

# FINANCER LE JOURNALISME :

Guide pratique pour la  
philanthropie canadienne

Publication initiale : novembre 2023

Mise à jour : février 2024

---

**INSPIRIT**  **FONDATION**  
**FOUNDATION** **INSPIRIT**

 **Philanthropic** **Fondations**  
**Foundations** **Philanthropiques**  
**Canada** **Canada**

 **LOCAL NEWS RESEARCH**  
**PROJECT**  
localnewsresearchproject.ca

  
**PhiLab**

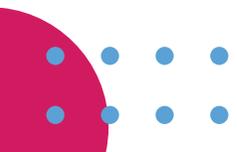


# FINANCER LE JOURNALISME :

## Guide pratique pour la philanthropie canadienne

---

Au sujet du guide .....	<b>1</b>
Introduction .....	<b>2</b>
Section 1 : Pourquoi financer le journalisme? .....	<b>4</b>
Section 2 : Détails pratiques du financement .....	<b>6</b>
I. Premières étapes .....	<b>7</b>
II. Contexte réglementaire et mécanismes de financement .....	<b>10</b>
III. Questions éthiques et respect de l'indépendance éditoriale .....	<b>15</b>
IV. Soutien à un journalisme équitable .....	<b>18</b>
V. Mesure d'impact .....	<b>21</b>
Section 3 : Modèles de financement à explorer .....	<b>24</b>
Section 4 : En résumé – Feuille de route .....	<b>26</b>
Remerciements .....	<b>27</b>



# Au sujet du guide

« Financer le journalisme: guide pratique pour la philanthropie canadienne » fait partie des efforts de la Fondation Inspirit pour combler le vide informationnel qui sépare la philanthropie du journalisme au Canada. Il s'ajoute à la première ressource de la série, publiée au printemps dernier sous le titre [Financer le journalisme; favoriser l'épanouissement des communautés](#), qui regroupe des études de cas de soutien philanthropique au journalisme d'un bout à l'autre du pays.

Fruit d'une collaboration avec le [Local News Research Project](#) de l'Université métropolitaine de Toronto et [Fondations philanthropiques Canada](#), ce guide présente des renseignements pratiques et des outils destinés aux équipes et aux administrateur·trice·s des fondations qui songent à financer des activités journalistiques. Il se divise en quatre sections. La première porte sur les raisons de financer le journalisme, la deuxième, sur les détails pratiques de la chose, puis la troisième section dresse une liste de modèles de financement possibles. Enfin, la quatrième, fournit une feuille de route pour s'y retrouver dans ce type d'activité.

Une ressource destinée aux journalistes et aux médias est à venir.

## L'équipe de rédaction

### Ana Sofía Hibon

Gestionnaire de programme, [Fondation Inspirit](#)

Inspirit est une fondation publique située à Toronto, dont la mission est d'appuyer les organisations artistiques et médiatiques dans la promotion d'un Canada inclusif et pluraliste. Au cours des cinq dernières années, Inspirit a soutenu tout un éventail d'initiatives journalistiques et collaboré avec diverses autres organisations philanthropiques dans ce domaine.

### April Lindgren

Professeure à la faculté de journalisme de l'Université métropolitaine de Toronto et chercheuse principale du [Local News Research Project \(LNRP\)](#)

Les travaux de recherche du LNRP sur la philanthropie et le journalisme sont financés par une subvention du Conseil de Recherches en Sciences Humaines du Canada (CRSH) octroyée au PhiLab, le [Réseau canadien de recherche partenariale sur la philanthropie](#).

### Sara Krynitzki

Directrice, politiques et recherche, [Fondations philanthropiques Canada \(FPC\)](#)

FPC est le réseau philanthropique national qui rassemble les fondations et les bailleurs de fonds pour bâtir un monde juste, équitable et durable.

# Introduction

Au cours de la dernière décennie, un nombre modeste, mais croissant, de fondations canadiennes ont commencé à soutenir le journalisme. Cela n'est pas parce qu'elles ont comme but de sauver la presse, mais plutôt parce qu'elles auraient bien du mal à accomplir leurs missions sans l'existence d'un journalisme de qualité.

Les fondations aspirent à bâtir une société informée et engagée, et l'importance du journalisme à cet égard est de plus en plus reconnue. Dans une démocratie saine, le journalisme de qualité fournit une information fiable qui aide les gens à comprendre le monde qui les entoure. La population peut s'en servir pour demander des comptes aux dirigeant-e-s, et dans sa forme idéale, le journalisme sert de forum de dialogue citoyen entre divers milieux, donnant à chaque personne l'occasion de se prononcer sur les décisions qui influencent sa vie. Les bailleurs de fonds prennent le parti de financer le journalisme d'intérêt public parce qu'il s'agit d'un allié naturel dans la résolution de bon nombre des grands défis auxquelles nous faisons face, par exemple en matière d'accès aux soins de santé, d'éducation, de changements climatiques et de justice sociale et raciale.

Si le rôle du journalisme dans le bon fonctionnement de la société est [largement reconnu](#), les problèmes qui minent sa capacité de promouvoir l'intérêt public [sont nombreux et divers](#). Les revenus qui couvrent les salaires des journalistes et les autres dépenses du secteur [ont chuté drastiquement](#) lorsque les publicités ont migré vers les plateformes numériques. Par ailleurs, la confiance accordée aux nouvelles continue de [s'éroder](#), surtout au Canada anglophone. La technologie a changé la façon de présenter et de consommer le journalisme. C'est sans parler de l'adoption récente par le gouvernement fédéral du projet de loi C-18, *Loi sur les nouvelles en ligne* – objet de grands débats – qui demande aux entreprises de technologie Google et Meta (Facebook) de rémunérer les entreprises de nouvelles pour le contenu affiché sur leurs plateformes. En réaction, Meta a bloqué la publication de nouvelles pour ses utilisateur-trice-s au Canada, et Google a [indiqué](#) qu'elle lui emboîterait le pas, deux décisions qui mettent en jeu la survie de nombreux médias en ligne, [comme plusieurs le signalent](#).

## Qu'est-ce que le journalisme de qualité?



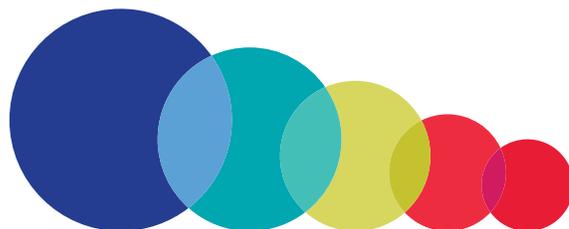
Dans le contexte du présent guide, le journalisme de qualité se définit comme l'acte de produire et de diffuser des nouvelles et des articles originaux qui servent l'intérêt public. Le journalisme de qualité se distingue par son indépendance des personnes avec qui il traite et par un souci de justesse et de transparence dans ses méthodes, quelle que soit la plateforme utilisée.



## Coup d'œil : difficultés du secteur journalistique

511  
fermetures

212  
ouvertures



Au Canada, entre 2008 et le 1er octobre 2023, 511 organismes de presse locaux (majoritairement des journaux communautaires) [ont fermé](#) dans 342 localités, tandis que 212 ont vu le jour dans 150 localités.

Les mises à pied ont réduit la capacité de nombreuses salles de presse à [couvrir](#) les sujets d'intérêt public et citoyen, à demander des comptes aux dirigeant·e·s et à alimenter la discussion sur les enjeux d'importance. Selon les données des syndicats, l'*Ottawa Citizen*, par exemple, comptait 190 personnes dans sa salle de presse en 1990, mais n'en compte qu'une vingtaine aujourd'hui. De même, l'effectif du *Toronto Star* a chuté, passant de 610 personnes en 2009 à 172 en 2022.

Étant donné les difficultés que rencontre le journalisme comme pilier d'une démocratie saine, le gouvernement fédéral a [adopté](#) en 2019 des changements législatifs créant un nouveau type de donataires reconnus, les [organisations journalistiques enregistrées](#) (OJE). Exonérées du paiement de l'impôt sur leurs revenus, les OJE peuvent recevoir des dons de la part d'organismes de bienfaisance enregistrés et remettre des reçus officiels pour les dons obtenus. À ce jour, seules [11 organisations journalistiques](#) ont le statut de donataires reconnus.

Il y a cependant d'autres manières pour les fondations de collaborer avec des médias indépendants à but non-lucratif ou non, afin de promouvoir l'intérêt public et de soutenir le dialogue citoyen. Toutefois, pour que les relations entre la philanthropie et le journalisme évoluent favorablement, il faut que les deux secteurs parviennent à une compréhension commune de leurs domaines respectifs. Ce guide constitue un pas dans cette direction.

À ce jour, seules 11 organisations journalistiques ont le statut de donataires reconnus.



## Section 1

# Pourquoi financer le journalisme?

Le financement du journalisme demeure un territoire inexploré pour bon nombre d'acteurs du milieu philanthropique (donateur·trice·s, équipes, conseils d'administration). Pourtant, les fondations reconnaissent de plus en plus que le journalisme joue un rôle essentiel dans le bien-être de nos communautés, de notre démocratie et de notre planète. Ceci est dû au fait qu'un journalisme de qualité :

fournit aux citoyen·ne·s l'information fiable dont ils et elles ont besoin pour participer à la démocratie, demander des comptes aux dirigeant·e·s et prendre des décisions éclairées au quotidien et dans les situations d'urgence;

fait connaître aux décideur·euse·s politiques et au public les enjeux d'importance pour les collectivités, les bailleurs de fonds et les organismes de bienfaisance;

introduit dans le domaine public des renseignements, des histoires et des idées susceptibles d'influencer ou de remettre en question les récits dominants de façon à faire évoluer les mentalités et inciter à l'action.

« *L'information est aussi vitale au bon fonctionnement des collectivités que l'air pur, la sécurité dans les rues, la qualité des écoles et la santé publique.* »

– [Commission Knight sur les besoins informationnels des collectivités en contexte démocratique, 2009](#)

Des études menées aux quatre coins du monde indiquent un [lien](#) étroit entre l'état du journalisme et le bon fonctionnement des démocraties. Au Canada, les études portent à croire que la perte et l'érosion des sources de nouvelles crédibles ont entraîné un [accès inégal à l'information](#) concernant les candidats locaux et les enjeux des élections fédérales, ainsi qu'une [diminution du nombre d'articles portant sur les affaires publiques](#) et les institutions démocratiques. Sans accès à une information fiable, il est plus difficile pour les citoyens de faire des choix éclairés au moment de voter et de faire valoir leur opinion dans les décisions qui les touchent. Le journalisme de qualité joue aussi un rôle majeur dans la lutte contre les rumeurs, la désinformation et les théories du complot.

### **Le journalisme lance des conversations, propulse des enjeux sur la scène publique et attire l'attention des décideur·euse·s et des collectivités**

Les fondations trouvent un allié naturel dans le journalisme, capable d'attirer l'attention sur des enjeux et d'alimenter le dialogue citoyen sur bon nombre des problèmes qu'elles-mêmes s'activent à résoudre, comme l'illustre le travail des salles de presse partout au Canada. Prenons l'exemple de *La Presse*, média établi à Montréal, qui a aidé à faire respecter le principe de transparence du système judiciaire canadien en exposant un procès secret tenu à la Cour d'appel du Québec contre une personne ayant informé la police. Le Service des poursuites pénales du Canada a tenté de bloquer l'enquête, mais les articles publiés par *La Presse* ont finalement poussé le ministre de la Justice du Québec à promettre que de tels procès ne seraient plus jamais tenus en secret. Ce dossier a valu un [Prix de la liberté de la presse Canada 2023](#) à *La Presse*, qui est une [organisation journalistique enregistrée](#).

Sur la côte Ouest, *IndigiNews*, dont la rédaction est pilotée par des personnes autochtones et qui reçoit le soutien de plusieurs fondations, a lancé un dossier sur les enjeux de santé reproductive des Autochtones. Pour ses articles sur les [signalements de naissances](#) du gouvernement de la Colombie-Britannique – une pratique qui n'a plus cours aujourd'hui, mais qui a séparé un nombre disproportionné de bébés autochtones de leur mère à la naissance –, *IndigiNews* s'est vu décerner un [Prix d'excellence en journalisme Jackman de la Fondation pour le journalisme canadien](#) 2023. Cette couverture journalistique a aussi contribué à une [action collective](#) subséquente au nom des parents ayant subi un signalement de naissance.

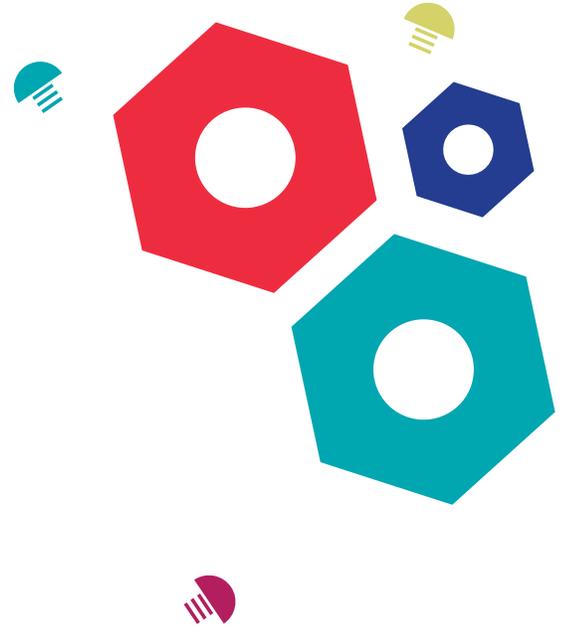
### **« Rien ne se passe dans la "vraie" vie sans que ce soit d'abord arrivé en images dans notre esprit. » – Gloria Anzaldúa, poète, écrivaine et théoricienne chicana**

Les histoires et les récits façonnent les croyances, changent les façons de voir le monde et suscitent l'action. En apportant de nouvelles voix et perspectives au dialogue citoyen, le journalisme est capable d'influencer les discours dominants et de jouer un rôle important dans [l'alimentation des conversations publiques](#) qui propulsent le changement. Les préoccupations de la Fondation Atkinson concernant l'érosion du travail décent et la nécessité d'une croissance économique plus équitable, par exemple, l'ont amenée à financer un poste de journaliste spécialisé dédié à ces enjeux au *Toronto Star*. Le contrat entre la Fondation et le journal ne visait pas un simple financement de la couverture de l'actualité. L'objectif était, pour citer l'engagement, de s'attaquer à « [l'inégalité des voix qui règne dans la société](#) ». Parmi les articles à fort impact qui sont parus dans le *Toronto Star* grâce à cette collaboration, mentionnons le [dévoilement](#) des graves abus perpétrés par les agences de placement temporaire. Cette enquête a incité le gouvernement provincial à essayer d'[améliorer](#) la protection des travailleur·euse·s vulnérables en milieu de travail.

## Section 2

# Détails pratiques du financement

---



# I. Premières étapes

- Principaux facteurs à prendre en compte dans les premières étapes du financement au journalisme et conseils pour impliquer votre conseil d'administration et équipe

Lorsque se présente une occasion de financer des activités journalistiques, le personnel et les membres du conseil peuvent se montrer hésitants. Certains peuvent se demander : « Comment pouvons-nous justifier le financement du journalisme alors qu'il y a tant d'autres priorités, comme la santé, la réconciliation et le climat, entre autres? » En réalité, les individus, les collectivités et les institutions ne peuvent progresser efficacement sur aucun enjeu social, environnemental ou économique s'ils et elles n'ont pas accès à de l'information fiable sur le sujet.

Les bailleurs de fonds n'ont pas besoin d'une nouvelle stratégie complexe ni d'importantes sommes d'argent pour commencer à soutenir le journalisme. Il est tout à fait acceptable de commencer modestement et de construire à partir de là.



« Quand la Fondation de Winnipeg s'est engagée sur cette voie il y a une dizaine d'années, le conseil d'administration était ouvert à l'idée qu'une collectivité informée et mobilisée est aussi plus bienveillante et plus généreuse. Il y a eu au conseil des discussions très animées sur le rôle d'une fondation communautaire dans le soutien au journalisme local, mais au bout du compte, on a vu et convenu que ce financement cadrerait avec notre mandat global de renforcer la communauté. C'était progressiste à l'époque, mais aujourd'hui, beaucoup d'autres bailleurs de fonds voient la valeur inhérente d'un investissement dans l'actualité locale. »



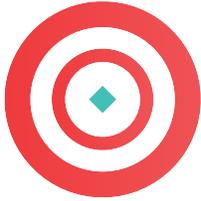
LuAnn Lovlin, vice-présidente aux communications et au marketing, Fondation de Winnipeg

## Questions de discussion :

Commencez à explorer les liens entre le journalisme et votre mission philanthropique en discutant des questions suivantes avec vos collègues et votre entourage :

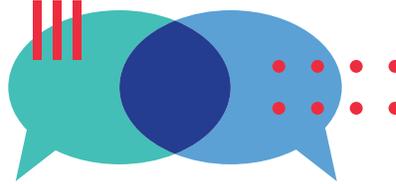
- Où les communautés avec lesquelles vous travaillez vont-elles chercher l'information, y compris sur les questions centrales de votre mission? Obtiennent-elles les informations dont elles ont besoin pour participer à la prise de décision et demander des comptes au pouvoir?
- Quelles sources d'information ces communautés considèrent-elles comme dignes de confiance ou non?
- Quels sont les points de vue absents ou mal représentés dans les récits des médias dominants sur les questions d'intérêt public? Quels en sont les effets?
- Quels résultats pourraient être obtenus grâce à un meilleur accès à des reportages fiables et nuancés sur les questions qui sont au cœur de votre mission?

## Meilleures pratiques



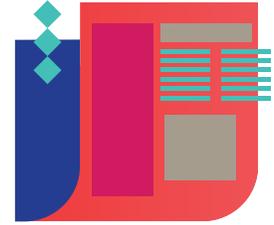
### Le lien avec votre mission

Faites en sorte que les activités journalistiques soutenues concordent avec votre mission philanthropique. Réfléchissez aux impacts potentiels d'une couverture médiatique bonifiée sur les problèmes auxquels vous vous attaquez.



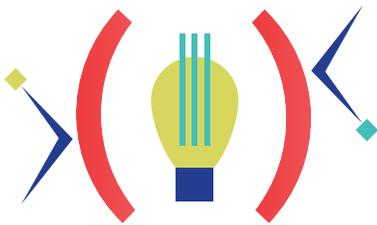
### Parlez-en autour de vous

Échangez avec d'autres organisations qui financent le journalisme. Informez-vous de leurs méthodes, de leurs difficultés et de leurs solutions. Dans la mesure du possible, offrez-leur votre collaboration – c'est une belle façon de faire vos premiers pas tout en apprenant.



### Le journalisme, pas la communication

Ayez bien conscience de la différence entre le financement du journalisme et les commandites de contenu communicationnel. Ce sont là deux façons très différentes de réaliser votre mission philanthropique. Les journalistes ne s'occuperont pas des communications de votre organisation.



### L'indépendance éditoriale

Informez votre équipe et votre conseil d'administration des attentes réalistes par rapport aux articles publiés et du fait qu'il pourrait y avoir des désaccords entre les positions de votre organisation et le contenu journalistique que vous financez. Les bailleurs de fonds ne peuvent prendre part aux décisions éditoriales. Parlez-en dès le départ en suivant les conseils fournis dans la [section 2.III](#).



### Bâtissez la confiance :

Prenez le temps de tisser de bonnes relations avec vos partenaires potentiels. Discutez ouvertement et identifiez clairement vos objectifs communs avant de choisir qui vous financerez et de quelle façon.



## Outils et ressources

- Un [récent rapport](#) de LION Publishers recensait au Canada 270 publications numériques servant une région géographique précise ou portant sur un seul sujet.
- Le [Local News Research Project](#) conjugue l'analyse de contenu à la cartographie numérique pour étudier les enjeux liés aux nouvelles locales au Canada.

## II. Contexte réglementaire et mécanismes de financement

➤ Vue d'ensemble du contexte réglementaire actuel et des mécanismes de financement

On observe une évolution intéressante des façons de financer le journalisme, surtout dans les règlements et les politiques régissant les types d'organisations admissibles aux dons de bienfaisance au Canada. Ces dernières années, plus de 20 fondations canadiennes ont trouvé le moyen de collaborer avec des projets journalistiques de toutes sortes qui correspondaient à leur mission, mais le financement du journalisme demeure un domaine relativement nouveau pour le monde philanthropique canadien.

Les fondations peuvent travailler avec tout un éventail d'organisations pour soutenir le journalisme au Canada :



En 2019, le gouvernement du Canada a mis en place de [nouvelles mesures](#) pour soutenir le journalisme, comme la création d'un nouveau type de donataires reconnus, les organisations journalistiques enregistrées (OJE). Grâce à ces changements, les organisations journalistiques admissibles peuvent désormais, pour la première fois, recevoir du financement d'organismes de bienfaisance enregistrés et remettre des reçus pour les dons. En date du 1er novembre 2023, seules [11 organisations](#) étaient désignées comme des OJE.

## Qu'est-ce qu'une organisation journalistique enregistrée



Les [OJE](#) sont des organisations journalistiques sans but lucratif qui peuvent fournir des reçus fiscaux pour les dons et recevoir du financement d'organismes de bienfaisance enregistrés. Elles sont des donataires reconnus par l'Agence du revenu du Canada, et doivent au préalable obtenir la désignation d'[organisation journalistique canadienne qualifiée](#) (OJCQ), un statut qui leur donne droit à certains avantages et crédits d'impôt fédéraux.

### Pour avoir la désignation d'OJCQ, un organisme de presse doit :

- mener ses activités au Canada;
- produire du contenu de nouvelles originales qui ne fait pas la promotion des intérêts d'une organisation, d'une association ou des membres d'un tel regroupement;
- employer régulièrement au moins deux journalistes;
- satisfaire aux exigences établies par un comité consultatif indépendant concernant la production de contenu de nouvelles originales et le respect des processus et principes journalistiques :
  - vérification de l'information avant la publication,
  - possibilité de réplique accordée aux personnes critiquées,
  - représentation honnête des sources,
  - pratique de rectification des erreurs.

### Pour obtenir la désignation d'OJE, une OJCQ doit :

- produire du contenu original et veiller à ce que toutes ses activités d'affaires soient liées au journalisme (ex. : vente d'espace publicitaire et d'abonnements);
- avoir des administrateur·trice·s et un conseil d'administration;
- refuser les dons de toute source unique représentant plus de 20 % de ses revenus totaux;
- s'abstenir de rendre ses revenus payables à un·e propriétaire, membre, actionnaire, directeur·trice, administrateur·trice ou autre personne analogue.



La [section 3](#) donne des exemples de modèles de financement précis pour les fondations souhaitant soutenir le journalisme.

# Mécanismes à la disposition des fondations intéressées de soutenir le journalisme

## 1. Dons à des donataires reconnus

Les fondations peuvent faire des dons aux médias ayant le statut d'[organisations journalistiques enregistrées](#) ou à des organisations liées au journalisme ayant le statut d'organisme de bienfaisance.

### Exemples :



*La Presse* est une **organisation journalistique enregistrée** qui reçoit des **subventions** de fondations privées et publiques. Elle reçoit aussi des dons de particuliers et remet des reçus officiels pour activités de bienfaisance.



*The Narwhal* est une **organisation journalistique enregistrée** qui reçoit des **subventions** de plusieurs fondations ainsi que des dons de particuliers. En 2022, le journal a reçu une **subvention** de la Fondation de Winnipeg pour la création d'un poste de reporter spécialisé en environnement au Manitoba, [en collaboration](#) avec la *Winnipeg Free Press*, un **organisme de presse à but lucratif**.



Le programme de communications et de beaux-arts autochtones de l'Université des Premières Nations (First Nations University) comprend une formation journalistique et est en partie financé par des **subventions** philanthropiques à l'Université.



*Surviving Hate* est un **projet de journalisme collaboratif** hébergé par le StoryLab du Humber College, qui vise à combler le manque de données sur les crimes haineux au Canada. Les articles sont publiés par différents médias en ligne et le projet a reçu du financement de la Fondation Inspirit, qui a accordé une **subvention** à Humber.



Journalists for Human Rights est un **organisme de bienfaisance enregistré** qui offre des programmes destinés aux journalistes, aux médias, aux organisations de la société civile et à d'autres parties prenantes. L'organisme reçoit des **subventions** de plusieurs fondations canadiennes ainsi que des dons de particuliers.



## 2. Subventions à des donataires non reconnus ou ententes avec ce type d'organisation

Un organisme de bienfaisance peut mener ses activités au Canada en concluant des ententes avec des donataires non reconnus. Voici quelques types d'arrangements utilisés par les fondations pour travailler avec des donataires non reconnus, notamment des organisations journalistiques :

### I. Accords avec des intermédiaires\*, tel que :

#### a. Entente contractuelle :

Une fondation peut engager directement une personne ou une organisation à titre de fournisseur pour effectuer certaines activités en son nom. Ce type d'intermédiaire peut être un organisme sans but lucratif ou un entrepreneur à but lucratif.

#### Exemple :



*IndigiNews* est un organisme de presse indépendant affilié à Discourse Community Publishing, une entreprise privée. IndigiNews couvre des enjeux importants pour les communautés autochtones et reçoit du financement de la part de fondations sous la forme de **contrats de service** et de **partenariats avec un organisme de bienfaisance**.

#### b. Entente de représentation :

Une fondation peut prendre entente directement avec un-e agent-e qui mènera des activités en son nom. La fondation doit être en mesure de démontrer qu'elle dirige et contrôle les ressources financières fournies à l'agent-e.

#### Exemple :



*La Converse* est un **organisme de presse numérique** sans but lucratif qui sert les communautés traditionnellement exclues des médias québécois et canadiens. Il reçoit du financement de fondations sous la forme d'**ententes de partenariat avec un organisme de bienfaisance**, de **contrats de service** et d'**ententes de représentation**.

## Qu'est-ce qu'un donataire non reconnu



Les donataires non reconnus sont des entités qui ne sont pas désignées comme des organismes de bienfaisance auprès de l'Agence du revenu du Canada; il peut s'agir d'organismes sans but lucratif, d'initiatives communautaires et d'entreprises.

### c. Don s'inscrivant dans un partenariat avec une organisation fiduciaire :

Une fondation peut faire un don à un autre organisme de bienfaisance, qui à son tour mènera ses activités au moyen d'un intermédiaire, comme un donataire non reconnu.

#### Exemple :



*L'Investigative Journalism Foundation* est une **organisation journalistique sans but lucratif** qui est financée en partie par des **partenariats avec un organisme de bienfaisance**.

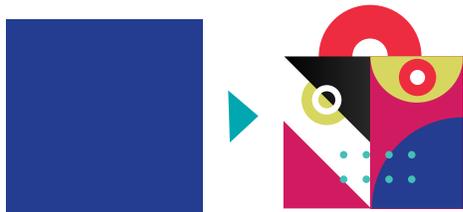
### II. Subventions à des donataires non reconnus :

À la fin de 2022, la Loi de l'impôt sur le revenu du Canada a été modifiée pour permettre aux donataires non reconnus de recevoir du financement de la part d'organismes de bienfaisance enregistrés (dont les fondations). Dans ces relations, la loi oblige les organismes de bienfaisance à exercer une diligence raisonnable, à signer une entente écrite, à utiliser un quelconque mécanisme de reddition de comptes et à s'assurer que les activités financées par la subvention contribuent à leur mission. Les [lignes directrices](#) concernant l'exécution de relations de ce type ont été publiées à la fin de 2023.



\*Selon l'Agence du revenu du Canada, « l'organisme de bienfaisance qui transfère des ressources à son intermédiaire doit en diriger et en contrôler l'utilisation ». Les dernières recommandations de l'Agence du revenu du Canada sur les activités menées au moyen d'un intermédiaire se trouvent [ici](#).

## Meilleures pratiques



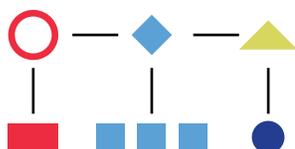
### Des solutions personnalisées

Passez en revue les modèles existants de financement du journalisme pour trouver celles qui conviendront à votre organisation. Vous trouverez des exemples à la [section 3](#).



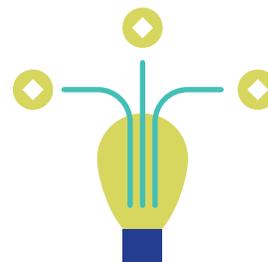
### Soutien externe

Communiquez avec vos pairs dans le monde de la philanthropie pour découvrir comment d'autres fondations canadiennes s'y sont prises pour financer le journalisme. Demandez des points de vue externes, notamment un avis juridique au besoin.



### Soyez au fait de la structure d'organisme de bienfaisance de votre fondation

Vos objectifs, vos règlements internes et votre contingent des versements visé peuvent avoir une incidence sur les mécanismes que vous pourrez utiliser. Pour accorder des subventions à des donataires non reconnus, vous pourriez devoir faire quelques modifications.



### Partage de connaissances

Diffusez vos apprentissages et faites preuve de transparence quant aux objectifs, aux méthodes et aux exigences de votre fondation. La clarté est primordiale sur votre site web, dans la documentation et dans vos échanges. De cette façon, vous pourriez informer et inspirer d'autres acteurs du monde philanthropique et journalistique quant aux possibilités dans le domaine.

## Outils et ressources

- [Financer le journalisme; favoriser l'épanouissement des communautés](#) : La Fondation Inspirit présente cinq études de cas de soutien philanthropique pour le journalisme au service des collectivités au Canada.
- [Utilisation d'un intermédiaire pour mener les activités d'un organisme de bienfaisance au Canada](#) : L'Agence du revenu du Canada fournit des recommandations aux organismes de bienfaisance travaillant avec des intermédiaires.
- [What The Saskatchewan Roughriders Can Teach Canadian Journalism](#) : Le Forum des politiques publiques présente d'autres modèles de propriété et de financement pour le journalisme au Canada.

# III. Questions éthiques et respect de l'indépendance éditoriale

- ③ Pratiques exemplaires pour protéger l'intégrité journalistique ainsi que l'indépendance des choix éditoriaux et de gestion dans les relations de financement

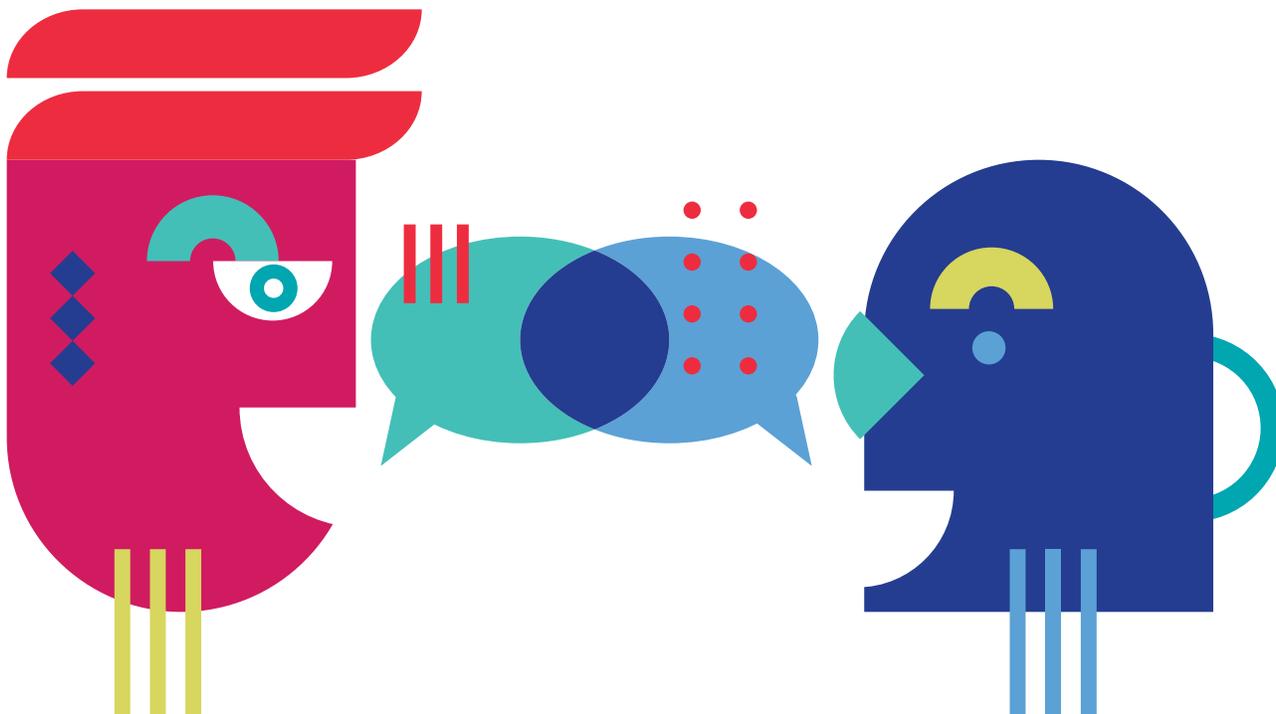
Les journalistes jouent un rôle essentiel quand vient le temps de demander des comptes aux dirigeant-e-s et d'aider les gens à comprendre le monde en fournissant de l'information sur les enjeux d'intérêt public. L'alignement entre la philanthropie et le journalisme dans leur engagement pour le bien public, bien que fort, n'est pas sans tensions.

Au Canada, la confiance envers les institutions, [y compris les médias](#), est fragile et en déclin. Dans ce contexte, tant les journalistes que les organisations philanthropiques doivent veiller à éviter toute occurrence réelle ou apparente d'influence induite sur les décisions éditoriales et de gestion. Cet aspect est essentiel pour l'impact et la légitimité du journalisme réalisé à l'aide de fonds philanthropiques. En inscrivant ces notions dans des accords formels et des politiques accessibles au public, le processus journalistique est protégé et le public est plus enclin à être rassuré du fait que la couverture soutenue par la philanthropie est produite sans ingérence du bailleur de fonds.



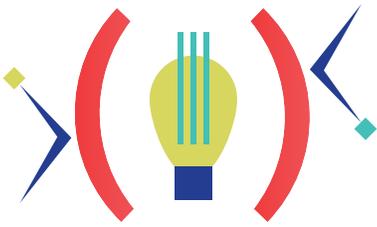
« L'investissement dans le journalisme pourrait donner un sens nouveau au concept de philanthropie fondée sur la confiance. Nous demandons aux fondations d'apporter du soutien sans essayer d'influencer les résultats ou d'avoir leur mot à dire dans les façons de faire »,

[souligne](#) Lisa Gibbs, vice-présidente du développement philanthropique à l'Associated Press.





## Meilleures pratiques



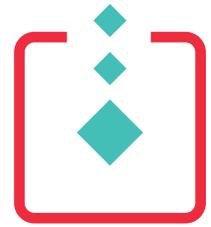
### L'indépendance éditoriale

Intégrez la notion d'indépendance éditoriale dans vos ententes de financement, en établissant clairement que le contrôle éditorial et les responsabilités légales relèvent des donataires.



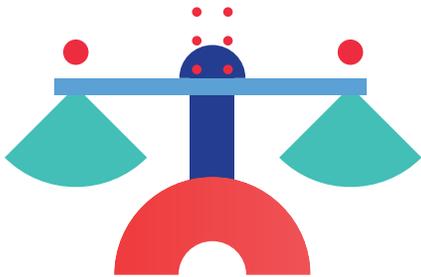
### Une transparence radicale dans la divulgation des donateur-trice-s

Produisez des rapports publics du financement que vous octroyez au journalisme et demandez à vos donataires d'en faire de même. Dans vos rapports, précisez qui a reçu le financement, la somme totale accordée et les objectifs généraux du partenariat.



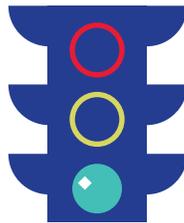
### Protection du libre accès

Dans vos ententes avec les organisations journalistiques, veillez à ce que le contenu produit avec votre soutien soit publié en libre accès, et non seulement pour les abonnés payants.



### L'éthique journalistique

Travaillez avec des médias et des projets qui se sont dotés d'un code d'éthique clair. Au besoin, proposez la publication du code d'éthique des initiatives que vous financez.



### Un financement sans restriction

Dans la mesure du possible, fournissez du financement à la mission, pour que les organisations puissent elles-mêmes choisir les histoires à raconter.



## Outils et ressources

- [Recommandations relatives au financement philanthropique des médias et de l'actualité](#) (en anglais seulement) : L'American Press Institute fournit des lignes directrices pour les bailleurs de fonds et les médias, avec un accent particulier sur l'indépendance journalistique.
- [Guide de déontologie](#) : La Fédération professionnelle des journalistes du Québec fournit des recommandations pour aider les journalistes à prendre leurs responsabilités en contexte professionnel.
- [Modèle de politique d'éthique](#) (en anglais seulement) : Ce modèle provient de PressForward, une organisation canadienne qui soutient et défend les médias indépendants.
- [Encadrer les relations philanthropiques avec les organismes de presse](#) (en anglais seulement) : La Fondation Atkinson propose des conseils utiles sur les contrats en se basant sur sa collaboration avec le *Toronto Star*.
- [Quatre choses à savoir avant de signer une entente de subvention](#) (en anglais seulement) : Nicole Campbell, directrice générale de Build Up Advisory Group, présente des éléments clés à inclure dans les ententes.

### Exemple

## Principes de la Fondation Inspirit pour le financement du journalisme

Afin de maintenir les normes les plus élevées de soutien éthique au journalisme, Inspirit adhère aux principes suivants :

- 1. Transparence et divulgation des sources de financement** : Inspirit rend publics tous ses partenariats de financement avec des organisations journalistiques sur sa page web consacrée aux subventions. La Fondation demande aussi à ses donataires de la nommer publiquement en tant que partenaire financier dans le contenu et les communications sur support papier, numérique, audio ou autre ainsi que sur son site web, dans ses rapports annuels et dans d'autres documents destinés au public, s'il y a lieu, le tout dans une optique de transparence.
- 2. Indépendance éditoriale et intégrité** : Inspirit n'approuve, n'influence, ne révise et ne vérifie pas le contenu produit par ses partenaires avant ou après la publication. Le financement d'Inspirit n'implique aucune participation au processus éditorial ni aucune approbation du contenu qui en découle.
- 3. Éthique journalistique** : Inspirit exige que ses partenaires respectent toutes les normes éthiques et journalistiques applicables à la production et à la publication de contenu.

Nous encourageons nos partenaires des secteurs journalistique et philanthropique à élaborer et à publier une politique visant à assurer l'éthique et l'intégrité des activités liées au journalisme.

## IV. Soutien à un journalisme équitable

### ➤ Facteurs à garder en tête pour que votre financement favorise l'équité dans le secteur journalistique

Pour comprendre les événements et les enjeux actuels, nous avons besoin d'informations [fiables](#) qui exposent divers points de vue. Mais le journalisme n'est pas à l'abri des pratiques qui favorisent l'iniquité. Ceci étant le cas, bien des décisions éditoriales ont contribué à la diffusion d'idées pernicieuses en excluant et en déformant les points de vue et le vécu de certains groupes et en prônant des stéréotypes négatifs. Le manque de diversité [dans le personnel et la direction des salles de presse](#) est notoire, et il en va de même dans bon nombre de facultés de journalisme. Par ailleurs, l'accès à du capital de démarrage est souvent plus ardu pour les journalistes-entrepreneur-euse-s appartenant à des groupes sous-représentés.

Tous ces défauts ont un effet disproportionné sur les groupes déjà plus susceptibles de souffrir d'exclusion et de discrimination fondées sur la race, l'appartenance ethnique, le genre, la classe sociale, la religion, l'emplacement géographique et d'autres facteurs.

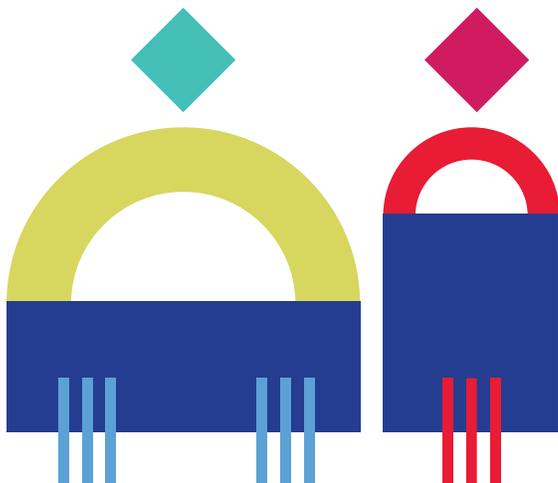
Comme le veulent les pratiques exemplaires en vigueur dans le reste du secteur philanthropique, les fondations peuvent encourager le [journalisme axé sur l'équité](#) en s'associant avec des organismes de presse menés par des personnes issues de groupes sous-représentés ou mal représentés qui ont à cœur de servir ces communautés. Elles peuvent contribuer à un changement de culture dans les salles de presse traditionnelles en finançant des initiatives de diversification du personnel et en bonifiant la couverture des groupes et des enjeux qui autrement passent sous silence. Elles peuvent aussi intégrer l'équité à leurs plans de financement en veillant à ce que les subventions assurent des salaires décentes, pour que les journalistes qui ne viennent pas de milieux aisés puissent se bâtir une carrière dans ce milieu et raconter des histoires pertinentes pour les collectivités.

« Il ne faut pas sous-estimer l'importance de voir des gens qui nous ressemblent dans les histoires et les médias, de voir les gens comme nous être respectés – c'est vital. »

**Connie Walker**, journaliste crie lauréate du prix Pulitzer, originaire de la Première Nation Okanese en Saskatchewan

« Dans cette nouvelle ère, les bailleurs de fonds doivent investir dans des médias et des organismes de presse qui sont fermement ancrés dans leur communauté. Pas seulement ceux que les philanthropes veulent bien choisir, mais ceux que les gens de la communauté trouvent importants. »

**Tracie Powell**, fondatrice du Pivot Fund, un organisme philanthropique de capital de risque ayant pour mission d'investir 500 millions de dollars américains dans le journalisme communautaire





## Meilleures pratiques



### Posez des questions

Renseignez-vous sur la composition et la gouvernance de l'organisme journalistique. Assurez-vous de savoir à qui revient le contrôle éditorial et comment les points de vue de groupes appartenant à la diversité sont pris en compte.



### Soutenez le leadership des groupes sous-représentés

Investissez dans les leaders appartenant à des groupes sous-représentés, qui puissent choisir des éclairages éditoriaux actuellement absents des salles de rédaction. Cela peut orienter la sélection des sujets et la répartition des ressources au sein des médias.



### Encouragez les conditions de travail équitables

Informez-vous des pratiques salariales et d'emploi en vigueur pour les journalistes, les réviseur·euse·s et les différent·e·s collaborateur·trice·s au sein de l'organisme, y compris les pigistes. Octroyez des sommes correspondant à ce dont l'organisation a besoin pour attirer, maintenir en poste et rémunérer justement un ensemble diversifié de talents journalistiques.



### Simplifiez vos subventions

Offrez un processus de demande, de versement et de rapport simple qui limite la charge de travail et les coûts associés pour les donateurs. Guidez vos partenaires potentiels à travers votre système de candidatures, surtout ceux qui ont peu d'expérience de collaboration avec la philanthropie.



### Faites vos recherches

Sortez de vos cercles habituels pour apprendre et concevoir des stratégies propices à l'équité dans le journalisme et dans les salles de presse. Portez attention aux perspectives manquantes et aux stéréotypes relayés dans les médias.



## Exemples

- Voici quelques groupes qui travaillent à améliorer la représentativité des médias canadiens sur les plans de la race, du genre, de la religion, de l'emplacement géographique, de l'âge et d'autres indicateurs de diversité : [Association des journalistes Noirs du Canada](#), [Femmes Expertes](#), [Muslim Sources](#), [Indigenous Journalists Association](#).
- En 2020, le média indépendant *The Discourse* s'est associé au Réseau de télévision des peuples autochtones (APTN) pour proposer un nouveau modèle de journalisme centré sur les réalités autochtones. De là est né [IndigiNews](#), un média numérique en ligne qui traite des valeurs, des enseignements et des besoins culturels des peuples autochtones.

## Outils et ressources

- [Sondage sur la diversité de l'ACJ](#) : Cette enquête annuelle de l'Association canadienne des journalistes mesure le niveau de diversité dans les salles de presse du pays.
- [Decolonizing Journalism](#) : Ce livre du journaliste anichinabé Duncan McCue propose des conseils aux journalistes, aux étudiant-e-s et aux personnes qui s'intéressent au journalisme dans les communautés autochtones.
- [Architects of Necessity](#) : Cette étude de Tracie M. Powell et de Meredith D. Clark examine les difficultés propres aux médias en phase de démarrage dirigées par des personnes noires, autochtones et racisées ainsi qu'aux communautés qu'elles servent. Bien que l'étude traite des États-Unis, les conclusions s'appliquent aussi ailleurs.
- [Difficultés et réussites des leaders BIPOC dans les médias](#) : LION Publishers partage une vue d'ensemble des résultats d'une enquête d'écoute menée auprès de leaders appartenant à des communautés noires, autochtones et racisées.

## V. Mesure d'impact

### ① Principaux éléments liés à la mesure des impacts du financement au journalisme

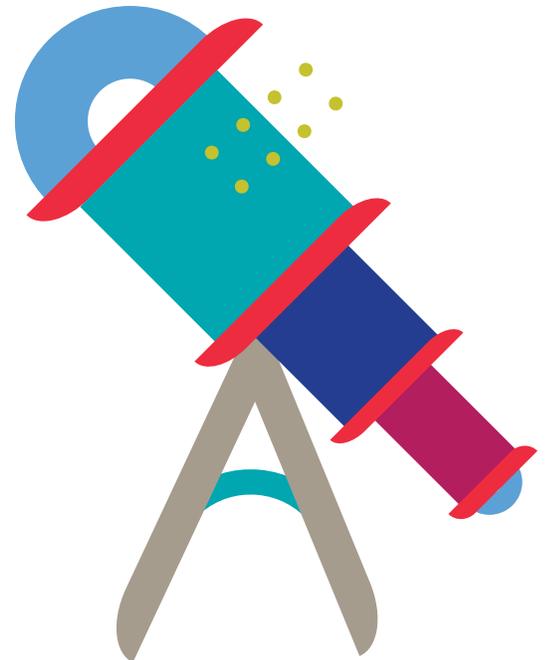
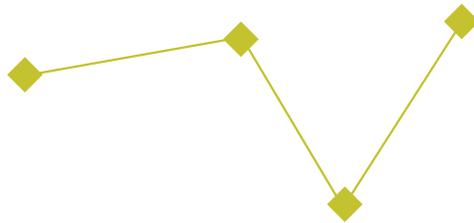
Quand on finance le journalisme, il peut être complexe d'évaluer les retombées. Les effets d'un reportage peuvent se faire sentir immédiatement ou prendre des années, voire des dizaines d'années à se manifester. Beaucoup d'autres facteurs sociaux, politiques et économiques entrent aussi en ligne de compte; il n'est donc pas toujours possible de rattacher la publication d'un article à des résultats précis.

Les fondations et les équipes journalistiques ont tendance à se baser sur les cotes d'écoute ou le nombre de lectures pour mesurer les retombées. Bien qu'il importe de savoir *combien* de personnes interagissent avec le contenu, il peut s'avérer plus pertinent, à des fins d'évaluation de la mobilisation et l'impact, de connaître *comment* le public interagit avec les histoires et les actions ou les conversations qui en découlent. Le reportage a-t-il modifié la connaissance du sujet dans la population

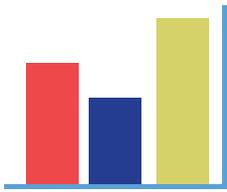
ou les attitudes à l'égard d'un enjeu? A-t-il donné l'occasion à des groupes sous-représentés de prendre la parole? Les décideur·euse·s ont-ils vu les articles produits? La subvention a-t-elle aidé à améliorer les pratiques de reportage ou de fonctionnement de la salle de presse?

La mesure d'impact est cruciale pour les fondations, qui doivent savoir si leur argent est bien investi et tirer des leçons du présent pour éclairer leurs prochaines décisions de financement. Mais cette évaluation peut aussi servir aux médias. Erin Millar, cofondatrice de *Discourse Media*, un organisme de presse numérique, et directrice générale d'Indiegraf, observe que la collecte systématique d'information sur les retombées peut s'avérer utile pour les organisations journalistiques dans leurs activités quotidiennes :

« Ça n'aide pas seulement les donateur·trice·s, loin de là. Ça nous aide aussi à mieux faire notre travail, et c'est une façon d'étudier notre marketing et la valeur que la population perçoit dans ce que nous produisons, ce qui nous permet de donner du contexte aux membres de la communauté qui nous soutiennent financièrement. »



## Meilleures pratiques



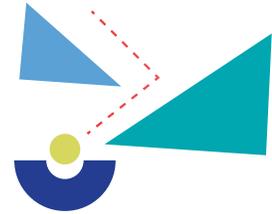
### Soyez raisonnable

Évitez de demander des rapports d'indicateurs sans but précis. L'évaluation des retombées devrait avoir un but déterminé et être proportionnelle au financement. Envisagez des façons d'alléger vos exigences et soyez flexible, car le calendrier des journalistes et les cycles de nouvelles sont souvent imprévisibles.



### Établissez des attentes réalistes

Parlez aux organismes que vous financez pour savoir ce qu'ils peuvent raisonnablement mesurer, sur quelle période et avec quels outils.



### Évitez de mesurer les retombées par rapport à des objectifs préétablis

Il est irréaliste de prévoir à l'avance le contenu d'un article ou ses retombées, et cette façon de faire pourrait même menacer l'indépendance éditoriale.



### Prévoyez un budget pour l'évaluation des impacts

Le suivi et la production de rapports sur les retombées demandent temps et argent, des ressources très limitées dans bien des salles de presse. Si vous avez besoin d'un suivi exhaustif, parlez-en dès le départ et prévoyez une somme à cette fin dans vos subventions.



### Repensez votre compréhension de l'impact

L'impact du financement du journalisme peut être différent à l'échelle des salles de presse, du public et des institutions. Le nombre de personnes ayant « aimé » ou partagé une publication n'est pas toujours l'indicateur le plus pertinent. Et, même si les dons philanthropiques peuvent aider un média à accroître ses opérations, surtout en phase de démarrage, il est irréaliste d'attendre que ce financement assure une croissance soutenue.



## Exemples

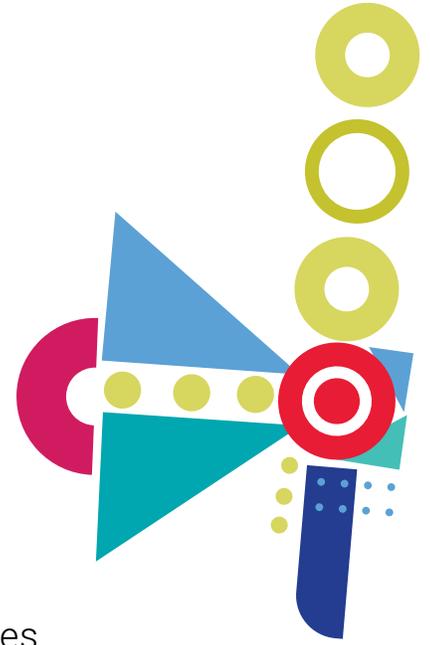
- La Fondation de Vancouver a soutenu *Spotlight: Child Welfare*, un projet de journalisme collaboratif qui vise à accroître la couverture médiatique du [système de protection de l'enfance](#). Selon Kevin McCort, président et directeur général de la Fondation, le soutien accordé à ce projet a mené à la publication d'articles traitant des familles autochtones et du système de protection de l'enfance de la Colombie-Britannique qui ont généré un fort engagement. « On voyait des conversations être reprises par d'autres personnes. Les gens en parlaient à l'Assemblée législative, durant la période de questions, alors on voyait bien que le travail suscitait de l'effervescence et des discussions. Pour nous, c'était un indicateur de réussite. »
- Bonnie Lysyk, vérificatrice générale de l'Ontario, a [félicité les journalistes](#) pour leur reportage d'enquête après la publication de son rapport sur la décision du gouvernement de donner le feu vert à la construction résidentielle dans certaines zones de la ceinture de verdure, une étendue protégée entourant la région du Grand Toronto. Selon les conclusions de la vérification publiée par Mme Lysyk en août 2023, certains promoteurs auraient pu engranger des milliards de dollars de profits grâce à la décision du gouvernement. Après 11 mois de reportages, la persévérance des journalistes *du Narwhal* et *du Toronto Star* a forcé le premier ministre Doug Ford à reculer sous la pression populaire : en septembre 2023, il a [restauré le statut des terres](#) de la ceinture de verdure.
- En 2021, la couverture de la pandémie par *The Local* a braqué les projecteurs sur l'accès inéquitable aux vaccins dans la région de Peel, dont la population compte une forte proportion de personnes immigrantes et de personnel de première ligne. Deux semaines après la publication du premier article, le gouvernement de l'Ontario a annoncé une politique allouant 50 % de tous les vaccins contre la COVID-19 aux régions chaudes, comme celle de Peel. *The Local*, un magazine numérique établi à Toronto, est une organisation journalistique enregistrée qui reçoit du financement de [plusieurs fondations](#).

## Outils et ressources

- [IA Impact Tracker](#) : Cet outil a été conçu par Impact Architects, une organisation américaine, pour aider les organismes de presse, les bailleurs de fonds et d'autres parties prenantes à calculer les retombées du journalisme en définissant, en mesurant et en surveillant ses impacts réels.
- [The Case for Media Impact: A Case Study of ICIJ's Radical Collaboration Strategy](#) : Ce rapport basé sur une enquête majeure du Consortium international des journalistes d'investigation (ICIJ) analyse les retombées du journalisme sous différents angles.

## Section 3

# Modèles de financement à explorer



Si vous n'avez encore jamais financé d'activités journalistiques ou si vous vous demandez comment le faire pour vous rapprocher de vos priorités philanthropiques, la liste de modèles de financement qui suit pourrait vous inspirer.

- **Soutien à la mission**

Le financement offert sans restriction donne aux médias la flexibilité requise pour expérimenter et innover, élargir leur couverture, pour attirer et maintenir en poste des talents et pour investir dans des aspects cachés mais essentiels de leurs activités, comme le marketing et la comptabilité.

- **Formation journalistique et perfectionnement professionnel**

Vous pouvez financer des initiatives de renforcement des capacités pour les journalistes et le personnel de révision et de direction. Veillez à ce que ces formations profitent aux membres de groupes sous-représentés et fournissez une aide financière ainsi que du soutien culturel. La [Northern Journalism Training Initiative](#) en est un bel exemple : ce programme fondé sur les connaissances nordiques et autochtones prépare les personnes autochtones et les habitant-e-s du Nord à travailler dans les médias.

- **Financement d'un poste spécialisé**

Vous pouvez financer un poste de journaliste spécialisé dans un enjeu important pour votre mission. La Fondation Atkinson, par exemple, a [financé](#) pendant la dernière décennie une section sur le travail et la richesse et une autre sur le renouvellement de la démocratie au *Toronto Star*. Un autre exemple est le [Fonds québécois en journalisme international](#) (FQJI), un organisme à but non lucratif qui finance les dépenses de reportages à l'étranger pour les journalistes établis au Québec et travaillant pour des médias québécois.

- **Collaboration entre salles de presse**

Vous pouvez encourager le journalisme collaboratif et les projets d'investigation faisant intervenir plusieurs équipes de rédaction pour améliorer et approfondir le traitement des questions d'intérêt public. L'[Investigative Journalism Foundation](#), un organisme sans but lucratif, collabore par exemple avec des [médias](#), des [établissements d'enseignement postsecondaire](#) et d'autres organisations pour produire des articles et publier des [bases de données](#) gratuites et faciles à utiliser axées sur des enjeux d'intérêt public.

- **Initiatives dans des collèges et universités**

Vous pouvez financer des programmes postsecondaires d'aide aux étudiant·e·s en journalisme, de soutien à la recherche sur le journalisme en contexte canadien ou de publication de contenu d'actualité visant à combler les lacunes dans les nouvelles locales et nationales.

- **Soutien à la liberté de presse**

Vous pouvez financer la mise sur pied de ressources juridiques ou de systèmes d'information et de soutien partagés pour les organismes de presse et les journalistes afin de soutenir la liberté de presse. Dans cette branche, on recense par exemple le [plaidoyer juridique](#) de l'Association canadienne des journalistes et le [Canada Press Freedom Project](#) de J-Source.ca.

- **Jumelage de dons**

Vous pouvez doubler les dons faits par des particuliers à une organisation journalistique. Inspirez-vous du programme [NewsMatch](#) aux États-Unis, qui a mis en lumière le potentiel des campagnes de jumelage de dons pour bonifier le financement et la capacité de collecte de fonds des médias.

- **Fonds commun**

Vous pouvez créer un fonds commun auprès d'une fondation communautaire ou d'une fondation offrant des fonds orientés par les donateur·trice·s pour soutenir le journalisme portant sur une collectivité choisie ou un sujet précis. Un [récent rapport](#) présente des exemples de fonds créés par des fondations et des équipes de rédaction aux États-Unis pour soutenir les écosystèmes de nouvelles locales à long terme.

- **Partenariats entre donateurs reconnus et non reconnus**

Vous pouvez contribuer à élargir la portée du journalisme d'intérêt public en participant à des ententes dans lesquelles des organisations journalistiques enregistrées (OJE) partagent le contrôle éditorial et les tâches de production de contenu avec un média à but lucratif. À titre d'exemple, la Fondation de Winnipeg a conclu une [entente](#) avec *The Narwhal* et *The Winnipeg Free Press* pour favoriser le contenu sur le thème des changements climatiques.

- **Sortir des sentiers battus**

Vous pouvez chercher des idées au-delà des médias et des modèles journalistiques traditionnels. Des fondations ont par exemple financé diverses démarches comme :

- **des initiatives d'écoute collective**

Contribuez aux rassemblements de journalistes et de citoyen·ne·s visant à choisir les histoires méritant d'être racontées. Par exemple, le média hyperlocal torontois [The Green Line](#) réunit des « cercles de récit » pour consulter différents groupes au sujet des histoires et des sujets qui les touchent.

- **des outils inhabituels**

Les démarches qui sortent de l'ordinaire peuvent aider à rejoindre des communautés qui n'interagissent habituellement pas avec le contenu journalistique. Par exemple, le média d'actualité sans but lucratif [Outlier Media](#), à Détroit, a mis en place un service de messages texte qui fournit automatiquement des renseignements sur le logement, les services publics et d'autres sujets aux résident·e·s. Le service permet aussi de parler directement aux journalistes.

- **le journalisme citoyen**

Fondé par *City Bureau* en 2018, le réseau américain [Documenters Network](#) est un laboratoire de journalisme citoyen sans but lucratif qui forme et rémunère les membres de la population pour qu'ils et elles participent aux assemblées publiques oubliées par les médias et en publient les résultats. Les sources de leurs articles sont publiquement accessibles.



## Section 4

# En résumé

### Feuille de route

#### 1 Analyse

Examinez le contenu journalistique accessible aux groupes que vous soutenez et la couverture des enjeux sur lesquels vous travaillez. Demandez l'avis de vos collègues et de membres du public.

#### 2 Identifier les perspectives

Ouvrez l'œil pour trouver des modèles de financement du journalisme qui pourraient vous rapprocher de la mission de votre fondation. Montrez de l'ouverture aux méthodes émergentes et innovantes de divers groupes et organisations journalistiques.

#### 3 Partage avec les pairs

Informez-vous auprès d'autres personnes qui financent des projets journalistiques concordant avec votre mission. Nul besoin de partir de zéro.

#### 4 Argumentaire

Impliquez votre conseil d'administration et votre équipe. Utilisez ce guide pour leur démontrer l'utilité de soutenir des activités journalistiques et les mécanismes de financement possibles.

#### 5 Recherche de partenaires

Communiquez avec des médias dans votre communauté pour en savoir plus sur leur travail, dans l'optique éventuelle de soutenir des projets qui concordent avec votre mission.

#### 6 C'est parti!

Servez-vous du présent guide pour élaborer vos initiatives de financement. Communiquez avec vos pairs du secteur philanthropique pour leur poser vos questions, disséminer vos apprentissages et participer à la création d'une communauté de pratique pour les donateur·trice·s soutenant le journalisme au Canada.



Vous avez des questions ou des connaissances à transmettre sur le financement du journalisme par les organisations philanthropiques au Canada? Vous aimeriez collaborer avec nous? N'hésitez pas à communiquer avec les autrices et surveillez la publication de nos prochaines ressources.

**Personne-ressource: Ana Sofía Hibon ([ashibon@inspiritfoundation.org](mailto:ashibon@inspiritfoundation.org))**



## Remerciements

### Rédaction :

Ana Sofía Hibon, April Lindgren et Sara Krynitzki

### Révision :

Kylie Adair

### Conception :

49 Republic

### Traduction :

Coop l'Argot

**Nous souhaitons remercier les personnes qui nous ont  
fourni leurs commentaires, notamment :**

Chad Lubelsky  
Chris Lee  
Jean-Marc Mangin  
Jozef Agtarap  
Laetitia Gill  
LuAnn Lovlin  
Sadia Zaman

Les travaux de recherche du Local News Research Project sur le soutien philanthropique accordé au journalisme ont été financés par le Conseil de recherches en sciences humaines du gouvernement du Canada.



Conseil de recherches en  
sciences humaines du Canada

Social Sciences and Humanities  
Research Council of Canada

Canada