



Les Rendez-vous de la Francophonie

-promouvoir la Francophonie partout au Canada

Des livres pour la petite enfance
à travers
l'alphabétisation
Communitaires
Artistes et biers
Ecris-moi sans parler
l'année litéraille
Francophonie
Célébrations
Concours
Patrimoine
Porte-parole
La Fureur
Médias



millions
de francophones
se donnent rendez-vous!

10 au 26 mars 2006

www.rvf.ca



*Les Rendez-vous
de la Francophonie*



Table des matières

Les Rendez-vous de la Francophonie — promouvoir la Francophonie partout au Canada

De quoi s'agit-il ? _____	2
Pourquoi Les Rendez-vous de la Francophonie ? _____	3
Les Rendez-vous de la Francophonie à trois niveaux _____	4
1. L'enracinement communautaire _____	4
2. Une stratégie nationale de promotion de la Francophonie _____	4
3. Des événements spéciaux _____	5
Quelques nouveautés pour 2006 _____	5
Maintenant des coordonnateurs aux quatre coins du Canada ! _____	5
Un nouveau format pour le journal des Rendez-vous ! _____	6
Des liens plus serrés avec la Semaine nationale de la francophonie ! _____	6
Des résultats probants _____	6

Le journal des Rendez-Vous

2,5 millions d'exemplaires — Une occasion exceptionnelle de rejoindre 9 millions de Francophones et de Francophiles au Canada _____	7
Quelques chiffres éloquentes sur l'édition 2005 des RVF _____	7
Les Rendez-vous de la Francophonie, une promotion à l'échelle nationale _____	8
Un investissement efficace : 2,5 millions d'exemplaires _____	8
Profitez d'une visibilité accrue _____	9
Carte de tarifs 2006 / 2006 Rate Card _____	9





Les Rendez-vous de la Francophonie

— promouvoir la Francophonie partout au Canada

De quoi s'agit-il ?

Depuis maintenant sept ans, **Les Rendez-vous de la Francophonie** font la promotion de la Francophonie partout au Canada, à l'occasion de la *Journée de la Francophonie* qui a lieu en mars de chaque année. Cette année, **Les Rendez-vous de la Francophonie** regroupent toutes les festivités qui ont lieu d'un océan à l'autre, du 10 au 26 mars 2006.

Les Rendez-vous de la Francophonie ont le mandat de renforcer les liens entre Anglophones et Francophones et favorisent un plus grand respect entre ces deux communautés en faisant mieux comprendre la situation sociale, culturelle et linguistique des Francophones du Canada et en faisant valoir les avantages de leur présence dans leurs régions.

Organisés depuis 2005 par **La Fondation pour le dialogue des cultures, créée par La Fédération des communautés francophones et acadienne du Canada**, **Les Rendez-vous de la francophonie** en sont cette année à leur 8^e édition.

La Fondation pour le dialogue des cultures a pour objectifs de :

- promouvoir et soutenir le dialogue entre les communautés francophones et acadienne du Canada et les Francophones du Québec, les Anglophones, les communautés ethnoculturelles et les peuples autochtones ;
- instruire et informer la population afin de rapprocher ces différentes collectivités en vue de privilégier des liens plus étroits avec chacune d'elles,
- réaliser des partenariats et/ou promouvoir, soutenir et effectuer des recherches sur le rapprochement entre les communautés francophones et acadienne du Canada et les collectivités de la société canadienne.





Pourquoi Les Rendez-vous de la Francophonie ?

Cette année encore, **Les Rendez-vous de la Francophonie** donnent l'occasion aux communautés francophones en milieu minoritaire de célébrer, avec les Francophiles et les Anglophones, leur langue et leur culture française.

Mais pourquoi faut-il célébrer la langue et la culture françaises ?

Pour plusieurs raisons...

- Il existe un sentiment d'isolement et de dispersion chez les Francophones en milieu minoritaire à travers le pays.
- On note un intérêt de plus en plus grand chez les Anglophones et les Francophiles de partager la Francophonie et d'y participer.
- Le besoin existe, surtout chez les jeunes Francophones, de s'identifier à la Francophonie vivante et moderne, et non plus uniquement à la Francophonie traditionnelle de revendication et de combat.
- Or, il existe malheureusement un manque de cohésion sur le plan national chez les Francophones qui vivent des réalités complètement différentes d'un bout à l'autre du pays, et qui n'ont pas souvent l'occasion de partager ces différences.
- La Francophonie canadienne est en constante évolution. De nouveaux phénomènes (exogamie, présence de plus en plus grande de nouveaux arrivants dans les communautés francophones, immersion, etc.) changent la façon dont la Francophonie est perçue.

En 2005, on a célébré les 100 ans de l'Alberta et de la Saskatchewan au sein de la Confédération canadienne

L'édition 2005 des **Rendez-vous de la Francophonie** a permis de souligner le centenaire de l'intégration de l'Alberta et de la Saskatchewan au sein de la Confédération canadienne. Des célébrations et des activités commémoratives de toutes sortes ont eu lieu au sein des communautés francophones de ces deux provinces pour marquer cet anniversaire. On a voulu ainsi souligner plus particulièrement la contribution historique et continue des communautés francophones de l'Ouest du pays et donner une visibilité nationale aux créateurs et aux artistes francophones de cette région au sein de la mosaïque canadienne.





Les Rendez-vous de la Francophonie à trois niveaux

1. L'enracinement communautaire

Les RVF souhaitent développer localement et régionalement, un sentiment de fierté et d'appartenance à la Francophonie au moyen de toutes les activités qui entourent annuellement la **Journée internationale de la Francophonie** du 20 mars. Nous croyons que si les gens célèbrent dans leur milieu la Francophonie, il est plus facile de comprendre l'importance de la souligner à l'échelle du Canada. Les Rendez-vous s'efforcent donc d'être présents dans le plus grand nombre possible de communautés afin de concrétiser ce sentiment d'appartenance.

À cette fin, un réseau de 29 coordonnateurs régionaux a été mis sur pied à travers le pays qui agit comme catalyseur et facilitateur dans chaque milieu, tout en assurant une certaine coordination des activités au niveau national. Ils ont aussi comme mandat de renforcer les partenariats existants et d'en développer de nouveaux sur les plans régional et national.

De plus, les RVF peuvent compter sur la participation de l'*Association canadienne des éducateurs de langue française (ACELF)* qui assure le contact privilégié via ses membres enseignants avec le réseau des écoles de langue française dans toutes les provinces canadiennes et les territoires.

2. Une stratégie nationale de promotion de la Francophonie

La stratégie des Rendez-vous vise essentiellement à faire connaître aux Canadiens la vitalité des Francophones et de la Francophonie partout au Canada. Les activités culturelles sont toutes véhiculées par les médias afin d'assurer leur plus grande visibilité dans chacun des milieux et à l'échelle du pays. Elles visent à décroquer les différentes régions francophones afin de les rapprocher entre elles sous le parapluie des Rendez-vous.

Afin de renforcer la diffusion du message des Rendez-vous et d'agir comme lien entre les régions, les **Rendez-vous de la Francophonie** publient chaque année un journal thématique qui diffuse l'ensemble de la programmation des activités du calendrier des Rendez-vous de la Francophonie de 2006. Ce journal-souvenir est diffusé à plus de deux (2) millions d'exemplaires et rejoint quelque 9 millions de Francophones aux quatre coins du pays.

Outre le **Journal des Rendez-vous de la Francophonie**, les RVF entretiennent le contact avec les différentes communautés au moyen d'autres outils de communication qui servent à diffuser le message :

- une activité de lancement à haute visibilité médiatique avec la participation de la populaire animatrice et porte-parole officielle des RVF, Véronique Cloutier à Montréal et à Ottawa;
- une activité de lancement pour les partenaires du gouvernement fédéral, au Musée canadien des civilisations, à Gatineau, le 10 mars 2006;





- des cartons promotionnels et affiches visant à sensibiliser les organismes, les groupes, les associations et tous les acteurs socioculturels aux **Rendez-vous de la Francophonie**;
- un site internet porteur des dernières nouvelles et du calendrier des activités accessible à tous et toutes d'un océan à l'autre;
- des publicités dans les journaux locaux;
- quelques publicités télévisées et des publicités radio dans certaines radios communautaires en milieu minoritaire;
- un n° de téléphone sans frais (1 877 241-6055).

3. Des événements spéciaux

Pour accompagner les organisateurs d'activités à caractère francophone dans tous les milieux à travers le pays, les RVF organisent aussi quelques événements spéciaux qui donnent une dimension nationale à ces célébrations. Celles-ci sont en préparation et sont prévues pour le mois de mars 2006. Parmi celles-ci,

- un événement majeur dit rassembleur (probablement une édition spéciale de l'émission *La Fureur*, diffusée à l'antenne nationale de Radio-Canada avec la présence de la populaire animatrice Véronique Cloutier, cette fois, comme participante à ce jeu-questionnaire dédié à la chanson et chef de l'équipe des filles);
- le retour du Concours d'écriture « Écris-moi sans faute ! » avec le partenariat de Postes Canada, un exercice d'écriture amusant qui suscite la participation et qui permet de faire connaissance avec les services de la poste canadienne, tout en rapprochant les gens par la magie de l'écriture;
- un concours publicitaire à l'échelle nationale avec la participation de Via Rail Canada;
- une tournée nationale de théâtre (25 représentations travers le pays). On est présentement à finaliser les détails de cette tournée.

Quelques nouveautés pour 2006

Maintenant des coordonnateurs aux quatre coins du Canada !

L'édition des RVF en préparation favorisera beaucoup plus d'échanges entre les différentes régions du pays. Nos coordonnateurs régionaux (17 au Québec et 12 dans la francophonie canadienne hors-Québec) se sont déjà rencontrés pour échanger sur leurs différentes réalités régionales. Un important jumelage entre les coordonnateurs du Québec et hors-Québec améliorera la programmation des activités 2006. Nous avons même procédé au jumelage de notre porte-parole, Véronique Cloutier, avec la jeune chanteuse franco-ontarienne Véronic DiCaire !





Nos coordonnateurs sont aussi disponibles pour diffuser de l'information parvenant d'un partenaire d'affaires. Par exemple, si votre société désire communiquer un message — une promotion spéciale — aux francophones partout au Canada, les coordonnateurs des RVF pourraient vous être utiles. Ces coordonnateurs sont aussi en contact avec plusieurs organismes francophones de leur communauté; ces organismes francophones ont organisé plus de 1 000 activités lors des Rendez-Vous de 2005.

Un nouveau format pour le journal des Rendez-vous !

Un journal tabloïd nous permettra de passer de 16 à 24 pages et de 2,2 millions d'exemplaires à 2,5 millions d'exemplaires cette année. Les RVF sont à l'écoute des coordonnateurs qui veulent améliorer la distribution du journal dans certaines régions du Canada. Pour nos partenaires d'affaires, ces améliorations à la distribution et au contenu optimisent la rentabilité de leur investissement.

Des liens plus serrés avec la Semaine nationale de la francophonie !

Les RVF sont le plus important bailleur de fonds de la *Semaine nationale de la francophonie*, qu'organise l'*Association canadienne d'éducation de langue française (ACELF)*. C'est le vœu des RVF d'harmoniser ces deux événements, afin d'éviter les évidentes confusions entre ces deux activités. L'ACELF a convenu, de pair avec les RVF, qu'il y aurait une affiche commune au deux activités.

Pour l'édition 2006, la visibilité de nos partenaires d'affaires sera accrue dans le réseau scolaire par l'entremise du réseau de distribution de l'ACELF. Concrètement, 5 500 écoles de langue française au Canada et plus de 1 200 associations francophones recevront une affiche des RVF, en plus des exemplaires du journal.

Des résultats probants

Les résultats visés par ces initiatives sont multiples :

- Les communautés francophones en milieu minoritaire se sentent renforcées et appuyées par de nombreux partenaires à l'échelle nationale.
- Les communautés minoritaires francophones et anglophones peuvent s'épanouir dans leur propre langue dans leurs milieux naturels et peuvent assurer leur développement à long terme et participer pleinement à l'évolution de la société canadienne.
- Les membres des communautés de langue officielle, par leur capacité d'action collective et leur leadership communautaire, obtiennent des services adaptés à leurs besoins, maintiennent et consolident un réseau d'institutions qui leur permettent d'assurer leur plein épanouissement culturel à long terme.
- Les RVF favorisent la mobilisation, le regroupement, la concertation et la promotion des communautés de langue française en vue de renforcer leur identité collective, leur appartenance à la grande famille canadienne d'expression et de culture françaises et leur confiance d'agir collectivement.





Le journal des Rendez-Vous

2,5 millions d'exemplaires — Une occasion exceptionnelle de rejoindre 9 millions de Francophones et de Francophiles au Canada

Les Rendez-vous de la Francophonie vous donnent l'occasion de participer concrètement en livrant votre message de solidarité et d'appui à tous les Francophones du pays qui partagent leur fierté d'appartenance à la grande famille de culture française au Canada. **Les Rendez-vous de la Francophonie** regroupent toutes les festivités qui ont lieu du 10 au 26 mars 2006 d'un océan à l'autre au Canada avec comme pierre angulaire la *Journée internationale de la Francophonie*.

Comme par le passé, toutes les activités des **Rendez-vous de la Francophonie** sont publiées dans un journal thématique diffusé à deux millions et demi d'exemplaires (2,5 millions) et rejoint quelque 9 millions de Francophones aux quatre coins du pays.

C'est l'occasion pour vous de :

- vous faire connaître chez tous les Canadiens d'expression française
- manifester votre attachement à la culture et à la langue française au Canada
- appuyer les manifestations culturelles des **Rendez-vous de la Francophonie**
- associer votre entreprise à tous les Francophones du pays qui partagent leur fierté d'appartenance à la grande famille de culture française au Canada tout en leur proposant votre produit.

Quelques chiffres éloquentes sur l'édition 2005 des RVF

- Plus de 30 médias ont assisté aux conférences de presse des RVF
- Quelque 40 journaux hebdomadaires ont fait la promotion des RVF
- Environ 200 articles ont été rédigés dans les quotidiens et les hebdos
- 50 publicités ont paru dans les quotidiens et les hebdos
- 50 capsules promotionnelles radio ont été diffusées en mars 2005
- Trois grands réseaux de télévision ont fait la promotion des RVF





*Les Rendez-vous
de la Francophonie*



- 2 300 capsules TV ont été diffusées au Canada en février 2005
- Une quarantaine d'entrevues radio ont été diffusées à Moncton, Fredericton, Halifax, Îles de la Madeleine, Montréal, Ottawa, Gatineau, Winnipeg, Edmonton et Regina en 2005
- 30 stations radiophoniques ont diffusé le message promotionnel des RVF

Les Rendez-vous de la Francophonie, une promotion à l'échelle nationale

- Le nombre de partenaires a triplé depuis les débuts des RVF
- En 2006, le journal des RVF est distribué à 2,5 millions d'exemplaires chez les communautés francophones d'un océan à l'autre
- Le site web des RVF accueille chaque année plus d'un million de visiteurs
- Le bulletin des RVF rejoint 2 000 Francophones et Francophiles à tous les mois
- Le nombre d'activités regroupées sous le parapluie des RVF est passé de 380 en 1999 à plus de 1 300 en 2005

Un investissement efficace: 2,5 millions d'exemplaires

Votre présence dans les pages du journal des Rendez-vous de la Francophonie vous assure l'accès privilégié à un auditoire de plus de 9 millions de lecteurs, grâce aux 2,5 millions d'exemplaires distribués d'un bout à l'autre du pays.

- 1,7 millions d'exemplaires sont livrés à domicile au Québec
- 800 000 exemplaires additionnels sont distribués dans toutes les provinces canadiennes et dans les trois territoires (Nunavut, Territoires du Nord-Ouest et Yukon) via le réseau des hebdomadaires membres de l'Association de la presse francophone, L'Acadie Nouvelle, Le Droit d'Ottawa, les partenaires et les coordonnateurs des RVF, le réseau des Conseils des écoles de langue française, les écoles d'immersion française et les réseaux communautaires et associatifs des communautés francophones et acadiennes.





Profitez d'une visibilité accrue

- Augmentez vos ventes avec des offres spontanées.
- Renforcez l'image visuelle de votre entreprise auprès des Francophones d'un bout à l'autre du pays.
- Saisissez l'occasion qui vous est offerte de rejoindre tous les marchés en bénéficiant de votre association à une véritable activité populaire à l'échelle nationale.

Carte de tarifs 2006 / 2006 Rate Card

Toutes les annonces sont en quatre couleurs process / All ads are in 4-colour process

Annonce de 2 pages (pages centrales du journal) / Double page spread (Centre spread of newspaper)	60 000 \$
Page couverture arrière / Outside Back Cover	25 000 \$
Page intérieure complète / Full Page	20 000 \$
Annonce 1/2 page / Half Page	11 000 \$
Annonce 1/4 page (verticale ou horizontale) / Quarter Page (Vertical or horizontal)	6 000 \$
Bandeau (1/6 de page à l'horizontale) / 1/6th Page Horizontal	5 000 \$
Carte professionnelle / Business Card	2 000 \$

En boni aux annonceurs / Bonus to Advertisers

- Toute publicité donne droit au logo de l'annonceur sur la première page.
All advertisements entitle advertisers to have their logo on front page.
- Toute publicité d'une demi-page et plus est l'objet d'une mention dans le bulletin mensuel virtuel des RVF et d'un lien et d'une visibilité sur le site web des RVF.
All advertisements of one-half page and more entitle advertisers to a mention in the monthly RVF newsletter with a link and visibility on the RVF website.
- Une publicité de 1/6 de page et de 1/4 de page donne droit au logo de l'annonceur sur le site web des RVF.
1/6th Page and 1/4th Page ads entitle advertisers to their logo on the RVF website.
- Une publicité de 2 pages offre l'option d'utiliser le journal aux fins d'y organiser un concours publicitaire.
A double page ad offers advertisers the option to use the newspaper to hold a contest or to host a promotion.





Devis technique

Logiciels

Le matériel publicitaire doit nous parvenir sous forme de fichier électronique dans les formats suivants :

- 1- Fichier PDF optimisé pour l'impression avec polices de caractère incorporées à même le document.
 - 2- Adobe Illustrator CS1 et antérieurs avec polices de caractère vectorisées (create outline)
 - 3- QuarkXPress 6 et antérieurs avec polices de caractère et fichier de support.
- Tout autre format n'est pas acceptable.

Polices de caractères

Tout document électronique fourni devra être accompagné des polices de caractères utilisées pour la production de l'annonce, y compris celles ayant servi aux illustrations s'il y a lieu. La partie écran et la partie imprimante des polices devront être fournis.

Couleurs

Toutes les couleurs utilisées dans le document électronique fourni devront être éditées en séparations de couleurs selon le système Pantone.

Images

Toutes les images devront être de dimension raisonnable et offrir une résolution de 170 ppp (170 DPI). Elles seront sauvegardées en mode CMYK et non en RGB, sans encodage JPG lorsque sauvegardées en EPS.

Épreuves

Toute annonce fournie par fichier électronique ou support informatique devra également être accompagnée d'une copie imprimée de celle-ci.

Compression

L'éditeur utilise le logiciel de compression Stuffit deluxe 5.1. Tout autre type de compression devra être auto-décompressible (Self-Extracting) dans un environnement Mac.

Réception des fichiers

Les fichiers électroniques peuvent être envoyés par courriel ou sur support CD, à l'adresse suivante :

Att.: Maïka Larouche

Courriel : thain@innovacom.ca

Innovacom Marketing & Communication

73, rue Laurier

Gatineau QC J8X 3V7





Formats de publicités / Ad Formats

2 PAGES	21,25" x 11,8"	
1 PAGE	10,23" x 11,8"	
1/2 PAGE horizontale / horizontal	10,23" x 5,9"	
1/2 PAGE verticale / vertical	5" x 11,8"	
1/4 PAGE horizontale / horizontal	10,23" x 2,95"	
1/4 PAGE verticale / vertical	5" x 5,9"	
1/6 PAGE horizontale / horizontal	5" x 3,85"	
Carte professionnelle Business card	2,47" x 1,52"	

