

**PROCÈS-VERBAL** de la réunion du conseil d'administration de la société Circuit International de Canot à Glace inc., tenue le mardi 9 juin 2009 à 18h30 au bureau du Carnaval de Québec (290, rue Joly, Qc).

#### **Sont présents lors de cette rencontre :**

Les administrateurs :

Pierre de Savoye, président et représentant de la CBPA  
Anie Harvey, représentante de la GTCC  
Jean Pelletier, représentant de la CCQ  
Patrick Gagné, représentant substitut de la CCQ  
Éric Boudreau, vice-président et représentant du GDG  
Yves Gilbert, représentant substitut désigné de l'ACCGQ

Les invités :

Jean-Sébastien Porlier, Conseiller en communications  
Jean Anderson, représentant substitut futur de l'ACCGQ

#### **Sont absents lors de cette rencontre :**

Les administrateurs et substituts :

Stéphanie Drouin, représentante de l'ACCGQ  
Julie Hébert, représentante substitut de l'ACCGQ  
Thierry Durand, représentant substitut de la CBPA  
Louis Barrette, représentant substitut du GDG  
Jean-Philippe Grenier, représentant du D3R  
Maude Richard, représentante substitut du D3R

### **ORDRE DU JOUR**

1. Ouverture de la séance
2. Ordre du jour : présentation et adoption
3. Procès-verbal du 13 mai 2009 : adoption
4. Saison 2010 :
  - Objectifs 2010 : à définir
  - Plan de communication :
    - a) projet de plan 2010 à réviser
    - b) nom de la société : suivi
    - c) projet « Flambeau olympique » : suivi
    - d) projet NovaFilm-RDS
    - d) embauche d'un responsable des communications
5. La réglementation : révision et adoption de la réglementation pour la saison 2010
6. Calendrier 2010 : suivi
7. Dépôt des états financiers à date
8. Budget 2010 : adoption d'un budget préliminaire
9. Course de Trois-Rivières : suivi
10. Inscription en ligne : suivi

11. Varia :

12. Levée de la séance

## **La séance débute à 18h35**

### **1. Ouverture de la séance**

### **2. Présentation et adoption de l'ordre du jour**

Sur proposition de Jean Pelletier, appuyé par Éric Boudreau, l'ordre du jour est adopté.

### **3. Procès-verbal du 1er avril 2008 : adoption**

Sur proposition de Anie Harvey, appuyé par Éric Boudreau, le procès-verbal de la séance du 13 mai 2009 est adopté.

### **4. Saison 2010 : orientations**

#### **4.1. Objectifs 2010**

Sur proposition de Anie Harvey, appuyé par Yves Gilbert, les objectifs suivants sont adoptés :

- a) poursuivre la mise en évidence des athlètes
- b) attirer des équipes étrangères, avec une couverture médiatique, idéalement télé
- c) élargir la visibilité en investissant dans une série de 5 émissions à RDS
- d) intensifier la sécurité

#### **4.2. Plan de communication**

Le directeur des communications présente succinctement les points saillants du plan de communication qu'il a préparé.

Sur proposition de Éric Boudreau, appuyé par Jean Pelletier, le plan de communication est adopté tel qu'en annexe.

#### **4.3. La raison sociale de la société**

Il est convenu d'établir un calendrier de modification et de publication du changement de raison sociale de la société.

L'annonce officielle du changement de nom, du « scoop » de la 5<sup>e</sup> course et du calendrier de lancement de la saison devront s'ajuster les uns aux autres, de manière à optimiser l'effet médiatique.

Par ailleurs, la modification au registre devra se faire en août, permettant à la première séance de septembre d'adopter une résolution de modification du compte bancaire et de la commande de nouveaux chèques.

Le nom de domaine du site web peut être réservé dès maintenant. De même, les modifications à être apportées au site web doivent être complétées à

l'avance pour publication en même temps que l'annonce officielle de changement de nom.

L'échéancier suivant illustre ce qui précède :

La modification du logo	Mai
Le registre des entreprises	Juillet
La réservation d'un nom de domaine	Juillet
La préparation de la modification du site web	Juillet
La modification du compte de banque	Août
L'impression de chèques	Août
L'annonce officielle	Sept.
La mise en service du nouveau nom de domaine, tout en maintenant l'ancien.	Sept
La publication du site web modifié	Sept
Le scoop de la 5 <sup>e</sup> course	Sept (?)
Le calendrier de la saison	Janv.

#### **4.4. Le projet « Flambeau olympique »**

Ce projet, sous la coordination de Éric Boudreau, est en cours de présentation au Comité Olympique de Vancouver.

#### **4.5. Projet « RDS-NovaFilm »**

Ce projet, sous la coordination de Éric Boudreau, est au stade de préparation pour présentation à RDS.

#### **4.6. Embauche d'un responsable des communications**

Les membres du conseil d'administration confient mandat au directeur des communications, Jean-Sébastien Porlier, de trouver une candidature pour le poste de responsable des communications. Jean Pelletier apportera son concours dans cette recherche. La personne responsable des communications doit mettre en oeuvre le plan de communication et assurer la mise à jour du site web.

### **5. La réglementation : révision et adoption de la réglementation pour la saison 2010**

Les membres du conseil d'administration révisent en détail l'ensemble du projet de réglementation pour la saison 2010.

L'attribution de points lors des deux qualifications qui demeurent, fait l'unanimité

Les membres du conseil d'administration examinent la proposition de calcul des temps officiels et du pointage, issue des travaux considérables réalisés par Alain Roy.

Ils considèrent cependant que la complexité des équations est incompatible avec la nécessaire facilité de compréhension du calcul pour les canotiers, les médias et le public en général.

C'est l'avis des membres du conseil d'administration que le CICG ne peut changer de système de pointage à chaque année, comme c'est le cas depuis 4 ans. Ils constatent aussi que, de toute évidence, aucun nouveau système facile de compréhension n'est prêt à être validé maintenant. Les membres du conseil d'administration conviennent par conséquent de ne pas remplacer le système utilisé à la saison 2009. Toutefois, le représentant de l'ACCGQ évoque qu'un sondage auprès de l'ensemble de ses membres, sur la question du pointage, permettrait peut-être, d'ici la fin juin, de dégager une orientation différente. Si cela était, les membres du conseil d'administration acceptent d'en valider entre eux, par courriel, la faisabilité d'application pour 2010.

Sur proposition de Éric Boudreau, appuyé par Yves Gilbert, le projet de « Règlement des courses du Circuit Coupe des Glaces », est adopté tel que modifié et apparaissant en annexe.

## **6. Calendrier 2010 : aucun changement**

Dépliant ET affiche :	début de conception (via Carnaval) :	1er septembre
	date dépôt première épreuve :	1er octobre
	date limite pour logos commanditaires :	15 octobre
	date limite épreuve finale :	30 octobre
	date mise en production :	5 novembre
	date de distribution :	15 novembre

Lancement de la saison : date plan A : mercredi 13 janvier  
date plan B : mercredi 20 janvier

Dates des courses : GTCC : qualif. vendredi 29 janvier; course samedi 30  
CCCQ : qualif. vendredi 5 février; course dimanche 7  
CBP : course samedi 13 février  
D3R : course samedi 27 février  
GDG : course samedi 6 mars

Dates des prochaines rencontres :

septembre :	mardi 15
octobre :	mardi 13
novembre :	mardi 10
décembre :	mardi 8
janvier :	mercredi 13 ou 20
mars :	mardi 23

## **7. Dépôt des états financiers à date**

Les états financiers, en date du 31 mai, sont déposés tels qu'en annexe

## **8. Budget 2010 : adoption d'un budget préliminaire**

Sur proposition de Anie Harvey, appuyé par Jean Pelletier, le budget préliminaire 2010 est adopté tel qu'en annexe.

## **9. Course de Trois-Rivières : suivi**

En l'absence des représentants de Trois-Rivières, il est convenu d'aller aux nouvelles.

## **10. Inscription en ligne**

Les membres du conseil d'administration conviennent que le système de pointage actuel soit programmé. Toutefois, si un nouveau système était retenu par eux d'ici le 30 juin, ce nouveau système serait alors programmé.

## **11. Varia**

Aucun

## **12. Levée de la séance**

L'ordre du jour étant épuisé, il est unanimement résolu de lever la séance.

---

**Pierre de Savoye**  
**Président**

---

**Éric Boudreau**  
**Vice-président**



CIRCUIT QUÉBÉCOIS  
DE CANOT À GLACE

**Projet de plan de communication  
Saison 2010**

**Adopté le 10 juin 2009**

## 1. Mise en contexte

### 1.1. Historique

Le Circuit Québécois de canot à glace (CQCG) entame sa cinquième année d'existence. Il regroupe désormais cinq courses : la Grande Traversée Casino de Charlevoix, la course du Carnaval, la course de la Banquise Portneuf, **Course de Trois-Rivières (nom à déterminer)** et le Grand Défi des Glaces. Le CQCG est issu de la volonté des organisateurs de chacune de ces courses ainsi que de l'Association des coureurs en canot à glace du Québec (ACCGQ) de mettre leurs efforts en commun pour faire la promotion du circuit et du canot à glace.

### 1.2. La mission du CQCG

« Le CQCG a pour mission de promouvoir la visibilité du sport du canot à glace en favorisant une coordination entre les divers intervenants de ce sport. »

### 1.3. La vision du CQCG

« Développer des moyens médiatiques pour annoncer les courses, en faire le reportage, en assurer le suivi, et ce, dans le cadre de la « Coupe des Glaces ».

## 2. Le plan de communication

Le plan de communication prévoit la mise en œuvre de la promotion du canot à glace, du circuit international de quatre courses et surtout des athlètes qui y participent.

### 2.1. Clientèles visées

#### 2.1.1. Externe

- Amateurs de sports hivernaux;
- Amateurs de sports extrêmes;
- Familles des environs de Québec;
- Touristes intéressés par la région de Québec.

Ces clientèles seront rejointes en facilitant les relations avec les médias, qui serviront de courroie de transmission pour rejoindre ces publics.

### 2.1.2. Interne

- Canotiers;
- Réseau des commanditaires;
- Administrateurs du CQCG;
- Réseau de l'ACCGQ.

Puisque le sport compte en grande partie sur la participation des bénévoles issus de milieux divers ainsi que de commanditaires issus de différents domaines, le nombre de réseaux auquel a accès le CQCG est impressionnant; il sera important de capitaliser sur ceux-ci pour mousser l'intérêt envers le sport.

## 2.2. Objectifs de communication

### 2.2.1. Objectifs principaux

- Créer une proximité entre les athlètes et le public;
- Infiltrer le plus de publications sportives de la région;
- Attirer l'attention sur les activités du CQCG (classerments, cérémonie entre les courses, etc...)

### 2.2.2. Objectifs secondaires

- Accroître la participation du public;
- Promouvoir l'aspect patrimonial du sport;
- Susciter l'engagement des canotiers et de leurs commanditaires.

## 2.3. Stratégie

Insister sur les efforts humains fournis par des gens ordinaires de milieux divers, en créant un profil facilement accessible des canotiers ainsi qu'en misant sur l'attachement du public envers les athlètes. Insister sur la « bonne santé du circuit » avec l'ajout d'une cinquième épreuve. Insister sur le caractère unique de ce sport au Québec.

## 2.4. Axe de communication

Raconter la 5e édition de la Coupe des glaces avec une dimension humaine en mettant l'accent sur les athlètes.

## 2.5. Messages

- Changement d'appellation du circuit afin de renforcer l'aspect patrimonial du sport. (Unique au Québec)
- Sport en santé.
- Nouvelle épreuve c'est ajoutée au CQCG (Trois-Rivières)
- Nombre d'équipes, nombre de canotiers et canotières
- « Double identité » des athlètes, extrêmement rigoureux
- Qualités des athlètes : (courage, détermination, sens de la tradition etc.)
- Sport populaire, suivi par plusieurs.
- Référencer au site Internet
- Vive compétition pour la Coupe des glaces (résultats de l'année dernière)
- Cinquième saison du CQCG, chaque course est importante
- Nouveautés : système de pointage
- Cinq courses (dates, lieux, nouveautés, etc.)
- La Grande Traversée Casino de Charlevoix
- La Course du Carnaval de Québec
- La course de la banquise Portneuf
- Course de Trois-Rivières (nom à déterminer)
- Le Grand Défi des Glaces
- Un sport de défis qui demande force, détermination, persévérance, endurance et sang froid.
- Participation du CQCG comme moyen de transport alternatif dans le relais du fleuve olympique.
- Un sport extrême, qui s'exerce dans des conditions extrêmes et changeantes
- Courses palpitantes pour les spectateurs
- Sport issu d'une ancienne tradition québécoise

## 2.6. Moyens de communication internes

### 2.6.1. Canotiers membres de l'ACCGQ et commanditaires :

- Rencontre pré-saison (TBD).
- Expliquer l'orientation de communication 2010.
- Recueillir la liste des équipes, commanditaires et des disponibilités pour entrevues médiatiques. (Faire remplir fiche avec noms, coordonnées, lieu de résidence/naissance pour hebdomadaires régionaux)
- Demander à chacun des canotiers de nous faire part de leurs apparitions médiatiques (surtout niveau des hebdomadaires régionaux).
- Horaire d'entraînement (proximité des équipes).
- Distribuer le dépliant aux canotiers
- Bâti un lien de confiance avec les athlètes, de manière à mettre en place des canaux de communication efficaces.

### 2.6.2. Courriel :

- Infolette : résultats des courses
- communiqués de presse, revue de presse, etc.
- Invitation aux canotiers à s'abonner à l'infolette
- Inclure le lien vers le site web du CQCG.

### 2.6.3. Sites Internet CQCG, ACCGQ et ceux des courses :

- Infolette interne comprenant le classement en moins de 24h; ☐
- diffusion de communiqués de presse, la revue de presse et des ☐ résultats/classement;
- Disponibilité « grand public » en ligne du profil des canotiers; (si ☐ impossible pourrait faire un portrait « équipe vedette de la semaine ») sur ☐ le site de l'ACCGQ ou du CQCG.
- Faciliter la diffusion de vidéos via Youtube et sur le site du CQCG ☐
- Ajouter dans le logiciel d'inscription une demande de disponibilité pour ☐ entrevues et d'indiquer le bilinguisme le cas échéant.
- Publication des résultats et du communiqué de presse dès que possible ☐ avec le classement cumulé, selon un modèle pré-établi et le faire suivre ☐ à tous nos contacts médiatiques (Quotidiens, Hebdomadaires, Télévisuels, ☐ Radiophoniques, Électroniques, etc.)
- Publication de l'histoire du CQCG et de la discipline avec une approche ☐ aussi dynamique que possible.
- Accès facile aux sites des autres organisations. ☐

## 2.7. Moyens de communication Extérieurs

### 2.7.1. Avant l'événement :

Bâtir des relations avec les médias : avant le début de la saison, des entrevues devront être programmées avec des athlètes de l'ACCGQ pour créer un réflexe de couverture auprès des médias. Des ententes existent pour que notre classement soit à l'intérieur des pages « Statistique » des médias de masses. Achat de publicités, etc.

De plus, cette stratégie facilitera l'atteinte du premier objectif de Communication, soit de créer une proximité avec le public.

Voici quelques sujets de reportages à proposer aux médias :

- Nouvelle épreuve s'ajoute au calendrier;
- Dévoilement de la nouvelle course et son image;
- recherche de commandites;
- Participation du CCG dans l'Éclairage du Flambé au;
- préparatifs de début de saison;
- entraînements à la rame;
- nouveau moule de canot;
- évolutions techniques;
- statistiques;
- évolution des résultats au fil des ans;
- techniques de cirage;
- arrivée de la glace;
- changement d'entraînement selon la glace;
- horaire des pratiques selon la marée;
- équipes, athlètes à surveiller;
- portraits d'athlètes;
- compétition entre les équipes, etc.

### 2.7.2. Pendant l'événement :

- Événement de lancement de la saison 2010 (13 ou 20 janvier 2010 à 9h30; course amicale entre les médias (sur l'eau).
- Les journalistes peuvent expérimenter le sport;
- Comme l'an dernier, la Course des médias servira d'événement de lancement à la saison 2010.

- S'assurer de la « rentabilité communicationnelle » de l'événement. Pour ce faire tous et chacun devra utiliser ses différents contacts médiatiques afin d'augmenter le taux de participation par rapport à l'édition 2010. Un meilleur suivi post-événement devra être effectué. (envoi d'une convocation avant les fêtes, 1<sup>er</sup> rappel début 2010, 2<sup>e</sup> rappel 1 semaine avant l'événement et suivi téléphonique pour assurer une participation accrue des médias )
- Voir à inclure de nouveaux médias locaux à la course (Québec Hebdo, Courrier de Portneuf, Hebdomas de Charlevoix, Hebdomas région Trois-Rivières, Canaux spécialisés, etc... )
- Prévoir 3 médailles et des objets promotionnels à l'effigie du CQCG en plus de préparer un dossier de presse à remettre aux médias présents et à acheminer à ceux qui n'ont pu prendre part à l'événement.

Cela se fera sur trois plans :

- Choisir les athlètes les mieux disposés à faire la promotion de la saison et du sport auprès des médias participants;
- Assurer de représenter un maximum d'équipes à la course et de leurs commanditaires pour faire ressortir les meilleurs images possibles de la journée;
- Si possible, prévoir quelques en surplus canots pour le transport de photographes et caméraman.

La journée doit également servir à faire la promotion des outils de communication de la course (site internet, dépliant, etc.). Il s'agira de la première occasion de créer un sentiment d'appartenance au sport. Le service des communications doit également profiter de la présence des médias pour créer des liens, faire la promotion du sport auprès de ces derniers afin d'augmenter la visibilité médiatique, s'informer sur les besoins propres à chaque média (ex. : certains hebdomas ont fait la demande d'obtenir des images lors de l'envoi du communiqué, mettre à jour la liste des médias, etc.)

### 2.7.3. Émissions télévisuelle

La diffusion des courses sur un canal spécialisé augmenterait énormément la visibilité du CQCG et les possibilités de commandites.

Continuer les démarches amorcées auprès de RDS pour vendre le concept au diffuseur.

### 2.7.4. Dépliant :

- 6000 exemplaires.
- Format : 10 volets; attrayant
  - Ø Nous devons proposer un visuel différent pour attirer l'attention
  - Ø Revoir l'espace disponible à chacune des courses maintenant que nous avons une course de plus au calendrier.
- Contenu : chacune des courses en bref (1 volet chacune),
- photos d'actions récentes (femmes & hommes)
- Catégories
- Pointage
- logos des commanditaires
- volet anglophone.
- Distribution : aux médias, aux canotiers et à leurs commanditaires, lors des courses, dans des salons (expositions), boutiques de sport, hôtels, lieux touristiques, etc.
- Publication : 5 novembre 2010
- NOTE : vérifier les besoins quantitatifs de Trois-Rivières

**Plan de distribution :**

Cible	Quantité Distribuée	Distributeur	Période	Coût
Relations Publiques	100	Service communications CQCG	15-11 au 6-03	
Canotiers	1000	ACCGQ	Cabane débardeurs	
GTCC	500	GTCC		
Banquise	500	Banquise		
Carnaval	200	Carnaval		
Trois-Rivières	100	Trois-Rivières		
Grand Défi	50	Grand Défi		
Hôtels	1000	Affiche Tout	15-11 au 6-03	<b>312\$</b>
Espaces Publiques	1000	Affiche Tout	15-11 au 6-03	
Commerces	1000	Affiche Tout	15-11 au 6-03	
Autres	550			
<b>Total</b>	<b>6000</b>	<b>Coût d'impression 2009 = 1021\$/6000</b>		

**2.7.5. Affiche**

- 200 exemplaires.
- Format Affiche
- Impression et distribution dans les commerces par Affiche Tout.
- Publication le 15 novembre 2010

**2.7.6. Communiqués de presse**

- Un mémo pour faire la promotion de l'émission « les pieds dans la neige » sur le canot à glace. (Date approximative de diffusion = 15 septembre)
- Un premier général pour annoncer la nouvelle identité du club (CQCG) et également la nouvelle saison.
- Un communiqué spécifique pour annoncer l'ajout d'une nouvelle course au CQCG. Mettre l'accent sur la course, mais également sur la santé du sport, du CQCG.
- Trois pour chacune des courses : avant (annonce); résultats des qualifications; après (résultats).
- Un bilan de la Coupe des Glaces à la fin de la saison.

### 2.7.7. Relations avec les médias

- Reportage par les médias, avant et pendant la période des courses avec des équipes et des athlètes.
- Statistiques : réviser l'admission de l'industrie et le classement de la Coupe des Glaces dans les sections statistiques des quotidiens de Québec. (Nous avons le JDQ, serait intéressant d'avoir le Soleil également.)
- Calendriers : faire inscrire les courses dans les calendriers sportifs mensuels du Journal de Québec, de la revue Espaces, du magazine Géo Plein Air, l'Escale, sur le site Internet de type « Quoi faire à Québec », etc.

### 2.7.7. Publicité

- Profiter de la possibilité de faire de la publicité avec le Journal de Québec, dans un cahier commandité par les commanditaires des canotiers.
- Offrir aux équipes la possibilité de donner une visibilité à leur commanditaire principal en partageant une page pub dans le Journal de Québec, alors que le CICG en profiterait pour publier ses cinq courses, le sport et ses athlètes.

### 2.7.8. Télévision

- Démarches de reportage avec des équipes.
- Poursuivre les démarches auprès de RDS afin de s'insérer dans leur grille-horaire
- Obtenir les images prises dans le cadre de l'émission « les pieds dans la marge » la saison dernière.

### 2.7.8. Radios

- Démarche d'interview avec différents intervenants du CICG (Président, athlètes, organisateurs, etc.)
- Profiter de l'intérêt de certains radiodiffuseurs pour notre sport (Quebec 800, Radio-Canada Rimouski, etc.)
- Intéresser les radios régionales par le biais d'interview avec des athlètes de leurs régions, course à proximité, etc.

### 2.7.9. Porte-parole

Il serait intéressant d'intéresser une personnalité publique/médiatique à devenir porte-parole du CQCG, et ce, afin d'augmenter le potentiel médiatique du circuit lors de notre lancement par exemple.  
Il s'agit d'une personne qui peut ouvrir des portes chez les médias.

ACTIF

LIQUIDITÉS

Banque	7 337,55
Part sociale	<u>5,00</u>
LIQUIDITÉS TOTALES	<u>7 342,55</u>

DÉBITEURS

Comptes clients	0,00
Commandites à recevoir	0,00
Subvention à recevoir	0,00
Biens et services à recevoir	0,00
Participation à recevoir	0,00
Cotisations à recevoir	<u>0,00</u>
DÉBITEURS TOTAL	<u>0,00</u>

MOBILIERS et ÉQUIPEMENTS

Mobiliers et équipements	<u>2 640,76</u>
MOBILIERS ET ÉQUIPEMENTS TOT...	<u>2 640,76</u>

AUTRES ACTIFS

Autres actifs	<u>145,00</u>
AUTRES ACTIFS TOTAL	<u>145,00</u>

TOTAL ACTIF 10 128,31

PASSIF

CRÉDITEURS

Comptes fournisseurs	0,00
Frais d'inscription aux courses	<u>0,00</u>
CRÉDITEURS TOTAL	<u>0,00</u>

EMPRUNT LONG TERME

Emprunt long terme	<u>3 666,64</u>
EMPRUNT LONG TERME TOTAL	<u>3 666,64</u>

TOTAL PASSIF 3 666,64

AVOIR

VALEUR NETTE

Mise de fonds	0,00
Bénéfice accumulé	3 810,42
Bénéfice net	2 651,25
Distribution	<u>0,00</u>
VALEUR NETTE	<u>6 461,67</u>

TOTAL AVOIR 6 461,67

PASSIF ET AVOIR 10 128,31

	<u>Réel au 2009-05-31</u>	<u>Budgété</u>
<b>PRODUITS</b>		
<b>REVENUS OPÉRATIONS</b>		
Commandites	2 000,00	2 000,00
Subventions	0,00	0,00
Biens et services	1 600,00	1 600,00
Inscriptions	<u>2 445,00</u>	<u>2 400,00</u>
<b>REVENUS OPÉRATIONS TOTAL</b>	<u><b>6 045,00</b></u>	<u><b>6 000,00</b></u>
<b>GALA</b>		
<b>GALA TOTAL</b>	<u><b>0,00</b></u>	<u><b>0,00</b></u>
<b>AUTRES REVENUS</b>		
Intérêts gagnés	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>
<b>AUTRES REVENUS TOTAL</b>	<u><b>0,00</b></u>	<u><b>0,00</b></u>
<b>MEMBERSHIP</b>		
Adhésions	1 000,00	0,00
Cotisations	<u>2 500,00</u>	<u>2 500,00</u>
<b>MEMBERSHIP TOTAL</b>	<u><b>3 500,00</b></u>	<u><b>2 500,00</b></u>
<b>TOTAL PRODUITS</b>	<u><b>9 545,00</b></u>	<u><b>8 500,00</b></u>
<b>CHARGES</b>		
<b>ADMINISTRATION</b>		
Intérêts et frais bancaires	31,89	70,00
Taxes et permis	32,00	100,00
Autres dépenses administratives	<u>95,53</u>	<u>0,00</u>
<b>ADMINISTRATION TOTAL</b>	<u><b>159,42</b></u>	<u><b>170,00</b></u>
<b>COURSES</b>		
Placements médias	15,00	2 000,00
Site web	1 100,00	1 100,00
Dépliant	1 963,99	1 300,00
Affiche	633,22	200,00
Lancement saison	350,54	300,00
Communications presse	1 625,00	1 300,00
Suivi Coupe des Glaces	457,96	400,00
Autres dépenses courses	<u>588,62</u>	<u>0,00</u>
<b>TOTAL COURSES</b>	<u><b>6 734,33</b></u>	<u><b>6 600,00</b></u>
<b>GALA</b>		
<b>GALA TOTAL</b>	<u><b>0,00</b></u>	<u><b>0,00</b></u>
<b>TOTAL CHARGES</b>	<u><b>6 893,75</b></u>	<u><b>6 770,00</b></u>
<b>BÉNÉFICE NET</b>	<u><u><b>2 651,25</b></u></u>	<u><u><b>1 730,00</b></u></u>

Circuit International de Canot à Glace  
Budget 2009-2010 Proforma

PRODUITS	Budget 2009-2010	Réel au 2009-05-31	Budget 2008-09	
<b>REVENUS OPÉRATIONS</b>				
Commandites	19500,00	2000,00	2000,00	Note : 5000\$ commanditaire principal + 2000\$ pour 2e
Subventions	0,00	0,00	0,00	et si RDS, contribution = 5 x 2500\$
Biens et services	1600,00	1600,00	1600,00	Note : Carnaval = 500\$ + site web = 1100\$
Inscriptions	3000,00	2445,00	2400,00	Note : 15\$ x 5 courses x 40 équipes
<b>REVENUS OPÉRATIONS TOTAL</b>	<b>24100,00</b>	<b>6045,00</b>	<b>6000,00</b>	
<b>GALA</b>				
<b>GALA TOTAL</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	
<b>AUTRES REVENUS</b>				
Contribution promo RDS	10000,00			Note : 2000\$ par course * 5
Intérêts gagnés	0,00	0,00		
<b>AUTRES REVENUS TOTAL</b>	<b>10000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	
<b>MEMBERSHIP</b>				
Adhésions	0,00	1000,00	0,00	
Cotisations	3000,00	2500,00	2500,00	Note : 6 * 500\$
<b>MEMBERSHIP TOTAL</b>	<b>3000,00</b>	<b>3500,00</b>	<b>2500,00</b>	
<b>TOTAL PRODUITS</b>	<b>37100,00</b>	<b>9545,00</b>	<b>8500,00</b>	
<b>CHARGES</b>				
<b>ADMINISTRATION</b>				
Intérêts et frais bancaires	70,00	31,89	70,00	
Taxes et permis	100,00	32,00	100,00	
Informatisation inscription	3000,00			Note : estimé
Autres dépenses	100,00	95,53	0,00	
<b>ADMINISTRATION TOTAL</b>	<b>3270,00</b>	<b>159,42</b>	<b>170,00</b>	
<b>COURSES</b>				
Placements médias	100,00	15,00	0,00	
Promo RDS	25000,00			
Site web	1100,00	1100,00	1100,00	
Dépliant	3000,00	1963,99	3000,00	
Affiche	700,00	633,22	500,00	
Lancement saison	400,00	350,54	100,00	
Communications presse	2000,00	1625,00	2000,00	
Suivi Coupe des Glaces	500,00	457,96	500,00	
Autres dépenses	500,00	588,62	0,00	
<b>TOTAL COURSES</b>	<b>33300,00</b>	<b>6734,33</b>	<b>7200,00</b>	
<b>GALA</b>				
<b>GALA TOTAL</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	
<b>TOTAL CHARGES</b>	<b>36570,00</b>	<b>6893,75</b>	<b>7370,00</b>	
<b>BÉNÉFICE NET</b>	<b>530,00</b>	<b>2651,25</b>	<b>1130,00</b>	