



950 avenue Gladstone, bureau 120 Ottawa, Ontario K1Y 3E6 | 1.800.896.3342
Numéro d'enregistrement d'organisme de bienfaisance : 89018 1092 RR0001

 habilomedias  habilomedias habilomedias.ca

NOUS SOMMES : HabiloMédias est un organisme de bienfaisance canadien, sans but lucratif, qui oeuvre pour la littératie numérique et l'éducation aux médias. Notre objectif c'est de veiller à ce que les enfants et les adolescents développent une pensée critique qui leur permette d'utiliser les médias à titre de citoyens numériques actifs et éclairés.

Éducation aux médias 101

Prenez une minute pour connaître les concepts clés de l'éducation aux médias et leur utilité dans le cadre de l'examen des médias de masse et de la culture populaire. Lorsque vous verrez ce symbole,  cliquez-le pour visualiser une courte vidéo intéressante.

CONTENU

04 **CHERS AMIS ET BIENFAITEURS**

08 **SOUTIEN AUX FAMILLES**

13 **PARTAGE DE NOTRE EXPERTISE**

18 **ÉTATS FINANCIERS**

07 **RESPONSABILISATION DES ENFANTS ET DES JEUNES**

11 **EXPANSION DES CONNAISSANCES**

16 **TRAVAIL D'ÉQUIPE**

20 **COMMANDITAIRES**

CHERS AMIS ET BIENFAITEURS

Après le lancement de notre marque HabiloMédias en 2012, notre orientation en 2013 nous a amenés à renforcer et à promouvoir notre toute nouvelle organisation. Un an plus tard, nous sommes heureux de dire que nos efforts continuent de rapporter des bénéfices : notre nouveau site Web a enregistré une augmentation des visites de 36 p. 100 (un chiffre qui continue d'augmenter), la Semaine éducation médias a été la plus populaire de notre histoire, et de nouveaux partenaires et bienfaiteurs ont rejoint nos rangs.

4 Notre changement de nom nous a permis de nous concentrer sur la définition même de qui nous sommes et de ce que nous faisons. La structure du rapport de cette année reflète la somme de ce processus et de notre engagement continu à habiliter les enfants et les jeunes afin qu'ils deviennent des citoyens numériques actifs, engagés et informés, à appuyer les familles en leur fournissant des renseignements fiables et pratiques, à développer des connaissances sur la façon dont les jeunes et les enfants utilisent la technologie et en tirent profit, et à partager notre expertise avec les écoles, les bibliothèques et la collectivité en général.

L'un des plus grands défis d'aujourd'hui est de réussir à suivre le courant des médias numériques qui évoluent constamment et celui d'une génération de jeunes très en avance sur les adultes lorsqu'il est question d'expérience et de contrôle des plateformes et des dispositifs qui définissent la société numérique. Lorsque les adultes réussiront à comprendre la « prochaine tendance à la mode » et les questions qui se rapportent à son utilisation, il est probable que les jeunes auront déjà trouvé autre chose, ce qui aura de graves conséquences sur les politiques qui, elles, sont élaborées à pas de tortue.

De quelle façon pouvons-nous alors appuyer les jeunes dans leur vie virtuelle? La première étape, selon nous, consiste à écouter les jeunes et les enfants canadiens. En

misant sur les conclusions de notre groupe de discussion de 2012 découlant du sondage *Jeunes Canadiens dans un monde branché*, nous avons mené un sondage national auprès d'élèves de 140 écoles du pays en 2013. Les conclusions du sondage seront diffusées au cours de 2014 dans plusieurs rapports thématiques. Les données sont essentielles pour s'assurer que nos travaux répondent aux besoins et aux questions qui touchent le plus les jeunes canadiens et guident le développement de nos ressources de littératie numérique au cours des prochaines années.

Les conclusions initiales dressent un portrait fascinant de la complexité des vies virtuelles des enfants et des jeunes canadiens. Depuis le dernier sondage mené en 2005, la prolifération des appareils mobiles, comme les tablettes, les téléphones intelligents et les lecteurs MP3, lesquels donnent aux jeunes un accès en ligne continu, et souvent non supervisé, a grandement changé la donne. Autre changement important : la croissance du réseautage social (même parmi les enfants trop jeunes pour s'inscrire sur ces sites). Un grand nombre des sites dominant aujourd'hui la liste des sites préférés des élèves (Facebook, Twitter, Instagram, Tumblr et Minecraft) en étaient à peine à leur début ou n'existaient pas en 2005. Selon les conclusions, il est nécessaire que les parents et les enseignants éduquent les jeunes sur les questions concernant la socialisation, le partage et la vie privée.

Si nous voulons préparer adéquatement les jeunes à la vie numérique, nous devons également nous assurer qu'ils possèdent les compétences nécessaires pour faire partie de la main-d'œuvre de demain. À cette fin, nous avons travaillé avec le Conseil des technologies de l'information et des communications pour jeter les bases d'un symposium national sur les jeunes et les compétences numériques, lequel a eu lieu à Ottawa en février 2014. L'événement a rassemblé des chefs de file de l'industrie, du milieu de l'éducation et du gouvernement

afin d'explorer des façons d'aider les jeunes à acquérir les compétences avancées dont ils ont besoin pour la société numérique et le marché du travail.

De telles initiatives illustrent bien l'importance des partenariats et de la collaboration alors que nous voulons éduquer et équiper adéquatement les jeunes. En réalité, le succès de notre organisation au cours de ses quelque 20 années d'histoire se fonde sur le soutien que nous avons reçu de sociétés, de ministères gouvernementaux, d'établissements scolaires et d'organisations qui, comme nous, sont déterminés à s'assurer que les jeunes et les enfants possèdent les compétences nécessaires pour vivre dans le monde médiatique en continu d'aujourd'hui. Chaque année, dans le cadre de notre rapport annuel, nous soulignons les nombreux projets que nous avons développés avec nos partenaires, mais cette façon de faire ne reflète jamais entièrement notre grande appréciation des gens passionnés et talentueux *au sein* de ces organisations avec qui nous avons eu le privilège de travailler.

5

En 2013, nous avons été honorés d'établir des partenariats dans le cadre d'initiatives avec PREVNet, Jeunesse, J'écoute, la Fédération canadienne des enseignants, Companies Committed to Kids, Facebook, l'Université d'Ottawa, le Commissariat à la protection de la vie privée du Canada, l'Alberta Teachers' Association et plus de 100 autres collaborateurs de la Semaine éducation médias.

Nos commanditaires et bienfaiteurs (Bell, Shaw, ACEI, Rogers, TELUS, Google, SPDAC, ONF, Symantec) ont offert un financement essentiel en 2013 dans le cadre de nos travaux continus visant à développer des ressources et des programmes numériques et médiatiques pour les foyers, les écoles et les collectivités. De plus, nous avons travaillé à plusieurs initiatives novatrices de littératie numérique en partenariat avec des commanditaires précis, que nous vous présentons dans le rapport. Nous remercions toutes les personnes et sociétés de leur engagement continu envers notre organisation ainsi que les familles et les jeunes canadiens.

Nous aimerions également remercier notre exceptionnel conseil d'administration, dont les membres consacrent d'innombrables heures à appuyer et à conseiller le personnel pour s'assurer que HabiloMédias remplit efficacement sa mission et sa vision. Ces personnes dévouées, dont certaines font partie de l'équipe depuis plus d'une décennie, présentent à la table les importants points de vue du gouvernement, de l'industrie, du milieu de l'éducation et du secteur sans but lucratif. De plus, de nombreux membres de la collectivité siègent à nos comités consultatifs, offrant une expertise inestimable dans les domaines où nous avons besoin d'aide. Nous les remercions de leurs importantes contributions à l'égard de HabiloMédias.

Nous sommes extrêmement fiers de notre personnel talentueux et travaillant qui produit et diffuse des ressources de grande qualité et des programmes novateurs utilisés dans des milliers de foyers et de classes de l'ensemble du Canada et du monde entier. Des témoignages quant à l'efficacité et à la pertinence de ces ressources numériques et médiatiques sont présentés tout au long du rapport.

Alors que nous continuons d'analyser les nombreuses données recueillies lors de notre sondage auprès des jeunes au cours de la prochaine année, nous sommes impatients de partager ce que nous apprendrons avec les chefs de file du monde universitaire, du milieu de l'éducation, du gouvernement et de l'industrie. Grâce à cette mobilisation du savoir, nous pouvons travailler ensemble afin de créer des programmes et des politiques efficaces fondés sur des preuves pour appuyer les jeunes canadiens et les préparer à la vie numérique.

Craig McTaggart
président

Cathy Wing
Codirectrice
exécutive

Jane Tallim
Codirectrice
exécutive



Les médias ont des implications commerciales
Le saviez-vous? L'objectif de la plupart des productions médiatiques est le bénéfice, et il existe un nombre relativement petit de sociétés qui contrôlent les médias que nous consommons.



RESPONSABILISATION DES ENFANTS ET DES JEUNES

Dans le cadre de nos programmes, nous apprenons aux jeunes Canadiens à être des citoyens numériques actifs, engagés et informés.

MINUTES MÉDIAS

HabiloMédias s'est associé à Entreprises pour l'essor des enfants pour élaborer une série de vidéos pour aider les enseignants à présenter cinq concepts clés de l'éducation aux médias aux élèves du primaire. Chaque vidéo est accompagnée d'une leçon en classe qui renforce les principaux thèmes et aide les élèves à appliquer ce qu'ils ont appris. Les vidéos sont également d'excellents moyens d'amorcer une discussion à la maison lorsque les parents les regardent avec leurs enfants.

7



GUIDE RÉFLÉCHISSEZ AVANT DE PARTAGER

Le guide *Réfléchissez avant de partager* a été

produit par HabiloMédias et Facebook pour enseigner aux jeunes comment partager de façon sécuritaire, intelligente et éthique lorsqu'ils sont en ligne. Le guide et l'affiche qui l'accompagne sont disponibles sur le site de HabiloMédias, les centres de sécurité de Facebook et le site *Pensez cybersécurité* du gouvernement du Canada. Facebook prévoit diffuser le guide à l'échelle internationale dans plusieurs langues.

SITE DE L'EMPREINTE TELUS WISE

L'Empreinte TELUS WISE est un site Web visant à aider les préadolescents et les adolescents à laisser une empreinte numérique « propre » et à être de bons citoyens numériques. En collaboration avec TELUS, HabiloMédias a élaboré les ressources disponibles sur le

site, notamment des vidéos et des questionnaires pour un programme de certification en ligne, des bandes dessinées (également disponibles en copie papier) et des guides de discussion en classe.



Jane Tallim participe à une discussion en groupe sur la cyberintimidation lors de l'événement de lancement de l'Empreinte TELUS WISE à Vancouver en octobre 2013

« Les ressources du site de HabiloMédias sont très inspirantes et opportunes! » – Facilitateur de programmation d'un conseil scolaire de l'Ontario

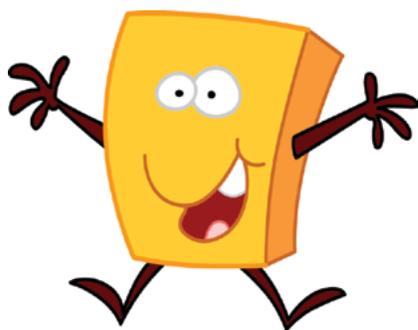
SOUTIEN AUX FAMILLES

Nous savons qu'il est difficile pour les parents de gérer les médias à la maison et de se tenir au courant de tous les changements constants touchant les technologies numériques. Notre but est de fournir aux familles des renseignements fiables et pratiques.

LES PUBLI-ASTUCES DE CO-CO

Les publi-astuces de Co-Co est un jeu interactif qui aide les enfants de 7 à 9 ans à comprendre les pratiques de marketing des mondes virtuels. En 2013, nous avons mis à jour l'application pour répondre aux besoins technologiques de nos utilisateurs en diffusant des versions HTML5 et des applications mobiles pour iOS et Android. Disponible uniquement en anglais auparavant, le jeu a été traduit en français pour toutes les plateformes et nous avons produit des guides complémentaires en anglais et en français à l'intention des enseignants.

8



FICHES-CONSEILS À L'INTENTION DES PARENTS

1. *Promouvoir des comportements éthiques en ligne avec vos enfants.* Visant les parents d'enfants de niveau intermédiaire, cette fiche-conseil souligne les différentes questions éthiques relatives aux activités en ligne des enfants.

2. *Aider vos enfants à adopter des habitudes de navigation sécuritaire.* Cette fiche-conseil offre aux parents des stratégies pour aider les enfants à trouver des vidéos, des jeux et d'autres divertissements en ligne, tout en évitant de les exposer à du contenu inapproprié, non désiré ou illégal.
3. *L'accès légal au contenu.* Ces conseils aident les préadolescents et les adolescents à faire de meilleurs choix quant à la façon dont ils accèdent au contenu en ligne comme la musique, les jeux et les vidéos et l'utilisent.

JEU-QUESTIONNAIRE SUR LA CYBERSÉCURITÉ DE L'ACEI

En partenariat avec l'Autorité canadienne pour les enregistrements Internet (ACEI), nous avons souligné le Mois de la sensibilisation à la cybersécurité en lançant le jeu-questionnaire sur la cybersécurité intitulé *Vous êtes cyberfuté, mais jusqu'à quel point?* Ce jeu-questionnaire, lequel aide les consommateurs à déterminer leur savoir en matière de sécurité en ligne, est un compagnon des populaires fiches-conseils sur la cybersécurité que nous avons élaborées en collaboration avec l'ACEI.

EXPANSION DES CONNAISSANCES

Nous sommes déterminés à comprendre la manière dont les enfants et les jeunes utilisent la technologie et les avantages qu'ils en retirent, grâce à notre enquête *Jeunes Canadiens dans un monde branché* – la plus importante en son genre au Canada. Depuis 2000, nous avons interrogés plus de 17 000 élèves afin d'en savoir plus à propos de leur expérience en ligne.

11



JEUNES CANADIENS DANS UN MONDE BRANCHÉ – PHASE III

Le projet de recherche d'HabiloMédias *Jeunes Canadiens dans un monde branché* est l'étude la plus complète et la plus vaste sur l'utilisation que font les enfants et les adolescents d'Internet au Canada. Les phases I et II de ce projet de recherche continu ont été menées en 2001 et 2005. En 2011, HabiloMédias a lancé la phase III par une recherche qualitative comprenant des entrevues avec des enseignants et des groupes de discussion avec des enfants, des adolescents et des parents, suivies d'un questionnaire national en février 2013.

5 436 élèves canadiens, de la 4^e à la 11^e année, dans les 10 provinces et les 3 territoires

41 % garçons, **46 %** filles, **13 %** sans indication

126 écoles anglophones, **14** francophones

140 écoles et **51** commissions scolaires

Une série de sept rapports, lesquels s'appuient sur les vastes données recueillies dans le cadre du sondage, seront diffusés tout au long de 2014. Les conclusions du sondage fournissent certaines des seules données nationales disponibles sur des sujets d'importance pour les décideurs, les éducateurs et les parents, y compris l'utilisation des appareils mobiles par les jeunes, les sites Web et les plateformes de réseautage social préférés, les comportements en ligne comme la cyberintimidation, le sextage et la protection des renseignements personnels, et la façon dont les élèves apprennent et appliquent leurs compétences en littératie numérique.

Le sondage a été financé par le Commissariat à la protection de la vie privée du Canada, l'ACEI et l'Alberta Teachers' Association.

« Vos recherches nous ont grandement aidés. Nous sommes très conscients que nous sommes passés des sources d'information traditionnelles aux médias numériques et des répercussions pour nos services, ainsi que des objectifs d'apprentissage et de littératie de notre collectivité. » – Bibliothécaire en approche communautaire, Colombie-Britannique

PARTENARIATS DE RECHERCHE

HabiloMédias est partenaire dans le cadre de plusieurs projets de recherche sur les jeunes et les médias, y compris :

- le projet *eGirls* de l'Université d'Ottawa, lequel explore les façons dont les filles et les jeunes femmes intègrent les médias numériques, surtout les médias sociaux, dans leur vie;
- le *Children's DIY Media Project* sur la participation des enfants aux pratiques culturelles créatives en ligne mené par l'Université de Toronto.

« HabiloMédias est un chef de file national de l'application de la théorie à la pratique sur des questions cruciales concernant le rôle des enfants, des jeunes et de la technologie. Dans le cadre de notre partenariat, nous avons créé des projets de recherche, créé des ressources de mobilisation du savoir et travaillé activement à mobiliser les jeunes à l'avant-plan de nos activités. » – Wendy Craig, codirectrice scientifique, PREVNet

Différentes personnes réagissent différemment à différentes constructions médiatiques. Le savez-vous? Le contenu des médias dépend en partie de la nature du média. Il faut comprendre que chaque média est artistiquement différent.

12



PARTAGE DE NOTRE EXPERTISE Nous travaillons en étroite collaboration avec les écoles, les bibliothèques et les groupes communautaires afin de créer des ressources bilingues sur d'importants sujets médiatiques touchant les enfants et les jeunes, notamment la cyberintimidation, les stéréotypes, le marketing, la violence dans les médias, l'image corporelle, la sécurité en ligne, le respect de la vie privée et la haine sur Internet.

13

SEMAINE ÉDUCATION MÉDIAS 2013 : « QUE VEND-ON RÉELLEMENT? AIDER LES ENFANTS À COMPRENDRE LES MESSAGES PUBLICITAIRES »

La semaine éducation médias (SEM) est un événement annuel présenté par HabiloMédias et la fédération canadienne des enseignantes et enseignants pour promouvoir la littératie numérique dans les communautés, à la maison et à l'école. La huitième semaine éducation médias a eu lieu du 4 au 8 novembre 2013 et avait pour thème la publicité et la consommation.

Plus de 700 000 impressions Web

Plus de 100 collaborateurs et participants

Plus de 40 grands événements

Des centaines d'activités individuelles (dans les écoles, les bibliothèques et les centres communautaires)

Des milliers de participants dans l'ensemble du Canada et à l'échelle internationale (Népal, Belgique, États-Unis, Brésil)

« Je suis content de voir que les jeunes connaissent bien les médias de nos jours. Nous sommes impatients de connaître l'avenir. » – L'hon. James Allum, ministre de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur du Manitoba

Les activités de HabiloMédias comprenaient les suivantes :



- une **discussion en groupe** sur le marketing et le consumérisme au Musée canadien de la nature. Plus de 120 élèves du Canada participant au programme Rencontres du Canada ont assisté à l'événement. Un groupe d'élèves du Yukon s'est également joint à la discussion par vidéoconférence;
- la **discussion « #k12media » sur Twitter** à l'intention des enseignants portait sur le marketing et le consumérisme;

PROGRAMMES ET RESSOURCES EN CLASSE

Causons pour la cause : Trouver des ressources et de l'information fiables sur la santé mentale Le programme pilote *Causons pour la cause* a été élaboré en partenariat avec Jeunesse, J'écoute et est financé par Bell. Le projet aide les élèves de la 7e à la 10e année à comprendre l'influence des médias sur notre compréhension et nos attitudes à l'égard de la santé mentale et des maladies mentales, à développer des compétences pour trouver des sources faisant autorité en matière de santé mentale sur Internet, et à cultiver des comportements sécuritaires et efficaces pour obtenir de l'aide en matière de santé mentale. Le projet est présentement évalué dans plusieurs écoles de l'Ontario et du Québec et sera lancé en 2014.



Sur le droit chemin : Enseigner aux enfants un comportement éthique et sécuritaire en ligne Le

programme *Sur le droit chemin* a été élaboré pour promouvoir et encourager les comportements éthiques en ligne chez les jeunes. Lancé en octobre 2013 pour souligner le Mois de la sensibilisation à la cybersécurité, le programme comprend une unité de quatre leçons sur les compétences de recherche et la pensée critique, un tutoriel autogéré qui examine les dilemmes moraux auxquels les enfants font face dans le cadre de leurs activités en ligne, des stratégies pour aider les jeunes à composer avec ces dilemmes, et des fiches-conseils pour les parents pour aider les enfants à prendre des décisions éthiques et sécuritaires en ligne. La réponse au programme a été incroyablement positive et cette

ressource fait maintenant partie du site Web de PREVnet. Le soutien financier pour le programme a été offert par la Société de perception de droit d'auteur du Canada.

COLLABORATIONS

HabiloMédias s'est joint au Conseil des technologies de l'information et des communications en 2013 pour planifier un symposium sur les jeunes et les compétences numériques qui a eu lieu le 10 février 2014. L'événement visait à faire avancer la cause du développement des compétences en littératie numérique chez les chefs de file du gouvernement, de l'industrie et de l'éducation.

HabiloMédias s'est associé à l'ACEI pour une discussion sur Twitter sur l'avenir de la télévision au Canada dans le cadre de la consultation publique *Parlons télé* du CRTC.

Les médias sont des constructions Le saviez-vous? Les médias combinent des éléments soigneusement conçus pour mobiliser des publics précis et atteindre des résultats précis.

TRAVAIL D'ÉQUIPE

NOTRE ÉQUIPE

Cathy Wing, Codirectrice exécutive
Jane Tallim, Codirectrice exécutive
Skye Cameron, Administratrice du bureau
Lynn Huxtable, Directrice des affaires générales
Matthew Johnson, Directeur de l'éducation
Julia Ladouceur, Chef de projet
Thierry Plante, Spécialiste en éducation aux médias
Diane van Rens, Chef, Web
Maya Shoucair, Agente de communications

COMITÉ EXÉCUTIF

Craig McTaggart, *Président*
Directeur, Politique de large bande
TELUS,

Suzanne Morin, *Vice-présidente*
General Counsel, Regulatory and Privacy Chief, Bell
Aliant

Serge Carrier, *Vice-président*
Directeur du développement des affaires
Société de formation à distance des commissions
scolaires du Québec (SOFAD)

Susan Bower, *Trésorière*
Vice-présidente, Opérations
Clubs Garçons et Filles du Canada

Dr. Arlette Lefebvre, *Membre actif*
Psychiatre, Section de la pédopsychiatrie
The Hospital for Sick Children

MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Bill Abbott,
Avocat principal, Affaires réglementaires
Bell Canada

Jameel Aziz
Président
Association canadienne des directeurs d'école

Mary Cavanagh
Professeure adjointe, École des sciences de l'information
Université d'Ottawa

Kristine Collins
Chef, marchés institutionnels et éducatifs
Accessibilité et entreprises numériques
Office national du film du Canada

David Fowler
Directeur du marketing et des communications
Autorité canadienne pour les enregistrements Internet
(ACEI)

Michael Hoechsmann
Associate Professor and Chair of Education Programs
Lakehead University

Jean LaRose
Directeur général
Le Réseau de télévision des peuples autochtones

Colin McKay, Gestionnaire
Politique publique mondiale
Google Inc.

Rita Shelton Deverell
Productrice indépendante; Professeure auxiliaire
Mount Saint Vincent University

Mark Sikstrom
Producteur exécutif
Product & Technology Innovation, CTV News

Carolyn Wilson
Canadian Representative for MENTOR
The International Media Education Association

Dianne Woloschuk,
Présidente, Fédération canadienne des enseignantes et
des enseignants (FCE)

17

OBSERVATEURS OFFICIELS

Josie Brocca
Directrice par intérim, Direction de l'adoption de la
technologie numérique
Industrie Canada

Duncan Cass-Beggs, Directeur, Direction générale de la
politique sur l'apprentissage
Direction général de la politique stratégique et de la
recherche
Ressources humaines et Développement des
compétences Canada

Claude Doucet, Directeur générale associé,
communications stratégiques
Direction générale des communications
Patrimoine canadien

Nanao Kachi, Directeur intérimaire
Politique sociale et des consommateurs
Élaboration de politiques et recherché
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications
canadiennes (CRTC)

MEMBRES DE COMITÉ ET BÉNÉVOLES

Alan Bent, Financial Consultant
Aubray Lynas, Corus Entertainment
Erika Kramer, TVO
Jeff Phaneuf, CBC
Jeff Rohrer, TVO
Mark Buell, ACEI
Monika Ille, Réseau de télévision des peuples
autochtones
Rosario Ramirez Calva, Étudiante

RAPPORT DU VÉRIFICATEUR INDÉPENDANT

Aux membres de HabiloMédias

Rapport sur les états financiers

J'ai vérifié les états financiers de HabiloMédias, qui comprennent l'état de la situation financière au 31 décembre 2013 et les états de l'évolution de l'actif net, des résultats et des flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date, et un résumé des conventions comptables et autres informations explicatives importantes.

Responsabilité de la direction à l'égard des états financiers

La direction est responsable de la préparation et de la présentation juste de ces états financiers conformément aux normes comptables pour les organismes sans but lucratif canadiens, et de contrôle interne déterminés par la direction comme étant nécessaires pour permettre la préparation d'états financiers qui ne présentent pas d'inexactitudes importantes, que ce soit en raison de fraude ou d'erreurs.

Responsabilité du vérificateur

Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en nous fondant sur ma vérification. J'ai effectué mon audit selon les normes canadiennes de vérification généralement reconnues. Ces normes exigent que je me conforme aux règles d'éthique et que je planifie et réalise l'audit pour obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes significatives.

Un audit consiste en une série de procédures visant à obtenir des éléments probants concernant les montants et les informations fournies dans les états financiers. Le choix des procédures dépend du jugement du vérificateur, y compris l'évaluation des risques

d'inexactitudes importantes dans les états financiers, que ce soit en raison de fraude ou d'erreurs. En procédant à ces évaluations de risques, le vérificateur tient compte du contrôle interne relatif à la préparation et la présentation juste des états financiers de l'entité afin de définir les procédures d'audit appropriées dans les circonstances, mais non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne de l'entité. Un audit consiste également à évaluer la pertinence des conventions comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

Je crois que les éléments de vérification que j'ai obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder mon opinion d'audit.

Opinion

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous égards importants, la situation financière de HabiloMédias au 31 décembre 2013 et de sa performance financière et ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date conformément aux normes comptables pour les organismes sans but lucratif canadiens.

RAY FOLKINS, CPA, CA
Comptable professionnel agréé/
Comptable sous licence publique

Ottawa, Ontario
Le 11 avril 2014

RAPPORT SUR LES ÉTATS FINANCIERS

Au 31 décembre 2013

	2013 \$	2012 \$
ACTIF		
Actif à court terme	1 099 232	1 256 293
Immobilisations	19 934	15 405
	1 119 166	1 271 698
PASSIF		
Créditeurs et charges à payer	42 491	49 642
Revenus reportés	321 691	612 237
	364 182	661 879
ACTIF NET		
Non affecté	754 984	609 819
	754 984	609 819
	1 119 166	1 271 698
REVENUS		
Parrainages	219 254	132 165
Bienfaiteurs	221 433	221 424
Contributions	272 658	176 697
Ventes et licences	414 291	404 356
Dons et apports en nature	15 894	86 985
Autres	19 243	26 614
	1 162 773	1 048 241
DÉPENSES		
Administration	121 607	132 348
Programmes	223 205	157 334
Salaires et avantages sociaux	672 796	631 172
	1 017 608	920 854
REVENUS NET		
	145 165	127 387

Engagé à aider
les jeunes
Canadiens à tirer
le maximum des médias

20

COMMANDITAIRES 2013

Commanditaires or



Commanditaires argent



Commanditaire fondateur /
Donateur



Commanditaires associé



Bienfaiteurs

