ou des partenaires à votre projet, qu'il s'agisse d'un autre média ou d'une entreprise ou d'un organisme communautaire, vous devez les identifier et dire quel sera leur rôle.
- Un protocole d'entente ou une lettre du partenaire décrivant la nature du partenariat ou de la collaboration, et le rôle de chacun des partenaires devra être fourni à la **Section 7 - Documents à joindre** du formulaire de demande.
- **Vous réaliserez ce projet :**
 - **Seul**
 - **Avec un partenaire**

SECTION 6 - BUDGET DU PROJET

Prière de prendre note de ce qui suit avant de développer votre budget de projet :

- Le Fonds ne finance pas les activités courantes, de fonctionnement, ni les projets d'infrastructures des médias admissibles.
- Le Fonds ne peut payer les salaires du personnel existant du média, à moins qu'il s'agisse de nouvelles tâches additionnelles directement liées à la mise en œuvre du projet, pour le personnel à temps partiel.
 - Une portion du salaire d'un employé à temps plein peut être affecté aux dépenses de salaires du projet, seulement si l'employé est dégagé de la portion équivalente de ses tâches régulières pour effectuer les tâches liées au projet. (ex : un journaliste qui

travaille habituellement 35h/semaine est réaffecté à la formation de stagiaires à raison de 10h/semaines pendant 12 semaines. Le salaire équivalent à 10h/semaines X 12 semaines devient une dépense admissible.)

- **Le salaire partiel du personnel permanent à temps plein peut être attribué au projet. Cette dépense peut faire partie des frais de gestion. Le média peut inclure jusqu'à 10 % de frais de gestion sous la rubrique « Frais administratifs » du budget.**
- Les offres de services pour les services d'experts-conseils de 5 000 \$ ou plus doivent être soumises avec votre demande.
- Les fonds reçus doivent être attribués exclusivement au projet.
- Le budget approuvé selon les catégories dans l'exemple ci-dessous, fera partie de l'entente de subvention de projet signé entre le média bénéficiaire et le Consortium. Des pièces justificatives seront requises pour confirmer les dépenses approuvées, lors du dépôt du rapport final.

EXEMPLE DE BUDGET		
Montant demandé au Fonds : 56 380 \$		
Dépenses	Détails	
Salaires du personnel	<ul style="list-style-type: none"> • Coordonnateur du projet (nouveau poste) : 26 semaines x 25 h/sem. x 20 \$/h = 13 000 \$ • Adjointe administrative (10 heures additionnelles du poste existant à temps partiel) : 26 semaines x 10 h/sem. X 18\$/h = 4 680 \$ 	17 680 \$
Honoraires professionnels	<ul style="list-style-type: none"> • Firme développement Web : 10 000 \$ • Expert-conseil développement et mise en œuvre du plan d'affaires : 15 000 \$ • Graphiste - montage graphique - trousse de vente : 1 500 \$ 	26 500 \$
Frais de déplacement (maximum de 5% du budget total du projet)	<ul style="list-style-type: none"> • Vendeur doit se déplacer dans régions X, Y et Z. <ul style="list-style-type: none"> ○ Hébergement : 5 nuits x 200 \$ = 1 000 \$ ○ Transport : 3 allers-retours région X 100 km @ 0,50\$ = 150 \$ ○ 2 allers-retours région Y et Z = 100 km @ 0,50\$ = 100 \$ ○ 2 allers-retours région X et Z = 50 km @ 0,50\$ = 50 \$ ○ Per diem (repas) : 7 jrs déplacement total x 75\$ = 525 \$ 	1 825 \$
Frais administratifs (maximum de 10% du budget total du projet)	(Frais de gestion, frais de comptabilité, loyer supplémentaire, etc.) <ul style="list-style-type: none"> ○ Frais de gestion générale 4 000 \$ ○ Frais de comptabilité pour le projet 500 \$ 	4 500 \$
Promotion et publicité (maximum de 10% du budget total)	(Location d'espace kiosque, publicité médias sociaux, placement dans les journaux, événements spéciaux, etc.) <ul style="list-style-type: none"> ○ Reproduction et diffusion de dépliants et affiches 	3 500 \$
Achat ou location d'équipement (maximum de 5% du budget total)	(Ordinateur, téléphone portable, logiciel spécialisé uniquement pour le projet) <ul style="list-style-type: none"> ○ Ordinateur portable 800\$ ○ Cellulaire 500\$ ○ Tablette pour émissions en direct 500\$ 	1 800 \$

Autres frais connexes (Dépenses directement liées à la mise en œuvre du projet qui ne cadrent pas dans les autres catégories de dépenses)	(Frais d'impression, achat de cartes de bingo, frais de licences et de permis, etc.) ○ Frais de licence de bingo pour 1 an	575 \$
TOTAL DES DÉPENSES	Le total des dépenses doit être équivalent au montant demandé.	56 380 \$

SECTION 7 - DOCUMENTS À JOINDRE À LA DEMANDE

Ces documents sont nécessaires pour évaluer l'admissibilité de la demande. Ils sont aussi utilisés par le panel d'experts pour évaluer a) la capacité du demandeur à réaliser le projet et b) l'impact du projet sur le média.

- Documents d'incorporation de l'entité légale responsable
- Règlements administratifs (pour les OBNL seulement)
- États financiers les plus récents
 - Pour les OBNL : états financiers audités, mission d'examen ou rapport financier d'exercice adopté par l'AGA
 - Pour les entreprises : le rapport financier annuel soumis à l'Agence de revenu du Canada
 - S'il y a un déficit de plus de 10% à la fin du dernier exercice financier, joindre le plan de redressement
- Prévisions budgétaires pour l'exercice financier en cours
- Curriculum vitæ de la personne responsable de la réalisation du projet telle qu'identifiée à la Partie C de la présente demande
- Autorisation du signataire de votre demande
 - Pour les entreprises : attestation écrite de la personne propriétaire du média ou du groupe médiatique privé
 - Pour les OBNL : une résolution du conseil d'administration
- Protocole d'entente ou lettre décrivant la nature du partenariat ou de la collaboration et le rôle de chacun des partenaires identifiés à la Section 3 – Partie D et la Section 5 - Partie G de la présente demande.
- Un minimum de deux (2) lettres qui démontrent l'appui de votre communauté au projet (conseil scolaire, conseil municipal, centre culturel, autres médias, associations communautaires, etc.)
- Si le projet inclut une rubrique budgétaire pour les honoraires, fournissez l'offre ou les offres pour des services de 5 000 \$ et plus.
- **Si vous êtes une radio communautaire**
 - fournissez le document officiel confirmant le plus récent renouvellement de la licence par le CRTC.

- la grille complète de la programmation actuelle.
 - Si vous êtes un journal communautaire, ajoutez les versions numériques de votre publication aux dates suivantes ou à la date de publication suivante :
 - 4 novembre 2019
 - 3 février 2020
 - 4 mai 2020
 - Si vous êtes un journal en format numérique uniquement, fournissez des captures d'écran des articles publiés sur votre site web aux dates suivantes :
 - 4 novembre 2019
 - 2 décembre 2019
 - 6 janvier 2020
 - 3 février 2020
 - 2 mars 2020
 - 6 avril 2020
 - 4 mai 2020
-

SECTION 8 - ENGAGEMENT DU SIGNATAIRE

Dans cette section, avant de signer et soumettre la demande de subvention, la personne autorisée à signer celle-ci pour votre média doit attester et s'engager sur certaines exigences.

PARTIE A

- Je suis autorisé.e à signer la présente demande de subvention.
- Je certifie que les informations et renseignements fournis sont exacts et complets.

PARTIE B

SI LE PROJET EST SUBVENTIONNÉ, JE M'ENGAGE :

- à ce qu'il soit livré conformément à la demande de subvention soumise, aux lignes directrices du FASMC et aux dispositions de l'entente de subvention de projet qui sera signée entre mon média et le Consortium.
- l'appui du Fonds d'appui stratégique aux médias communautaires sera reconnu conformément aux dispositions de la section 15 du Guide de subvention du FASMC 2020-2021.
- un rapport final, conforme aux lignes directrices du FASMC, sera soumis dans les 30 jours suivant la date de fin de réalisation du projet.

PARTIE C

- NOM DU SIGNATAIRE :
 - TITRE:
 - DATE :
-