

## **Politique sur la publicité et la commandite**

### **1. INTRODUCTION**

La mise à jour des règles encadrant la vente d'espaces publicitaires et de commandites en lien avec différents événements de l'Ordre vise à faciliter la mise en application de la *Politique sur la publicité et les commandites*. Elle prend en considération les nouvelles réalités technologiques de même que la présence de l'Ordre sur le Web et dans les médias sociaux.

### **2. TERMINOLOGIE**

**PUBLICITÉ** ou **ESPACE PUBLICITAIRE** : annonce ou affiche, imprimée ou numérique, achetée par une personne physique ou morale dans le but de faire connaître ses produits ou ses services.

**COMMANDITE** : fonds versés par une personne physique ou morale en échange de visibilité durant un événement.

**CONTRAT-ÉCHANGE** : échange de services, de visibilité ou de produits entre l'Ordre et une personne physique ou morale.

### **3. ÉNONCÉ DE LA POLITIQUE**

La vente d'espaces publicitaires et l'offre de commandites visent à réduire les coûts de production ou de mise en œuvre de certains projets de l'Ordre et à offrir à ses partenaires de la visibilité auprès de ses membres et collaborateurs du domaine langagier.

La présente politique vise à encadrer la vente d'espaces publicitaires sur les diverses plateformes de communication de l'Ordre (Annexe I) et de commandites en lien avec les différents événements de l'Ordre (Annexe II).

### **4. RÈGLES D'APPLICATION**

4.1 La présente politique est transmise systématiquement aux divers annonceurs et commanditaires qui transigent avec l'Ordre.

4.2 L'OTTIAQ se réserve le droit de refuser tout annonceur, commanditaire ou contenu des annonces.

- 4.3 Seuls les partenaires non langagiers peuvent acheter de l'espace publicitaire sur le site Web de l'Ordre.
- 4.4 Les publicités et les commandites doivent être jugées de bon goût par l'Ordre.
- 4.5 Le choix des annonceurs et des commanditaires se fait dans le respect de la mission de l'Ordre et les produits ou services annoncés doivent présenter un intérêt professionnel pour les membres.
- 4.6 Un membre ayant fait l'objet d'une sanction du CA ou du conseil de discipline de l'Ordre ne peut acheter d'espace publicitaire, ni commanditer un événement de l'Ordre.
- 4.7 Les annonceurs et les commanditaires sont tenus de remettre leur matériel promotionnel dans les délais prescrits à défaut de quoi leur publicité ou leur contribution risquent de ne pas être acceptées.
- 4.8 La règle du premier arrivé, premier servi prévaut dans la vente des espaces publicitaires et l'attribution des commandites.
- 4.9 Le responsable des communications offre aux partenaires ayant déjà commandité un événement l'option réservée l'année précédente avant de l'offrir à d'autres, nonobstant le point 4.8.
- 4.10 Les différentes grilles tarifaires et différents plans de partenariat sont mis à jour au besoin par concertation entre le directeur général et le responsable des communications.
- 4.11 L'annonceur doit tenir compte des particularités des outils de communication et des événements de l'Ordre lors de l'achat d'espaces publicitaires ou de la réservation de commandites (date de tombée, support, etc.).
- 4.12 Le répertoire électronique n'est pas un support publicitaire puisqu'il n'y a pas d'échange d'argent entre l'Ordre et le membre qui s'y affiche.
- 4.13 La *Politique sur la publicité et les commandites* est affichée en tout temps dans le site Web de l'Ordre.

4.14 La vente d'espaces publicitaires et les ententes de commandites peuvent être conclues sous forme de contrats-échanges, le cas échéant.

## 5. **PROCÉDURES**

- 5.1 Le responsable des communications établit les options et les tarifs pour le placement publicitaire des différentes plateformes de communications et pour les différents événements de l'Ordre. Le directeur général approuve ces options et tarifs.
- 5.2 Le responsable des communications sollicite les annonceurs ou commanditaires et leur transmet les grilles tarifaires et les plans de partenariat.
- 5.3 L'annonceur ou le commanditaire confirme son choix en remplissant le formulaire de réservation.
- 5.4 L'annonceur ou le commanditaire remplit un formulaire d'entente avec l'OTTIAQ dans le cas d'un contrat-échange.
- 5.5 Le responsable des communications s'assure que l'annonceur ou le commanditaire reçoit une facture.
- 5.6 Le responsable des communications approuve le matériel et fait le suivi auprès de l'annonceur ou du commanditaire.
- 5.7 Une copie de la publicité ou une preuve de la commandite, lorsque possible (photos, nombre de clics, etc.), est envoyée à l'annonceur ou au commanditaire.
- 5.8 Tout nouvel annonceur ou commanditaire est inscrit dans la base de données des contacts de l'Ordre pour sollicitation future.

## **6. REDDITION DE COMPTES**

### 6.1 Le directeur général :

- assure, par les délégations pertinentes, si nécessaire, l'évaluation annuelle de la présente politique;
- informe le comité de gouvernance et d'éthique (CGE) des rapports d'évaluation et des recommandations d'amélioration.

### 6.2 La comptabilité :

- prépare les factures à la demande du responsable des communications;
- s'assure que les annonceurs et les commanditaires règlent leurs factures.

### 6.3 Le responsable des communications :

- s'assure de l'application de la présente politique;
- conserve dans ses dossiers les formulaires de réservation signés;
- produit et tient à jour une liste des personnes physiques ou morales à solliciter.

## **7. RESPONSABILITÉS**

### 7.1 Élaboration

S. O.

### 7.2 Communication

Le responsable des communications communique la présente politique aux membres de l'Ordre, aux annonceurs et aux commanditaires.

### 7.3 Mise en œuvre

Le responsable des communications voit à la mise en œuvre de la présente politique.

#### 7.4 Évaluation

Le responsable des communications présente un bilan annuel de l'application de la présente politique au directeur général, qui l'évalue.

#### 7.5 Révision

Les révisions subséquentes de la présente politique incombent au responsable des communications, qui en discute avec le directeur général avant leur présentation au CA pour approbation.

### 8. **FRÉQUENCE DE RÉVISION**

Au besoin.

### 9. **ANNEXES**

ANNEXE I : Les plateformes de communication de l'Ordre

ANNEXE II : Les événements de l'Ordre

### 10. **HISTORIQUE**

**Résolution :** CE 2015/2016-179.4.3

**Lois et règlements connexes :**

**Politiques connexes :**

**En vigueur :** Septembre 2015

**Remplace :**

- CE 2015/2016-177.4.3
- Politique en matière de publicité et de commandites de l'OTTIAQ - 2008

**Auteur :** Directeur – Communications et service à la clientèle

## ANNEXE I

### LES PLATEFORMES DE COMMUNICATION DE L'ORDRE

#### Site Web

[www.ottiaq.org](http://www.ottiaq.org)

- a) De l'espace publicitaire peut être acheté selon les modalités précisées dans la grille tarifaire du site Web.
- b) Seuls les partenaires non langagiers peuvent acheter de l'espace publicitaire sur le site Web de l'Ordre.

#### Zone membres (Extranet)

- a) La Zone membres ([http://ottiaq.org/extranet/index\\_fr.php](http://ottiaq.org/extranet/index_fr.php)) est une section du site Web réservée aux membres.
- b) Aucun espace publicitaire n'est vendu dans la Zone membres
- c) Aucun commanditaire n'est annoncé dans la Zone membres

#### Infolettre : *L'antenne express*

*L'antenne express* est envoyée chaque deux semaines aux abonnés sous forme de courriel.

- a) De l'espace publicitaire peut être acheté selon les modalités précisées dans la grille tarifaire de *L'antenne express*.

#### Magazine : *Circuit*

*Circuit* est le magazine trimestriel de l'Ordre présenté sous forme d'un site Web accessible gratuitement.

- a) De l'espace publicitaire peut être acheté selon les modalités précisées dans la grille tarifaire du magazine *Circuit*.

## **ANNEXE II**

### **LES ÉVÉNEMENTS DE L'ORDRE**

#### **Cocktail du Nouvel An**

- a) Le cocktail du Nouvel An se tient chaque année en janvier.
- b) Voir les options et les tarifs dans le plan de partenariat.

#### **Cérémonie de remise des permis de port de titre**

- a) Les permis de port de titre sont remis aux nouveaux agréés chaque année en mai.
- b) Voir les options et les tarifs dans le plan de partenariat.

#### **Assemblée générale annuelle**

- a) L'assemblée générale se tient chaque année en septembre.
- b) Aucune commandite n'est sollicitée ni acceptée pour cet événement.

#### **Journée mondiale de la traduction**

- a) La Journée mondiale de la traduction est célébrée lors du cocktail du congrès à Montréal et dans différentes villes (généralement, Sherbrooke, Québec et Gatineau) chaque année vers le 30 septembre.
- b) Voir les options et les tarifs dans le plan de partenariat.

#### **Congrès**

- a) Le congrès se tient chaque année à l'automne.
- b) Voir les options et les tarifs dans le plan de partenariat.