



CONSORTIUM

des médias communautaires
de langues officielles
en situation minoritaire

of Official Language Minority
Community Media

FONDS D'APPUI STRATÉGIQUE AUX MÉDIAS COMMUNAUTAIRES (FASMC)

GUIDE DE DEMANDE DE SUBVENTION 2026-2027

Financé par le
gouvernement
du Canada

Canada 

TABLE DES MATIÈRES

	Page
1. Introduction	3
2. Objectif du FASMC	4
3. Entités médiatiques admissibles au FASMC	4
4. Volets prioritaires du FASMC	6
5. Priorités 2025-2026	8
6. Autres modalités d'attribution des subventions FASMC	8
7. Subventions maximales	9
8. Processus de présentation d'une demande de subvention	9
9. Demande d'analyse préliminaire de projet	10
10. Date limite pour déposer une demande	11
11. Durée et date de début du projet	11
12. Processus d'évaluation des demandes	11
13. Critères d'évaluation	11
14. Dépenses admissibles et non admissibles	12
15. Ratio des dépenses admissibles couvertes par le FASMC	13
16. Documents à soumettre	13
17. Entente entre le Consortium et le bénéficiaire d'une subvention	14
18. Reconnaissance de l'appui financier versé par le FASMC	14
19. Rapport - d'étape et final de subvention	15
20. Analyse de l'impact des programmes sous la responsabilité du Consortium / Dossier permanent du demandeur	16
Annexe A - Questionnaire - Dossier permanent du demandeur	18
Annexe B - FASMC - Formulaire de demande de subvention de projet	31

1. INTRODUCTION

Le Fonds d'appui stratégique aux médias communautaires (*ci-après le FASMC*) est issu du [Plan d'action pour les langues officielles – 2023-2028 : Protection-promotion-collaboration](#).

Les mesures d'appui aux médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire (ci-après les MCLOSM) découlant de ce plan d'action comprennent :

- la mise en œuvre du FASMC,
- un investissement dans la prochaine génération de professionnels au sein des médias communautaires par la mise en œuvre d'un programme de stages, et
- un appui à la concertation et à la collaboration au sein du secteur des MCLOSM par le Consortium des médias communautaires de langues officielles situation minoritaire (ci-après le Consortium).

Le FASMC apporte un appui financier pour la mise en œuvre de nouveaux projets stratégiques¹ qui contribuent à développer les capacités des MCLOSM admissibles à desservir les populations de langues officielles en situation minoritaire :

- Voir la section 3 du présent guide pour consulter les critères d'admissibilité.

Le financement du FASMC émane du programme *Développement des communautés de langue officielle* sous la supervision de la Direction générale des langues officielles (*la DGLO*) du ministère du Patrimoine canadien.

Les orientations et les paramètres du FASMC ont été définis à la suite de processus de consultations ciblées et continues auprès des représentants des MCLOSM et de l'analyse régulière des résultats de ces consultations par les membres du Consortium.

Le FASMC est un programme mis en œuvre par et pour les MCLOSM. La supervision du FASMC relève du Consortium qui se compose de représentants des quatre sous-secteurs des MCLOSM :

- les journaux communautaires minoritaires anglophones représentés par le Quebec Community Newspapers Association (QCNA),
- les radios communautaires minoritaires anglophones représentées par l'English-Language Arts Network (ELAN).
- les journaux communautaires minoritaires francophones représentés par Réseau.Presse, et
- les radios communautaires minoritaires francophones représentées par l'Alliance des radios communautaires du Canada (ARC).

Mandataire du Consortium, Réseau.Presse détient la responsabilité légale du FASMC en ce qui concerne la reddition de compte auprès du Gouvernement du Canada.

- Cependant, depuis l'automne 2023, le Consortium a mis en place une structure administrative indépendante des organismes membres du Consortium.

¹ L'objectif d'un *projet stratégique* est de provoquer un changement majeur en améliorant de manière durable et mesurable une situation considérée comme insatisfaisante.

Le processus d'évaluation des demandes de subventions et les recommandations d'attribution des subventions provenant du FASMC sont sous l'entière responsabilité d'un panel de quatre (4) experts qui s'acquittent de leur mandat en toute indépendance des organismes membres du Consortium et des entités médiatiques admissibles.

Le présent guide soutiendra la réalisation de la 9e ronde du FASMC lancée le lundi 2 juin 2025.

2. OBJECTIF DU FASMC

Le FASMC a pour objectif d'aider les MCLOSM à déterminer et à mettre en œuvre les mesures nécessaires au renforcement stratégique de leurs capacités à desservir les populations de langues officielles en situation minoritaire au Canada.

Grâce au FASMC, ces médias peuvent définir précisément les difficultés auxquelles ils sont confrontés et y réagir en conséquence.

Les projets appuyés par le FASMC devront générer des retombées² pour :

- L'entité médiatique bénéficiaire d'une subvention du FASMC, et
- La population de langue officielle en situation minoritaire qu'il dessert.

3. ENTITÉS MÉDIATIQUES ADMISSIBLES AU FASMC

Les critères énumérés ci-dessous déterminent quelles sont les entités médiatiques qui sont admissibles à soumettre une demande de subvention de projet au FASMC et celles qui ne le sont pas.

Il est recommandé que toute entité médiatique désireuse de soumettre une demande au FASMC confirme son admissibilité au préalable en s'adressant à l'équipe de gestion de programme (info@fasmc-cmssf.ca).

○ Entités médiatiques admissibles

- Un organisme à but non lucratif qui exploite un journal communautaire imprimé ou numérique de langue officielle en situation minoritaire au Canada.
- Une entreprise à but lucratif qui gère au moins un journal communautaire imprimé ou numérique de langue officielle en situation minoritaire au Canada.
- Organisme à but non 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.

○ Journaux ou médias écrits communautaires de langue officielle en situation minoritaire admissibles

Pour être admissible au FASMC, un journal ou un média écrit 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, à intervalles réguliers et sur une base continue sur une ou plusieurs plateformes (version imprimée, version numérique ou plateforme Web).

² Par exemple, l'entité médiatique doit avoir un plan ou des stratégies pour corriger une situation donnée, afin de mieux desservir sa population ciblée.

- De son contenu rédactionnel **total**³, offrir au moins cinquante pour cent (50 %) de contenu rédactionnel **original**⁴ 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 **original** admissible décrit au point précédent, comprendre un minimum de cinquante pour cent (50 %) de contenu rédactionnel qui reflète la réalité de la population desservie, dont trente pour cent (30 %) est rédigé par des journalistes ou correspondants professionnels rémunérés⁵.
- Être publié par un éditeur dument identifié.

Exemple : un journal communautaire francophone en situation minoritaire qui publie un total de vingt (20) contenus rédactionnels par semaine doit publier un minimum de dix (10) contenus en français dont cinq (5) reflétant la réalité de la population desservie et au moins trois (3) doivent être écrits par des journalistes ou correspondants rémunérés.

○ **Radios communautaires de langues officielles en situation minoritaire admissibles**

Pour être admissible au FASMC, 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 dont au moins 50 % reflète la diversité de la population minoritaire desservie.
- Diffuser de l'information et des nouvelles locales, régionales et/ou provinciales dont au moins 50 % sont dans la langue de population minoritaire desservie.
- Participer à la promotion de l'expression culturelle et artistique locale et régionale de la population minoritaire desservie.
- 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 ou bilingue dans une des neuf (9) autres provinces que le Québec ou dans un des trois (3) territoires du Canada
- Se conformer à toutes les dispositions de la politique du CRTC relative à la radio communautaire.

Exemple : Une radio communautaire en situation minoritaire diffuse un total de cent vingt-six (126) heures de programmation par semaine, dont au moins soixante-trois (63) heures dans la langue de la minorité desservie. Cette radio doit diffuser au moins neuf heures et demie (9,5) de programmation originale parlée par semaine et au

³ Le contenu rédactionnel **total** comprend tous les contenus journalistiques (articles, chroniques, éditoriaux, caricatures) ainsi que tous les textes d'information repris tels les communiqués de presse.

⁴ Le contenu rédactionnel **original** comprend tous les articles, chroniques, éditoriaux, caricatures, bandes dessinées produits par le journal ou le média écrit numérique.

⁵ Des journalistes ou correspondants professionnels rémunérés pour leur travail et qui adhèrent aux principes d'éthique journalistique généralement reconnus (ex. vérifier les faits, travailler sans parti pris ni influence externe, identifier les sources, faire preuve de jugement éditorial).

moins six (6) heures de cette programmation doivent être produites par des animateurs, chroniqueurs ou journalistes.

○ **Télévisions communautaires de langues officielles en situation minoritaire admissibles**

Pour être admissible au FASMC, une télévision 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.
- Présenter une **programmation hebdomadaire**⁶ dont au moins 50 % de **programmation**⁷ est présenté en anglais au Québec ou 50 % en français dans une des neuf (9) autres provinces ou dans un des trois (3) territoires du Canada.
- De la **programmation** hebdomadaire, au moins quinze pour cent (15 %) du contenu reflète la population minoritaire desservie dans toute sa diversité.
- De la programmation hebdomadaire reflétant la population minoritaire desservie mentionnée ci-dessus, au moins trente pour cent (30 %) des contenus sont produits par des journalistes, des animateurs ou des chroniqueurs.
- Diffuser des émissions d'affaires publiques et/ou des nouvelles locales, régionales et/ou provinciales dont au moins cinquante pour cent (50 %) sont dans la langue de la population minoritaire desservie.

Exemple : Une télévision communautaire en situation minoritaire qui diffuse un total de trente (30) heures de programmation par semaine doit diffuser au moins quinze (15) heures de programmation originale dans la langue de la minorité et au moins quatre heures trente minutes (4,5) de programmation qui reflète la communauté desservie. Une heure et quinze minutes (1,25) de programmation doivent être produites par du personnel rémunéré.

○ **Entités médiatiques non admissibles**

Les entités médiatiques suivants ne sont **PAS** admissibles au FASMC :

- Radios détenant une licence de radiodiffusion de type privé ou de type privé spécialisé attribuée par le CRTC
- Médias financés par des instances gouvernementales (p. ex. : TFO, Radio-Canada, etc.)
- Journal ou radio d'un établissement d'enseignement postsecondaire
- Magazines et publications spécialisées
- Projets de démarrage d'un nouveau journal ou d'une nouvelle radio communautaire.

4. VOLETS PRIORITAIRES DU FASMC

⁶ La **programmation hebdomadaire** d'une télévision communautaire est constituée des émissions et des bulletins de nouvelles produits localement ou par d'autres stations de télévision.

⁷ La programmation **originale** comprend toutes les émissions et tous les bulletins de nouvelles produits par la télévision communautaire. La programmation originale exclut les contenus produits par l'IA générative à plus de 50 %.

Le FASMC appuie des projets qui répondent aux besoins stratégiques des MCLOSM au Canada et qui s'inscrivent dans l'un des volets prioritaires suivants :

A. Durabilité financière accrue

- Développement des nouveaux modèles d'affaires
- Création de nouvelles sources de revenus
- Diversification des sources de revenus
- Stabilisation ou expansion de modèles de revenus éprouvés

B. Développement des capacités

- Offre des formations ciblées aux membres d'une équipe ou d'un conseil d'administration (p. ex. : expérience pratique, perfectionnement professionnel, saine gouvernance)
- Élaboration de stratégies visant le recrutement et la rétention du personnel clé
- Offre de programme de mentorat pour accompagner et intégrer un nouvel employé dans un poste clé
- Développement des partenariats (p. ex. : avec les écoles, les universités et les collèges) pour assurer le développement de la relève dans le média
- Acquisition d'expertises supplémentaires (p. ex. : embaucher des experts pour répondre à des besoins ponctuels précis ou former du personnel pour des besoins précis)

C. Développement stratégique

- Exercice de planification stratégique incluant une consultation communautaire et/ou sectoriel afin d'identifier les orientations stratégiques du média pour une période donnée
- Élaboration et mise en oeuvre d'un plan opérationnel découlant du plan stratégique formel d'un média
- Étude de marché ou analyse de besoins menant au développement d'un nouveau plan d'affaires ou de commercialisation d'un nouveau produit ou services
- Élaboration et mise en oeuvre d'une stratégie précise liée au marketing, à la promotion, à la découvrabilité, etc.

D. Gestion des transitions

- Gestion du changement au sein du média (par exemple: assurer une transition lors de départ d'employés/postes clés)
- Fusion avec une autre entité médiatique
- Changement de statut juridique — à but lucratif vers à but non lucratif, obtention d'une désignation d'organisme de bienfaisance
- Développement d'un nouveau modèle de gouvernance adapté aux nouvelles réalités
- Mettre en oeuvre une transition dans la prestation des services, passer en mode numérique, etc.

E. Création d'initiatives de collaboration pour les MCLOSM au Canada

- Mutualisation et/ou partage des ressources (p. ex. : ressources humaines, espaces de bureaux, logiciels, contenus journalistiques, etc.),

- Mise en commun des fournisseurs,
- Mise en place des méthodes d'approvisionnement collectives,
- Création des plateformes conjointes d'accès au contenu, etc.

5. PRIORITÉS 2026-2027

Lors du lancement de cette 9^e ronde du FASMC, le lundi 2 juin 2025, les priorités 2026-2027 ont été communiquées par courriel aux médias potentiellement admissibles.

Après analyse des résultats et de la répartition des subventions des dernières rondes de subvention du FASMC, les membres du Consortium ont établi les priorités suivantes pour l'attribution des subventions du FASMC 2025-2026, et ce, par souci d'équité entre les 4 sous-secteurs et dans le respect des défis soulevés par les médias :

- **Priorité 1 - Projets recommandés par le panel indépendant afin d'appuyer la mise en œuvre d'un partenariat structurant ayant des retombées à court, moyen et long terme sur la santé organisationnelle du média et sur sa capacité à mieux desservir son public cible.**
 - Un **partenariat structurant** va au-delà d'un projet ponctuel : il s'inscrit dans une logique de transformation ou de consolidation de l'organisation médiatique et d'un retour sur l'investissement continu après la fin du projet.
 - Toute demande de subvention pour un projet de partenariat devra être accompagnée **d'un protocole d'entente formel** qui précise clairement les responsabilités de chaque partenaire, la nature et l'ampleur de leur contribution respective, ainsi que les retombées positives attendues pour chacun d'eux, dans une logique de partenariat mutuellement bénéfique.
 - Un partenaire peut-être une autre organisation médiatique, une organisation communautaire, une institution, une chambre de commerce, une municipalité, etc.
- **Priorité 2 - Par souci d'équité dans l'attribution des fonds 2026-2027 disponibles, projets recommandés par le panel indépendant issus d'organisations médiatiques n'ayant pas reçu de subventions dans les 7^e et 8^e rondes du FASMC (2024-2025 et 2025-2026).**

6. AUTRES MODALITÉS D'ATTRIBUTION DES SUBVENTIONS FASMC

L'admissibilité d'un projet à un ou plusieurs des volets présentés aux articles 4 et 5 du présent guide ne garantit pas un appui financier du FASMC. Les éléments suivants seront également pris en considération.

- **Les subventions sont attribuées au mérite et selon la disponibilité des fonds.**
- **Dans un esprit de respect des principes d'équité dans l'attribution auprès des entités médiatiques admissibles, le FASMC peut établir des priorités d'attribution basées sur les considérations suivantes :**
 - la région
 - le type de média
 - le type de projet

- le sous-secteur et
- les médias admissibles n'ayant pas encore bénéficié d'une subvention du FASMC
- **Le FASMC n'appuie PAS les opérations et activités courantes, le fonctionnement ou les infrastructures des entités médiatiques admissibles.**
- **Le FASMC accepte des demandes de projets d'une durée s'échelonnant entre 6 et 24 mois.**
- **Un média peut recevoir des fonds de d'autres sources pour subventionner une autre portion d'un projet subventionné par le FASMC, à condition que les fonds combinés de toutes ces sources ne dépassent les dépenses totales réelles du projet.**

7. SUBVENTIONS MAXIMALES

A. Projet d'une durée entre 6 et 12 mois

Le FASMC peut attribuer une subvention allant **jusqu'à un maximum de 75 000 \$** pour un projet réalisé indépendamment par une entité médiatique admissible **d'une durée entre 6 et 12 mois.**

B. Projet d'une durée entre 13 et 24 mois

Le FASMC peut attribuer une subvention allant **jusqu'à un maximum de 125 000 \$** pour un projet réalisé indépendamment par une entité médiatique admissible **d'une durée entre 13 et 24 mois.**

Suite aux recommandations du panel d'experts indépendants responsable de l'évaluation des demandes de subvention admissibles, le FASMC se réserve le droit d'attribuer un montant différent que le montant original demandé par le média admissible dans sa demande de subvention.

8. 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.

- **Seules les demandes de subvention soumises au moyen du portail en ligne seront admissibles à être évaluées.**
 - Le portail sera disponible **à partir du lundi 9 juin 2025.**
 - Copie du formulaire de demande de subvention qui sera disponible sur le portail est en ANNEXE B du présent guide.
- Seules les demandes soumises par des entités médiatiques admissibles seront évaluées.

- S'il/si elle ne l'a pas déjà suivie dans une ronde précédente, le/la responsable de la rédaction de la demande de subvention de l'entité médiatique demandeur devra suivre et compléter **une formation obligatoire en rédaction de demandes de subvention**.
 - La formation en rédaction de demandes de subvention de cette 9e ronde du FASMC sera offerte dans la semaine du 16 juin 2025.
 - Les dates et heures précises de cette formation ont été indiquées dans le courriel de lancement de la 9e ronde du FASMC envoyé le 2 juin 2025.
 - Si le représentant de l'entité 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 entités médiatiques qui gèrent plus d'un média admissible ont les options suivantes :**
 - soumettre un projet par ronde de subvention pour l'ensemble de leurs médias, ou
 - soumettre un projet par ronde de subvention pour un journal ou une radio en particulier.
- Toute demande en provenance d'un tiers inadmissible sera rejetée.
- Toute demande incomplète après la période de contrôle de qualité sera automatiquement rejetée.

9. DEMANDE D'ANALYSE PRÉLIMINAIRE DE PROJET

- **OBLIGATOIRE POUR LES DEMANDES DE PROJET D'UNE DURÉE ENTRE 13 ET 24 MOIS :**
 - **Afin de devenir admissible à déposer une demande de projet d'une durée entre 13 à 24 mois, une entité médiatique doit obligatoirement déposer une demande d'analyse préliminaire, à l'aide du formulaire prévu à cet effet, avant le vendredi 1 août 2025 (HAE).**
 - **Au plus tard le vendredi 29 août 2025, à 17 h (HAE),** le panel d'experts indépendants responsable de l'évaluation des demandes de subvention recommandera, ou non, le dépôt d'une demande de projet intégrale par le média demandeur pour la durée demandée.
- **FACULTATIF POUR LES DEMANDES DE PROJET D'UNE DURÉE ENTRE 6 ET 12 MOIS :**
 - **Avant le dépôt de sa demande de subvention intégrale et pour un projet d'une durée entre 6 et 12 mois,** un média admissible peut, s'il le souhaite, déposer une demande d'analyse préliminaire, à l'aide du formulaire prévu à cet effet, afin d'obtenir les commentaires préliminaires du panel d'experts indépendants responsable de l'évaluation des demandes de subvention.

- La date limite pour déposer une demande d'analyse préliminaire est **le vendredi 1 août 2025 à 17 h (HAE)**.
- Les commentaires du panel parviendront au média demandeur **au plus tard le mercredi 27 août 2025 à 17 h (HAE)**.

10. DATE LIMITE POUR DÉPOSER UNE DEMANDE

La date limite pour déposer une demande de subvention de projet dans la 9e ronde du FASMC est :

- **le mardi 30 septembre 2025 à 17 h (HAE)**.

Aucune demande de subvention ne sera acceptée après cette date et heure.

11. DURÉE ET DATE DE DÉBUT DU PROJET

Les projets présentés peuvent s'échelonner sur une période entre six (6) à vingt-quatre (24) mois.

- La date de début des projets de la 9^e ronde doit être **entre le 1er avril 2026 et le 1er juillet 2026**.

12. PROCESSUS D'ÉVALUATION DES DEMANDES

À la suite d'un appel de candidatures public, un panel d'experts indépendants ayant la responsabilité de faire l'évaluation des demandes et de recommander l'attribution des FASMC a été formé. Il est composé d'au moins quatre (4) membres bilingues issus des communautés minoritaires de langues officielles.

Les membres du panel possèdent des expériences et expertises en affaires, en gestion communautaire, en fonctionnement des médias et en offre de programmes. Ils comprennent les réalités, les défis et les besoins des populations de langue officielle en situation minoritaire et des médias communautaires admissibles qui desservent ces populations.

Les membres du panel ont le mandat d'analyser toutes les demandes admissibles conformément aux critères d'évaluation établis et énumérés à la section 13 du présent guide.

Lors de son analyse des demandes de subvention soumises au FASMC dans le cadre de cette 9^e ronde, le panel se réserve le droit de consulter le(s) rapport(s) de subventions ultérieures des médias demandeurs dans les rondes précédentes du FASMC.

13. CRITÈRES D'ÉVALUATION

Les membres du panel indépendant se fondent sur les critères suivants pour évaluer les demandes de subvention de projet soumises au FASMC :

- **30 % 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).
- **25 % de la note** — Pertinence du projet soumis, sa clarté, ses objectifs et les résultats qu'il apportera.
- **20 % de la note** — Capacité de l'entité médiatique responsable de mener à bien le projet (p. ex. : situation financière, accès aux ressources requises).
- **15 % 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.).
- **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 FASMC.

Les subventions seront accordées selon les priorités établies, au mérite et jusqu'à épuisement des fonds du FASMC disponibles pour cette 8e ronde.

14. DÉPENSES ADMISSIBLES ET NON ADMISSIBLES

Lors de la préparation du budget de leur demande de subvention, les entités médiatiques doivent tenir compte des dépenses admissibles et non admissibles énumérées ci-dessous.

Les fonds demandés dans le budget de projet présenté doivent être réservés uniquement au projet.

○ **Dépenses admissibles :**

- Salaires du personnel responsable de la réalisation du projet.
 - Aucun salaire ne peut être attribué au personnel régulier du média.
 - Si l'entité médiatique souhaite bonifier l'horaire de son personnel à temps partiel (24 heures ou moins) pour l'affecter au projet, un contrat de travail indépendant, pour les heures additionnelles, devra être signé et soumis pour approbation au FASMC.
- Honoraires professionnels pour l'embauche d'experts-conseils responsables de certaines composantes du projet.
- Frais de gestion supplémentaires liés à la réalisation du projet (p. ex. : supervision du projet, comptabilité, audit, frais de bureau généraux, loyer additionnel, etc.).
 - **Jusqu'à un maximum de 25 % 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 du projet** et dans le respect des politiques du Conseil du trésor⁸.
- Frais de promotion (publicité) pour assurer le rayonnement public ou ciblé du projet
 - **Jusqu'à un maximum de 10 % du budget total du projet.**
- Achat et location d'équipement nécessaire 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 10% du budget total du projet.**
- Autres frais liés à la réalisation du projet (p. ex. : impression, distribution, achat de permis ou de licence, etc.).
- **Dépenses non admissibles :**
 - Toutes les dépenses de fonctionnement, d'activités régulières et d'infrastructures de l'entité médiatique (p. ex. : loyer régulier, salaires du personnel régulier (25 heures et plus par semaine), frais de production réguliers du média, investissement d'infrastructures, etc.)
 - Réduction d'un déficit.
 - Les dépenses de traduction et d'interprétation dans une langue autre que la langue officielle minoritaire du média subventionné (anglais au Québec et français dans les 9 autres provinces et 3 territoires) ne sont pas admissibles.

En cas de doute sur l'admissibilité ou non d'une dépense, les entités médiatiques peuvent s'adresser à l'équipe de gestion de programme du FASMC (info@fasmc-cmssf.ca) avant de préparer leur budget.

15. RATIO DES DÉPENSES ADMISSIBLES COUVERTES PAR LE FASMC

Pour les subventions versées dans le cadre de cette 9e ronde, le FASMC peut subventionner jusqu'à 100 % des dépenses admissibles des projets accordés.

16. DOCUMENTS À SOUMETTRE AVEC LA DEMANDE

En plus de remplir le formulaire de demande de subvention en ligne, les entités médiatiques devront fournir les documents suivants :

- 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 déposer et signer la demande de projet au nom de l'entité médiatique.
 - Pour les entreprises : attestation écrite de la personne propriétaire du média ou du groupe médiatique privé
 - Pour les OBNL : une résolution signée par la présidence du conseil d'administration.

⁸ <https://www.canada.ca/fr/secretariat-conseil-tresor/services/deplacements-reinstallation/voyages-affaires-gouvernement.html>

- Un minimum de deux (2) lettres qui démontrent l'appui de la communauté au projet.
 - **Copies de lettres d'appui utilisées pour des projets antérieurs ou non spécifiques au projet ne seront pas acceptées.**
- Une copie des lettres d'entente ou protocoles d'ententes avec tous les partenaires du projet.
- Dans le cas d'honoraires pour services professionnels de plus de 5 000 \$, une offre de services détaillée de la firme ou du consultant.
- Une copie de tous les documents auxquels le demandeur réfère dans sa demande, par exemple :
 - Plan stratégique (et plan opérationnel)
 - Plan d'affaires (ou de commercialisation)
 - Étude de marché (ou de faisabilité)
 - Sondage ou analyse
 - Etc.
- Description de tâches pour nouveaux postes - ou pour postes qui changent de temps partiel à temps plein.

Ces documents sont obligatoires et feront partie intégrale de l'évaluation des demandes.

- Si les documents demandés ne sont pas fournis par le demandeur avant la date limite indiquée, la demande de subvention sera jugée incomplète par le FASMC et sera automatiquement rejetée.

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

Dès qu'une entité médiatique apprend que son projet a été approuvé, il doit signer une entente de subvention de projet avec le Consortium des médias communautaires le langues officielles en situation minoritaire.

Cette entente stipule les obligations du bénéficiaire de la subvention et devra être signée par l'officier principal de l'entreprise ou la présidence du conseil d'administration de l'organisme à but non lucratif.

- Pour les organismes sans but lucratif, une copie de l'entente signée parviendra à tous les membres du conseil d'administration tels que identifiés à la section 2 du formulaire de demande de subvention.

La signature de l'entente entraînera un premier versement pouvant aller jusqu'à 95 % du montant total de la subvention accordée. Selon les recommandations du panel responsable de l'évaluation des demandes, le FASMC peut répartir la subvention en deux (2) ou plusieurs versements.

La somme totale attribuée et le nombre de versements sont recommandés par le panel selon l'évaluation de la capacité de l'entité médiatique admissible à livrer les activités indiquées dans l'entente.

Le panel d'experts-conseils indépendants, responsable de l'évaluation des demandes de subvention, peut recommander certaines dispositions particulières à être incluses dans l'entente de subvention de projet, dont le dépôt d'un rapport d'étape pendant la période de mise en œuvre du projet.

18. RECONNAISSANCE DE L'APPUI FINANCIER VERSÉ PAR LE FASMC

Le bénéficiaire d'une subvention du Fonds doit en reconnaître publiquement la provenance de l'appui financier en utilisant les logos pertinents disponibles dans le [Guide sur la reconnaissance publique de l'appui financier - Patrimoine canadien](#) en français, en anglais ou en version bilingue pour parution :

- sur le site Web du média;
- sur tout document publique imprimé où il est question du projet;
- dans les réseaux sociaux du média en utilisant les mots-clés (hashtags) suivants :
 - **#MédiasCommunautairesLO**

Des preuves de l'utilisation de ces reconnaissances devront être jointes au rapport sur les résultats finaux de subvention.

- Dans la mesure du possible, le bénéficiaire du Fonds doit documenter le projet à l'aide de photos numériques ou de vidéos qui pourraient être utilisées en vue de faire la promotion du Fonds.

19. RAPPORT - D'ÉTAPE ET FINAL DE SUBVENTION

A. Rapport d'étape (Pour les projets d'une durée de 12 mois ou moins)

Les bénéficiaires du FASMC pour les projets d'une durée de 12 mois ou moins peuvent être tenus de soumettre des rapports d'étape pendant la durée de leur projet.

Le rapport d'étape doit inclure toutes les informations et tous les documents requis, tels qu'indiqués à l'annexe B de l'Entente de subvention de projet signée.

Le défaut de soumettre le rapport d'étape entraînera la résiliation de l'Entente de subvention de projet signée et pourrait compromettre l'admissibilité du média à de futures subventions du FASMC.

B. Rapport d'étape (Pour les projets d'une durée de 13 à 24 mois)

Les bénéficiaires du FASMC pour les projets d'une durée de 13 à 24 mois devront soumettre un rapport d'étape pour les 12 premiers mois de leur projet.

- Si les résultats attendus pour les 12 premiers mois ne sont pas atteints par le média bénéficiaire, le rapport d'étape sera soumis à l'évaluation du comité indépendant.
- Ce comité est responsable de déterminer si le projet se poursuivra ou s'il sera résilié.

D'autres rapports d'étape pourraient être exigés pendant la durée du projet.

Le rapport d'étape doit inclure toutes les informations et tous les documents requis, tels qu'indiqués à l'annexe B de l'Entente de subvention de projet signée.

Le défaut de soumettre le rapport d'étape entraînera la résiliation de l'Entente de subvention de projet et pourrait compromettre l'admissibilité du média à de futures subventions du FASMC.

C. Rapport final

Le FASMC 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 :

- Un rapport financier exhaustif sur la façon dont la subvention accordée a été dépensée ainsi que les pièces justificatives requises.
- Un rapport sur les résultats démontrant les résultats atteints par le projet accompagné des pièces justificatives, conformément à l'information qui se trouve dans l'entente de subvention de projet, ainsi que pour les résultats non prévus, accompagné des pièces justificatives lorsque requises.
- Des preuves de reconnaissance de l'appui versé par le FASMC tel qu'il est indiqué à l'article 18 du présent guide.

Sur approbation d'un rapport final, reçu dans les délais prescrits dans l'entente de subvention de projet, la retenue sur le montant total de la subvention prévue sera versée au bénéficiaire.

Le défaut de soumettre le rapport final entraînera la perte du dernier versement et pourrait compromettre l'admissibilité du média à de futures subventions du FASMC.

20. ANALYSE DE L'IMPACT DES PROGRAMMES SOUS LA RESPONSABILITÉ DU CONSORTIUM / DOSSIER PERMANENT DU DEMANDEUR

● Analyse de l'impact des programmes

Dans le cadre de ses responsabilités de reddition de compte envers le gouvernement fédéral en tant que gestionnaire de fonds publics, le Consortium a la responsabilité d'effectuer des analyses continues sur l'impact des programmes de subvention sous sa responsabilité sur la viabilité des médias du secteur des MCLOSM.

- Les médias bénéficiaires d'une subvention du FASMC ont l'obligation de collaborer pleinement, lorsqu'ils sont consultés par le Consortium, avant, pendant et après la période subventionnée.

● Dossier permanent du demandeur

Les entités médiatiques désireuses de déposer une demande au FASMC, ou à tous autres programmes sous la responsabilité du Consortium, doivent monter et à garder à jour leur “Dossier permanent du demandeur” avant de pouvoir déposer une demande.

- Le questionnaire complet du Dossier permanent du demandeur est à l’Annexe A du présent guide.

POUR DE PLUS AMPLES RENSEIGNEMENTS :

Communiquer avec l’équipe de gestion de programme du FASMC :

info@fasmc-cmssf.ca

ANNEXE A

QUESTIONNAIRE DOSSIER PERMANENT DU DEMANDEUR

Les entités médiatiques qui souhaitent déposer une demande de subvention à l'un des programmes sous la responsabilité du Consortium des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire doivent créer leur dossier permanent du demandeur en suivant les étapes suivantes :

- Fournir toutes les informations requises dans les champs prévus à cet effet,
- Fournir tous les documents requis.

Afin de demeurer admissibles aux programmes offerts par le Consortium, les organisations médiatiques devront procéder à une mise à jour de leur dossier permanent annuellement.

Les informations requises et les documents fournis dans ce dossier permettront aux responsables des programmes et aux membres du panel indépendant responsable de l'évaluation des demandes de confirmer, entre autres :

- L'admissibilité du demandeur aux programmes de subvention administrés par le Consortium,
- La capacité du demandeur à livrer les diverses composantes des subventions demandées,
- L'impact des subventions attribuées aux médias bénéficiaires sur leur viabilité et leur rentabilité, et
- Le niveau d'engagement des communautés de langues officielles en situation minoritaire envers leurs médias communautaires.

Toutes les informations et tous les documents soumis par les demandeurs sont traités conformément à la politique de confidentialité et de protection des renseignements du Consortium.

● IDENTIFICATION DE L'ENTITÉ MÉDIATIQUE RESPONSABLE

- Nom légal de l'entité médiatique
- Incorporation / Enregistrement
 - National
 - Numéro
 - Date d'enregistrement
 - Provincial / Territorial

- Province / Territoire
 - Numéro
 - Date d'enregistrement
- Numéro d'enregistrement d'employeur avec l'Agence du revenu Canada ou Revenu Québec
- **COORDONNÉES DE L'ENTITÉ MÉDIATIQUE**
 - Adresse civique
 - Ville
 - Province/territoire
 - Code postal
 - Numéro de téléphone
 - Site Web
- **AGENT(E) AUTORISÉ(E) DE L'ENTITÉ MÉDIATIQUE**

La personne identifiée dans cette section a reçu les autorisations nécessaires afin d'agir au nom de l'entité médiatique.

- Nom
 - Titre
 - Courriel
 - Cellulaire
- **GOUVERNANCE**
- **ENTREPRISE**

- **Officiers de l'entreprise**

Les coordonnées personnelles de chaque individu doivent être fournies.

- Tous les officiers d'une entreprise
- Ne pas fournir le même courriel générique ou l'adresse civique de l'entité légale pour un ou pour plusieurs de vos officiers ou membres de votre conseil d'administration.

Tous les champs sont obligatoires.

- Nom
- Titre
- Adresse
- Courriel
- Cellulaire

- # d'années avec le média

- **ORGANISME À BUT NON-LUCRATIF (OBNL)**

- **Membres du conseil d'administration**

Les coordonnées personnelles de chaque individu doivent être fournies.

- Tous les membres du CA
- Ne pas fournir le même courriel générique ou l'adresse civique de l'entité légale pour un ou pour plusieurs de vos officiers ou membres de votre conseil d'administration.

Tous les champs sont obligatoires.

- Nom
- Titre
- Date d'élection
- Adresse personnelle **complète**
- Courriel
- Cellulaire
- Occupation/profession
- # d'années avec le média

- **INFORMATIONS SUR LES MÉDIAS COMMUNAUTAIRES SOUS LA RESPONSABILITÉ DE L'ENTITÉ LÉGALE**

Veillez fournir tous les renseignements requis pour chacun des médias sous la responsabilité de l'entité légale.

Vous devez compléter une fiche par média.

- **MÉDIAS ÉCRITS, RADIO ou TÉLÉVISIONS**

JOURNAL

- **Nom du journal**
- **Date de fondation du journal**

- **Territoire desservi**
 - **Provincial**

- Quelle est la population totale de langue officielle en situation minoritaire de votre province selon les données du dernier [recensement de Statistique Canada \(2021\)](#) ?
- Quelle est la proportion de la population totale de langue officielle en situation minoritaire de votre province desservie par votre journal ?
 - 1% à 25%
 - 26% à 50%
 - 51% à 75%
 - 76% à 100%
- **Régional**
 - Quelle est la population totale de langue officielle en situation minoritaire de votre région selon les données du dernier [recensement de Statistique Canada \(2021\)](#) ?
 - Quelle est la proportion de la population totale de langue officielle en situation minoritaire de votre région desservie par votre journal ?
 - 1% à 25%
 - 26% à 50%
 - 51% à 75%
 - 76% à 100%
- **Local**
 - Quelle est la population totale de langue officielle en situation minoritaire de votre localité selon les données du dernier [recensement de Statistique Canada \(2021\)](#) ?
 - Quelle est la proportion de la population totale de langue officielle en situation minoritaire de votre localité desservie par votre journal ?
 - 1% à 25%
 - 26% à 50%
 - 51% à 75%
 - 76% à 100%
- **Autre (Précisez)**
 - Quelle est la population totale de langue officielle en situation minoritaire de votre territoire selon les données du dernier [recensement de Statistique Canada \(2021\)](#) ?
 - Quelle est la proportion de la population totale de langue officielle en situation minoritaire de votre territoire desservie par votre journal ?
 - 1% à 25%
 - 26% à 50%
 - 51% à 75%
 - 76% à 100%
- **Ressources humaines**
 - Employés à temps plein (25 heures ou plus par semaine)

- Nombre d'employés à temps plein
- Veuillez préciser le nombre d'années avec le média
 - # - 5 ans ou plus
 - # - de 2 à 5 ans
 - # - 2 ans ou moins
- Employés à temps partiel (24 heures ou moins par semaine)
 - Nombre d'employés à temps partiel
 - Veuillez préciser le nombre d'années avec le média
 - # - 5 ans ou plus
 - # - de 2 à 5 ans
 - # - 2 ans ou moins
- Pigistes (journalistes, chroniqueurs, animateurs, etc.)
 - Rémunérés
 - Nombre de pigistes rémunérés
 - Veuillez préciser le nombre d'années avec le média
 - # - 5 ans ou plus
 - # - de 2 à 5 ans
 - # - 2 ans ou moins
 - Bénévoles
 - Nombre de pigistes bénévoles
 - Veuillez préciser le nombre d'années avec le média
 - # - 5 ans ou plus
 - # - de 2 à 5 ans
 - # - 2 ans ou moins
- Sous-traitants
- Bénévoles
 - au conseil d'administration
 - pour activités et événements
 - pour appui à l'administration
- **Statistiques de lectorat et d'engagement**
 - Abonnés à la version papier
 - Abonnés à la version numérique
 - Achalandage sur le Web par mois (rapport Google analytics)
 - Abonnés aux infolettres
 - Abonnés aux réseaux sociaux :
 - Facebook
 - X (Twitter)
 - Instagram
 - LinkedIn
 - Bluesky
 - Autres : Précisez

- Autres : Précisez

RADIO

- **Nom de la radio et lettres d'appel**
- **Date de fondation de la radio**

- **Territoire desservi**

- **Provincial**

- Quelle est la population totale de langue officielle en situation minoritaire de votre province selon les données du dernier [recensement de Statistique Canada \(2021\)](#) ?
- Quelle est la proportion de la population totale de langue officielles en situation minoritaire de votre province desservie par votre radio ?
 - 1% à 25%
 - 26% à 50%
 - 51% à 75%
 - 76% à 100%

- **Régional**

- Quelle est la population totale de langue officielle en situation minoritaire de votre région selon les données du dernier [recensement de Statistique Canada \(2021\)](#) ?
- Quelle est la proportion de la population totale de langue officielle en situation minoritaire de votre région desservie par votre radio ?
 - 1% à 25%
 - 26% à 50%
 - 51% à 75%
 - 76% à 100%

- **Local**

- Quelle est la population totale de langue officielle en situation minoritaire de votre localité selon les données du dernier [recensement de Statistique Canada \(2021\)](#) ?
- Quelle est la proportion de la population totale de langue officielle en situation minoritaire de votre localité desservie par votre radio ?
 - 1% à 25%
 - 26% à 50%
 - 51% à 75%
 - 76% à 100%

- **Autre (Précisez)**

- Quelle est la population totale de langue officielle en situation minoritaire de votre territoire selon les données du dernier [recensement de Statistique Canada \(2021\)](#) ?
- Quelle est la proportion de la population totale de langue officielle en situation minoritaire de votre territoire desservie par votre radio?
 - 1% à 25%
 - 26% à 50%
 - 51% à 75%
 - 76% à 100%
- **Ressources humaines**
 - Employés à temps plein (25 heures ou plus par semaine)
 - Nombre d'employés à temps plein
 - Veuillez préciser le nombre d'années avec le média
 - # - 5 ans ou plus
 - # - de 2 à 5 ans
 - # - 2 ans ou moins
 - Employés à temps partiel (24 heures ou moins par semaine)
 - Nombre d'employés à temps partiel
 - Veuillez préciser le nombre d'années avec le média
 - # - 5 ans ou plus
 - # - de 2 à 5 ans
 - # - 2 ans ou moins
 - Pigistes (journalistes, chroniqueurs, animateurs, etc.)
 - Rémunérés
 - Nombre de pigistes rémunérés
 - Veuillez préciser le nombre d'années avec le média
 - # - 5 ans ou plus
 - # - de 2 à 5 ans
 - # - 2 ans ou moins
 - Bénévoles
 - Nombre de pigistes bénévoles
 - Veuillez préciser le nombre d'années avec le média
 - # - 5 ans ou plus
 - # - de 2 à 5 ans
 - # - 2 ans ou moins
 - Sous-traitants
 - Bénévoles
 - au conseil d'administration
 - pour activités et événements
 - pour appui à l'administration
- **Statistiques d'écoute et d'engagement**

- Auditeurs réguliers en ondes ou sur le Web (rapport Stats Radio ou l'équivalent)
- Achalandage sur le Web par mois (rapport Google analytics)
- Abonnés aux réseaux sociaux :
 - Facebook
 - X (Twitter)
 - Instagram
 - LinkedIn
 - Bluesky
 - Autres : Précisez
- Nombre de membres
- Autres : Précisez

TÉLÉVISION

- **Nom de la télévision et lettres d'appel**
- **Date de fondation de la télévision**

- **Territoire desservi**
- **Provincial**
 - Quelle est la population totale de langue officielle en situation minoritaire de votre province / votre territoire selon les données du dernier [recensement de Statistique Canada \(2021\)](#) ?
 - Quelle est la proportion de la population totale de langue officielles en situation minoritaire de votre province desservie / territoire desservi par votre radio ?
 - 1% à 25%
 - 26% à 50%
 - 51% à 75%
 - 76% à 100%

- **Régional**
 - Quelle est la population totale de langue officielle en situation minoritaire de votre région selon les données du dernier [recensement de Statistique Canada \(2021\)](#) ?
 - Quelle est la proportion de la population totale de langue officielle en situation minoritaire de votre région desservie par votre radio ?
 - 1% à 25%
 - 26% à 50%
 - 51% à 75%
 - 76% à 100%

- **Local**

- Quelle est la population totale de langue officielle en situation minoritaire de votre localité selon les données du dernier [recensement de Statistique Canada \(2021\)](#) ?
- Quelle est la proportion de la population totale de langue officielle en situation minoritaire de votre localité desservie par votre radio ?
 - 1% à 25%
 - 26% à 50%
 - 51% à 75%
 - 76% à 100%

- **Autre (Précisez)**
 - Quelle est la population totale de langue officielle en situation minoritaire de votre territoire selon les données du dernier [recensement de Statistique Canada \(2021\)](#) ?
 - Quelle est la proportion de la population totale de langue officielle en situation minoritaire de votre territoire desservie par votre radio?
 - 1% à 25%
 - 26% à 50%
 - 51% à 75%
 - 76% à 100%

- **Ressources humaines**
 - Employés à temps plein (25 heures ou plus par semaine)
 - Nombre d'employés à temps plein
 - Veuillez préciser le nombre d'années avec le média
 - # - 5 ans ou plus
 - # - de 2 à 5 ans
 - # - 2 ans ou moins
 - Employés à temps partiel (24 heures ou moins par semaine)
 - Nombre d'employés à temps partiel
 - Veuillez préciser le nombre d'années avec le média
 - # - 5 ans ou plus
 - # - de 2 à 5 ans
 - # - 2 ans ou moins
 - Pigistes (journalistes, chroniqueurs, animateurs, etc.)
 - Rémunérés
 - Nombre de pigistes rémunérés
 - Veuillez préciser le nombre d'années avec le média
 - # - 5 ans ou plus
 - # - de 2 à 5 ans
 - # - 2 ans ou moins

- Bénévoles
 - Nombre de pigistes bénévoles
 - Veuillez préciser le nombre d'années avec le média
 - # - 5 ans ou plus
 - # - de 2 à 5 ans
 - # - 2 ans ou moins
- Sous-traitants
- Bénévoles
 - au conseil d'administration
 - pour activités et événements
 - pour appui à l'administration
- **Statistiques d'écoute et d'engagement**
 - Téléspectateurs réguliers en ondes ou sur le Web (rapport Numeris, du câble distributeur ou l'équivalent)
 - Achalandage sur le Web par mois (rapport Google Analytics)
 - Abonnés aux réseaux sociaux :
 - Facebook
 - X (Twitter)
 - Instagram
 - LinkedIn
 - Bluesky
 - Autres : Précisez
 - Nombre de membres
 - Autres : Précisez
- **DOCUMENTS À SOUMETTRE**
 - **Documents constitutifs de l'entité légale responsable** (certificat d'incorporation ou d'enregistrement, lettres patentes, etc.)
 - **Règlements administratifs** (pour les OBNL seulement)
 - **Procès-verbal du dernier assemblée générale annuelle** (pour les OBNL seulement)
 - **États financiers**
 - Pour les OBNL : les états financiers audités, mission d'examen ou rapport financier (bilan et état des résultats) du dernier exercice financier terminé et adopté par l'assemblée générale des membres.
 - Pour les entreprises : le rapport financier (bilan et état des résultats) pour le dernier exercice terminé de l'entreprise.

- Pour les médias communautaires qui sont sous le contrôle d'une entité légale avec multiples divisions, un rapport financier (bilan et état des résultats) uniquement avec les données financières du média bénéficiaire du projet sont requis.
- **Prévisions budgétaires pour l'exercice financier en cours.**
 - Prévisions des revenus et dépenses
 - OBNL : Avec prévision de fonds de réserve le cas échéant
 - Entreprise : Avec prévision d'un profit ou d'une perte le cas échéant.
 - Pour les médias communautaires qui sont sous le contrôle d'une entité légale avec de multiples divisions, des prévisions budgétaires uniquement avec les données financières du média bénéficiaire du projet sont requises.
- **Preuve d'une couverture d'assurance responsabilité** d'un minimum 2 millions de dollars établissant une garantie contre la responsabilité civile de tous les agents autorisés de l'entité médiatique.
- **Politique de ressources humaines contre le harcèlement, l'intimidation et la discrimination**
 - Ou adhésion à la politique générique du Consortium.
- **Informations bancaires pour dépôt direct**
 - Copie d'un chèque annulé ou formulaire de dépôt direct de l'institution bancaire.
- **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 l'exercice en cours.
- **Pour les télévisions communautaires seulement :**
 - une copie des documents confirmant la nature et la validité de leurs droits de diffusion (licence du CRTC ou lettre du câblodistributeur).
 - la grille de programmation des émissions pour l'exercice en cours.
- **Pour les journaux communautaires :**
 - Quatre (4) numéros de leur journal (PDF ou hyperlien) de la première date de publication des quatre (4) mois suivants :
 - Décembre 2024
 - Février 2025
 - Juin 2025
 - Septembre 2025
- **Pour les médias écrits numériques :**
 - Fournir l'adresse Web de votre média

- En moyenne, combien d'articles sont publiés par semaine.
- Les médias numériques qui ont un mur payant, fournir un nom d'utilisateur et un mot de passe qui sera utilisé par le FASMC – Consortium pour fins de vérifications

- **ATTESTATION DE L'AGENT(E) AUTORISÉ(E) DE L'ENTITÉ MÉDIATIQUE**

Je, (Nom de l'agent(e) autorisé(e)), suis l'agent(e) autorisé(e) de (Nom légal de l'entité médiatique) et je certifie que toutes les informations et les documents soumis dans ce dossier permanent sont exacts et complets.

SIGNATURE :

DATE :

ANNEXE B
FONDS D'APPUI STRATÉGIQUE AUX MÉDIAS COMMUNAUTAIRES (FASMC)
FORMULAIRE DE DEMANDE DE SUBVENTION DE PROJET
(9e RONDE — 2026-2027)

SECTION 1 - VOTRE PROJET

Cette section vous permet d'expliquer votre projet, ses objectifs, ses activités, les résultats et l'impact escomptés.

Le FASMC subventionne des projets structurants qui produisent des résultats durables et des impacts significatifs.

1A - Titre du projet

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

1B - Durée du projet

- **Votre projet peut s'échelonner sur une période de six (6) à vingt-quatre (24) mois.**
 - ATTENTION : Les projets d'une durée d'entre 13 et 24 mois doivent avoir reçu une approbation préalable du panel indépendant responsable de l'évaluation des demandes (voir article 9 du Guide de demande de subvention).
- Les projets peuvent débuter entre le 1er avril 2026 et le 1er juillet 2026.
- Dates de début et de fin du projet
 - **Date de début (AAAA-MM-JJ)**
 - **Date de fin (AAAA-MM-JJ)**

1C — Personne responsable de la direction du projet

- Identifiez la personne qui est déjà à l'emploi de votre média et qui sera chargée de diriger le projet.
- Décrivez comment son expérience et son expertise connexes assureront le succès de votre projet.
- Le curriculum vitae de la personne responsable devra être fourni à la Section 5 — Documents à joindre à votre demande.
 - **Nom de la personne responsable du projet pour le média**
 - **Courriel**
 - **Cellulaire**

- **Sommaire de l'expérience et des expertises liées au projet (250 mots maximum)**

1D - Description du projet

- **En 250 mots ou moins, décrivez votre projet.**
 - *Que voulez-vous voulez faire ?*
 - *Quelle est votre vision ?*
 - *Pourquoi ce projet est-il si important pour votre média et la communauté que vous desservez?*

1E — Défis actuels de votre média et objectifs de votre projet

- **ATTENTION :** Votre projet doit être une réponse au(x) défi(s) que vous identifiez ci-dessous.
 - Entre autres mots, votre projet doit être une solution pour régler, partiellement ou complètement, les défis que vous identifiez dans cette demande.
 - Vous devez faire le lien direct entre ces défis et les objectifs de votre projet.
- **Veillez indiquer :**
 - **jusqu'à un maximum de trois (3) défis auxquels votre média est confronté,**
 - **les objectifs précis de votre projet qui sont une réponse directe aux défis énumérés.**
- Voici quelques exemples :
 - **Défi :** Les pertes de revenus de publicité et d'abonnements menacent la viabilité de mon journal.
 - **Objectif :** Développer des nouveaux marchés/services afin d'augmenter les revenus de publicité, de commandites ou de ventes et d'assurer la viabilité et pérennité du journal.
 - **Défi :** Ma radio a de la difficulté à prioriser ses actions et maximiser l'efficacité au sein de sa petite équipe. L'équipe est toujours à bout de souffle et ne parvient pas à accomplir son travail de façon satisfaisante ou à atteindre les résultats souhaités.
 - **Objectif :** Tenir un exercice de planification stratégique pour la mise en place d'une nouvelle structure organisationnelle avec des priorités claires et des résultats atteignables selon des échéanciers précis.

1F — Plan de travail et échéanciers de votre projet

- Un plan de travail et des échéanciers clairs sont essentiels pour comprendre et planifier toutes les étapes menant à la réalisation du projet avec succès.

- Fournissez le calendrier mensuel de réalisation du projet avec une description complète des activités prévues et des ressources requises, comme l'exemple qui suit.
- Exemple de plan de travail mensuel
 - Le projet proposé est d'une durée de six (6) mois et consiste à développer et à mettre en œuvre 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, le plan de travail peut ressembler à l'exemple ci-dessous.

EXEMPLE DE PLAN DE TRAVAIL MENSUEL

Mois	Activités	Ressources humaines requises
Avril 2026	<ul style="list-style-type: none"> ● Appel d'offres et choix de l'expert-conseil responsable du développement du plan d'affaires ● Amorce du travail de consultation et de recherche de l'expert-conseil auprès de l'équipe de la radio, la communauté et des partenaires 	<ul style="list-style-type: none"> ● DG et CA pour développement de l'appel d'offres ● Comité responsable du choix de l'expert-conseil nommé par le CA ● Rencontre de travail entre le DG et l'expert-conseil
Mai 2026	<ul style="list-style-type: none"> ● Développement des sondages et documents de consultations ● Tenue des consultations communautaires 	<ul style="list-style-type: none"> ● Expert-conseil responsable de la mise en œuvre avec l'appui du DG et du CA
Juin 2026	<ul style="list-style-type: none"> ● Présentation de la première ébauche du plan d'affaires au CA et au DG ● Développement de la description de tâches et du plan de formation du représentant commercial et ouverture du concours 	<ul style="list-style-type: none"> ● Expert-conseil responsable de la mise en œuvre avec l'appui du DG et du CA
Juillet 2026	<ul style="list-style-type: none"> ● Dépôt du plan d'affaires final au CA et DG et amorce de la mise en œuvre du plan ● Embauche du représentant commercial 	<ul style="list-style-type: none"> ● Expert-conseil avec appui du DG et du CA ● Représentant commercial
Août 2026	<ul style="list-style-type: none"> ● Dépôt du plan d'affaires final au CA et DG et amorce de la mise en œuvre du plan ● Embauche du représentant commercial ● Développement des outils de ventes fermes et développement des listes de clients et de partenaires ciblés 	<ul style="list-style-type: none"> ● Expert-conseil avec appui du DG et du CA ● Représentant commercial ● Graphiste
Septembre 2026	<ul style="list-style-type: none"> ● Poursuite de la mise en œuvre du plan de formation et d'orientation du représentant commercial 	<ul style="list-style-type: none"> ● Expert-conseil avec appui du DG et du CA ● Adjointe administrative ● Représentant commercial ● Graphiste

- | | | |
|--|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Établissement et mise en œuvre du plan d'action du représentant commercial ainsi que des cibles trimestrielles</i> | |
|--|---|--|

SECTION 2 - RÉSULTATS ET IMPACTS DE VOTRE PROJET

2A — Résultats escomptés de votre projet

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.

ATTENTION : Vos résultats doivent aussi démontrer clairement le rendement de votre projet et la stabilité accrue de votre média après le projet.

- En d'autres mots, vos résultats doivent permettre à votre média de poursuivre les activités prévues dans votre projet après la période subventionnée par le FASMC.

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.

- Le FASMC demandera des preuves de l'atteinte des résultats.

Voici des exemples de résultats escomptés et les mesures utilisées afin de déterminer s'ils ont été obtenus.

<i>Augmentation du nombre d'abonnements à l'édition numérique</i>	<i>Augmentation de 50% d'abonnements numériques supplémentaires</i> <i>Actuel - Octobre 2025 - 1 000 abonnements x 50 \$ = 50 000 \$ / année</i> <i>Cible - Mars 2027 - 1 500 abonnements x 50 \$ = 75 000 \$ / année</i>
<i>Augmentation des revenus de ventes de publicités</i>	<i>Hausse de la vente de publicité de 30 %</i> <i>Actuel - Octobre 2025 - 78 000 \$ / année</i> <i>Cible - Mars 2027 - 101 400 \$ / année</i>
<i>Augmentation de l'achalandage sur le site Web</i>	<i>Site Web : Augmentation de 50 %</i> <i>Actuel - Octobre 2025 : 1 000 visites uniques par mois</i> <i>Cible - Mars 2027 : 1 500 visites uniques par mois</i>
<i>Stabilisation des ressources humaines</i>	<i>Actuel - Octobre 2025 : 1 poste à temps plein et 2 postes à temps partiel</i> <i>Cible - Mars 2027 : 3 postes à temps plein</i>

Nouveaux partenariats communautaires établis	Actuel - Octobre 2025 : 3 partenaires communautaires Cible - Mars 2027 : 8 partenaires communautaires
Formation des employés visant l'augmentation des revenus de levée de fonds (dons, loterie, bingo, etc.)	Actuel - Octobre 2025 : 1 employé formé = 5 000 \$ de dons / année Cible - Mars 2027 : 3 employés formés = 25 000 \$ de dons / année

2B - Rentabilité du projet après la période subventionnée

Votre projet doit atteindre un seuil de rentabilité qui lui permettra de se poursuivre après la période subventionnée.

- La rentabilité d'un projet se définit comme étant le résultat du rapport entre les revenus obtenus et les ressources utilisées lors de sa réalisation.
- **À la lumière des résultats escomptés indiqués à la question précédente (2A), en 250 mots ou moins, expliquez en détails comment les activités de votre projet seront rentables, se poursuivront après la période subventionnée et sur quelles nouvelles ressources vous pourrez compter pour ce faire.**

2C - Impact sur la viabilité financière du média

Votre projet doit avoir un impact direct sur la viabilité financière à court et moyen terme de votre média.

- La viabilité financière est atteinte lorsque les revenus d'une entité sont suffisants pour couvrir toutes ses dépenses, actuelles et futures.
- **À la lumière des résultats escomptés indiqués à la question précédente (2A), en 250 mots ou moins, expliquez comment votre projet aura un impact direct sur la viabilité financière de votre média.**

2D — Impact de votre projet sur la vitalité des populations de langues officielles en situation minoritaire desservies

Comme le FASMC est une initiative *du Plan d'action pour les langues officielles*, vous devez démontrer l'impact direct de votre projet sur la vitalité des populations de langues officielles en situation minoritaire desservies par votre média.

- **Quelles populations de langues officielles en situation minoritaire votre média dessert-il actuellement? (provinces, régions, municipalités, localités, etc.)**
 - **Quelles sont les caractéristiques principales de ces populations? Qu'est-ce qui les distinguent des autres populations de langues officielles en situation minoritaire?**

- **Quelles nouvelles populations de langues officielles en situation minoritaire votre média souhaite-t-il desservir grâce à ce projet ? (provinces, régions, municipalités, localités, etc.)**
 - **Pourquoi votre média veut-il desservir ces nouvelles populations? Comment le besoin a-t-il été identifié?**
 - **En 250 mots ou moins :**
 - **Expliquez quels seront l'impact et les retombées directs du projet sur la vitalité des populations de langues officielles que votre média dessert actuellement (et qu'il souhaite desservir, le cas échéant).**
-

SECTION 3 — VOLETS PRIORITAIRES DU FASMC

Consultez la Section 4 du Guide de demande de subvention du FASMC 2026-2027 pour prendre connaissance de la description de chacun des cinq (5) volets prioritaires du FASMC.

Il est possible de choisir seulement un ou plusieurs volets applicables à votre projet.

- **Le projet s'inscrit sous quel(s) volet(s) prioritaire(s) du FASMC?**
 - **Durabilité financière accrue**
 - **Développement des capacités**
 - **Développement stratégique**
 - **Gestion des transitions**
 - **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 le lien entre le projet et les objectifs est clairement énoncé.**
-

SECTION 4 — BUDGET DU PROJET

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

- **Le FASMC ne finance PAS les opérations courantes, de fonctionnement, ni les projets d'infrastructures des médias admissibles.**
- **Aucun salaire ne peut être attribué au personnel régulier de l'entité médiatique travaillant 25 heures ou plus par semaine.**
 - **Si l'entité médiatique souhaite bonifier l'horaire de son personnel à temps partiel (24 heures ou moins) pour l'affecter au projet, un contrat de travail distinct, pour les heures additionnelles, devra être signé avec l'employé et soumis au FASMC.**

- Des offres de services détaillées pour les services d'experts-conseils de 5 000 \$ ou plus doivent être soumises avec la demande.
 - Une proposition de service détaillée comprend :
 - Profil du consultant
 - Description du mandat
 - Approche et méthodologie proposées
 - Portée du travail et livrables
 - Plan de travail et échéancier
 - Budget et honoraires
 - Le FASMC se réserve le droit de demander la clarification et/ou des offres de services supplémentaires si de multiples dépenses d'honoraires de moins de 5 000 \$ sont demandées.
- Les fonds reçus du FASMC doivent être attribués exclusivement au projet.
- Le budget qui sera approuvé selon les catégories dans l'exemple ci-dessous fera partie intégrale de l'entente de subvention de projet signée entre le média bénéficiaire et le Consortium.
 - Un maximum de 5 % peut être transféré entre les catégories de dépenses approuvées sans approbation préalable du FASMC.
 - Des pièces justificatives seront requises pour confirmer les dépenses approuvées, lors du dépôt du rapport final, et du rapport d'étape (le cas échéant).

EXEMPLE DE BUDGET		
Montant demandé au FASMC : 63 380 \$		
Dépenses	Détails	
Salaires	<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 \$

<p>Frais de déplacement (maximum de 5 % du budget total du projet)</p> <p>Dépenses de voyage maximales admissibles (voir les liens suivants):</p> <p>https://www.canada.ca/fr/agence-revenu/organisation/a-propos-agence-revenu-canada-arc/directive-voyages-affaires/appendice-a-taux-kilometrage-arc-avril-2025.html</p> <p>https://www.canada.ca/fr/agence-revenu/organisation/a-propos-agence-revenu-canada-arc/directive-voyages-affaires/annexe-b-repas-indemnitees-avril-2025.html</p>	<p>Vendeur doit se déplacer en régions X, Y et Z.</p> <ul style="list-style-type: none"> o Hébergement : 5 nuits x 200 \$ = 1 000 \$ o Transport : 3 allers-retours région X 100 km @ 0,50 \$ = 150 \$ o 2 allers-retours région Y et Z = 100 km@0,50 \$ = 100 \$ o 2 allers-retours région X et Z= 50 km @ 0,50 \$ = 50 \$ o Per diem (repas) : 7 jrs déplacement total x 75 \$ = 525 \$ 	<p>1 825 \$</p>
<p>Frais de gestion (maximum de 25 % du budget total du projet)</p>	<p>(Supervision du projet, frais de comptabilité, audit, loyer supplémentaire, etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> o Aucune ventilation des dépenses n'est requise. 	<p>11 500 \$</p>
<p>Promotion et publicité (maximum de 10 % du budget total)</p>	<p>(Location d'espace kiosque, publicité médias sociaux, placement dans les journaux, événements spéciaux, etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> o Reproduction et diffusion de dépliants et affiches 	<p>3 500 \$</p>
<p>Achat ou location d'équipement (uniquement pour le projet) (maximum de 10 % du budget total)</p>	<p>(Ordinateur, téléphone portable, logiciel spécialisé uniquement pour le projet)</p> <ul style="list-style-type: none"> o Ordinateur portable 800 \$ o Cellulaire 500 \$ o Tablette pour émissions en direct 500 \$ 	<p>1 800 \$</p>
<p>Autres frais connexes (Dépenses directement liées à la mise en œuvre du projet qui ne cadrent pas dans les autres catégories de dépenses)</p>	<p>(Frais d'impression, achat de cartes de bingo, frais de licences et de permis, etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> o Frais de licence de bingo pour 1 an 	<p>575 \$</p>

TOTAL DES DÉPENSES	Le total des dépenses doit être équivalent au montant demandé.	63 380 \$
---------------------------	--	-----------

SECTION 5 — DOCUMENTS À JOINDRE À LA DEMANDE

Ces documents utilisés par le panel indépendant responsable de l'évaluation des demandes de subvention afin de déterminer :

- a) la capacité du demandeur à réaliser le projet,
- b) l'impact du projet sur la viabilité et la rentabilité du média,
- c) le niveau d'engagement de la communauté de langue officielle en situation minoritaire envers votre média et votre projet.

- **Curriculum vitæ de la personne responsable de la réalisation du projet telle qu'elle est identifiée à la Partie 1C de la présente demande**
- **Autorisation du signataire de la demande**
 - Pour les entreprises : attestation écrite de la personne propriétaire du média ou du groupe médiatique privé
 - Pour les OBNL : une résolution adoptée par le conseil d'administration signée par la présidence
- **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.)
 - **Copies de lettres d'appui utilisées pour des projets antérieurs ou non spécifiques au projet ne seront pas acceptées.**
- **S'il y a un ou des partenaires au projet présenté**, fournissez une copie de la lettre ou du protocole pour chaque partenariat
- **Si le projet inclut une rubrique budgétaire pour les honoraires**, fournissez l'offre ou les offres pour des services **détaillés** de 5 000 \$ et plus.
 - Une proposition de service détaillée comprend :
 - Profil du consultant
 - Description du mandat
 - Approche et méthodologie proposées
 - Portée du travail et livrables
 - Plan de travail et échéancier
 - Budget et honoraires

- **Descriptions de tâches** pour nouveaux postes créés à l'appui du projet ainsi que pour tous les postes qui changent de temps partiel à temps plein à l'appui du projet.
- **Tout autre document d'appui à votre demande**
Par exemple :
 - Plan stratégique (et plan opérationnel)
 - Plan d'affaires (ou de commercialisation)
 - Étude de marché (ou de faisabilité)
 - Sondage ou analyse
 - Etc.

Les documents soumis par les médias demandeurs sont traités conformément aux politiques de confidentialité du Consortium des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire.

SECTION 6 — ENGAGEMENT DU MÉDIA

Dans cette section, avant de signer et soumettre la demande de subvention, la personne autorisée à signer celle-ci pour votre média doit attester à ce qui suit :

6A - Autorité du/de la signataire autorisé(e) et certification des renseignements et informations fournis

- Je suis autorisé(e) à signer la présente demande de subvention par les instances responsables de l'entité médiatique qui dépose cette demande..
- Je certifie que tous les renseignements et toutes les informations fournis dans cette demande sont exacts et complets.

6B - Engagement du/de la signataire autorisé(e)

SI LE PROJET EST SUBVENTIONNÉ PAR LE FASMC, JE M'ENGAGE À :

- 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 l'entité médiatique et le Consortium des médias communautaires de langues officielles en situation minoritaire,
- reconnaître que l'appui stratégique du FASMC sera reconnu conformément aux dispositions de la section 18 du Guide de subvention du FASMC 2026-2027,
- soumettre un rapport final, conformément aux lignes directrices du FASMC et à l'entente de subvention qui sera signée, dans les 30 jours suivant la date de la fin de réalisation du projet.

6C - Signature du/de la signataire autorisé(e)

- NOM DU/DE LA SIGNATAIRE AUTORISÉ(E)
- TITRE :
- DATE :