

CAHIER DE CHARGES

Appel d'offres pour la revue *Le Trente*

Fédération professionnelle des journalistes du Québec

3 février 2022

1. ENJEU

La Fédération professionnelle des journalistes du Québec souhaite renouveler le contrat de production de sa revue *Le Trente* pour les éditions 2023, 2024 et 2025

2. PRÉSENTATION DE LA REVUE

La Fédération professionnelle des journalistes du Québec est le plus important regroupement de journalistes au Québec et au Canada, avec plus de 1 600 membres professionnels.

La revue *Le Trente* existe depuis 1976. Dans sa forme actuelle, elle paraît une fois l'an à l'automne pour coïncider avec la tenue du congrès annuel de la fédération.

Le Trente examine l'évolution du milieu journalistique principalement au Québec, mais également ailleurs au Canada et dans le monde. Les articles, sous forme de reportage ou de chroniques, concernent tous les sujets pertinents à l'exercice de la profession sur des thématiques aussi variées que la liberté de presse, la formation, la relève, la pratique journalistique, les modes éditoriales, la concurrence entre les médias, la situation économique des membres, etc. Les textes originaux sont produits principalement par des journalistes.

Le Trente conserve la complète liberté éditoriale face aux médias et aux divers organismes concernés.

Le Trente est distribué à tous les membres de la Fédération et dans toutes les bibliothèques publiques et académiques. La revue est également vendue en kiosque.

3. PROBLÉMATIQUE

Le Trente constitue une partie essentielle de la mission de la Fédération, mais sa publication est non subventionnée et sa production, entièrement payée par les membres, représente une part importante de nos états financiers.

La Fédération recherche un ou des fournisseurs capables de rendre le service à un prix de revient avantageux sans rogner sur la qualité graphique et éditoriale.

4. DESCRIPTION DÉTAILLÉE DES BESOINS

Le format actuel de la revue est de 8 pouces x 10 ½ pouces (203 x 263 mm). La publication fait 144 pages, couvertures comprises, dont 110 de textes et photos. Le contenu publicitaire est de 34 pages.

Le soumissionnaire doit être capable de prendre en charge toute la partie du contenu ou toute la partie graphique, ou les deux. Le fournisseur sera responsable de ses sous-traitants.

Sur le plan graphique, le soumissionnaire doit pouvoir :

- Effectuer la recherche du concept graphique et le réaliser (excluant l'identité de marque, qui demeure la même) ;
- Créer la ligne graphique ;
- Recevoir les éléments (textes et photos)
- Réaliser le montage incluant les corrections ;
- Préparer les fichiers pour les éditions papier et web ;
- Gestion de l'impression.

Sur le plan du contenu, le soumissionnaire doit pouvoir :

- Établir la ligne éditoriale ;
- Planifier les contenus et les rubriques ;
- Commander les textes et les illustrations ;
- Traiter les textes (incluant la révision et la correction) ;
- Produire les titres, sous-titres, intertitres, bas de vignettes, table des matières.
- Remettre le matériel au graphiste et corriger les bleus.

Après la publication, le soumissionnaire devra également pouvoir produire une version numérique.

Les journalistes employés de médias travailleront bénévolement, mais les pigistes seront rémunérés. Le soumissionnaire devra gérer à même son budget une enveloppe de 1 500 \$ par édition pour le travail des pigistes. Les sommes non dépensées sur cette enveloppe seront créditées sur la facture finale.

L'impression et le publipostage ne sont pas à la charge du soumissionnaire.

5. CONSIGNES AUX SOUMISSIONNAIRES

Les soumissionnaires peuvent présenter leur offre pour la conception graphique seulement, sur la production éditoriale seulement, ou sur les deux.

Les offres qui regroupent la partie graphique et la partie éditoriale doivent donner le détail pour chacune des trois années (2023, 2024, 2025). La Fédération se garde le droit de fractionner les soumissions.

Le soumissionnaire devra également produire un plan et un échéancier de travail en vue d'une publication au plus tard le 1^{er} novembre de chaque année.

Le soumissionnaire devra inclure un CV et/ou un porte-folio de ses réalisations antérieures et une lettre d'intention.

La Fédération donnera une préférence aux soumissions qui vont :

- Proposer une grille graphique susceptible de réduire les coûts d'impression et de poste ;
- Offrir un service de régie publicitaire moyennant une commission de 30 %. La grille tarifaire sera établie conjointement avec la Fédération.

6. CONTACT

Pour répondre à cet appel d'offres ou pour toute question relative à celui-ci, écrivez à info@fpjq.org en inscrivant en objet : Appel d'offres – LE TRENTE.

Date limite : 15 mai 2022.

La Fédération ne sera pas liée aux soumissions reçues. Dans l'éventualité où les offres s'avéraient insatisfaisantes, celle-ci se réserve le privilège de relancer le processus.

7. ÉCHANTILLONS

Sur demande, la FPJQ vous enverra le PDF des éditions 2020 et 2021. [L'édition 2019 est accessible ici.](#)

[**Les états financiers de la Fédération peuvent être consultés ici.**](#)