



Annexe B : Lignes directrices concernant le calcul des coûts et des valeurs

Nous présentons ici quelques lignes directrices pour faciliter le calcul de la valeur de certaines dépenses effectuées dans le cadre de la réalisation du projet en ligne.

Révision et traduction

Pour garantir la qualité des textes du projet dans les deux langues, obtenir un bon rapport coût-rendement et assurer une utilisation optimale du temps, il est fortement recommandé de faire réviser et relire les textes dans la langue originale par un réviseur professionnel avant de les faire traduire. Ensuite, la traduction doit être révisée. Enfin, une révision comparative entre le texte d'origine et le texte traduit est recommandée.

Comme les coûts de révision ou de traduction sont directement liés à la qualité des textes, toutes les estimations des réviseurs ou traducteurs devraient être traitées comme des approximations.

Tarifs de révision

Les réviseurs établissent en général leurs coûts de révision à un tarif horaire qui varie de 42 \$ à 55 \$ l'heure. À l'occasion, la facturation peut se faire au mot; les coûts varient alors de 0,04 \$ à 0,11 \$ le mot.

Tarifs de traduction

Les traducteurs établissent en général leurs coûts de traduction à un tarif au mot qui varie de 0,20 \$ à 0,35 \$ le mot.



Au moment de calculer le coût de la traduction, n'oubliez pas que la traduction sera exigée pour tous les textes, y compris les textes de navigation, les textes de remplacement, les transcriptions audio et vidéo, les métadonnées et les mots-clés.

Propriété intellectuelle/droits d'auteur

Dans le cadre de sa contribution au budget total d'un projet en ligne, le requérant peut demander que l'on reconnaisse la valeur de la propriété intellectuelle qu'elle met gratuitement à la disposition du public. Les formules suivantes pour le calcul des valeurs sont fondées sur des transactions commerciales moyennes. Elles doivent s'appuyer sur le nombre estimé d'images ou de mots que comprendra le projet ou la durée des séquences audio et vidéo.

Remarque : ces formules ne sont pas destinées à servir de lignes directrices dans les négociations avec des tiers pour l'acquisition de droits. Dans de tels cas, les taux négociés avec des sociétés de gestion collective ou des ayants droit individuels devraient s'appliquer.

Formule pour les images

Selon le droit de licence moyen que paient les producteurs multimédias pour l'utilisation d'une image dans un produit multimédia à diffusion mondiale :

- 150 \$ x le nombre d'images

Formule pour les textes

Selon les droits moyens payés aux rédacteurs par la redevance *Access Copyright* pour les droits de transmission/reproduction sur Internet.

- 375,10 \$ par 500 mots



Formules pour les séquences audio et vidéo

Selon les droits de licence commerciaux, en tenant compte de la grande variation des tarifs associés à l'utilisation sur Internet.

- 8,30 \$ par minute (clip audio)
- 30 \$ par seconde (clip vidéo)

Marketing

Bien que MNC n'investisse pas dans les coûts liés aux activités de marketing et de communication, le requérant peut accroître le mérite de sa proposition s'il montre qu'il fera des efforts pour faire connaître son projet en ligne. La valeur de ces efforts devrait figurer au budget, sous les contributions (en nature ou financières) du requérant ou de tout autre participant au projet.

Les efforts de marketing et de communication peuvent comprendre les activités suivantes :

Marketing numérique

- Optimisation et marketing pour les moteurs de recherche
- Partage, mobilisation et promotion dans les médias sociaux
- Promotion dans les bulletins électroniques (avec hyperliens)
- Bannières publicitaires sur des sites externes

Marketing traditionnel

- Communiqués de presse et bulletins
- Campagnes publicitaires dans les médias
- Activités de lancement (cérémonie, réception, etc.)
- Création et distribution ciblée de matériel promotionnel



- Présentations du contenu du projet en ligne dans les écoles, lors de rencontres des membres de l'organisation, aux visiteurs et autres groupes
- Commandites

Une proportion de 70 % d'activités centrées sur le marketing numérique est recommandée. Dans tous les cas, les activités doivent reconnaître la contribution de MNC et lui donner de la visibilité.