



## Politique sur la publicité de Cineplex

### A. Objectif

Les propriétés médias de Cineplex englobent la publicité diffusée à l'écran ainsi que dans les cinémas, les publications, les applications mobiles, les sites Web et les réseaux numériques (« **annonces** » ou « **publicité** »). Les annonces sont placées dans des propriétés appartenant à Cineplex et à des tiers. La présente politique s'applique à toutes ces annonces. Cineplex met tout en œuvre pour s'assurer que la publicité convienne au public concerné et qu'elle constitue une forme de divertissement acceptable et informative permettant de garantir une expérience informationnelle optimale.

### B. Portée

La présente politique s'applique à l'ensemble de la publicité présentée en vue d'un placement potentiel dans une propriété média de Cineplex. Toute publicité doit être conforme à la Politique sur la publicité de Cineplex.

### C. Lignes directrices et politique sur la publicité

En fonction du média publicitaire dans lequel elle est placée, une annonce devra être jugée appropriée en fonction de l'âge du public auquel elle est destinée. Il revient au propriétaire du média de juger si l'annonce est acceptable. Le propriétaire de l'emplacement où se trouve le média peut refuser d'afficher une annonce qu'il juge contraire à la présente politique sur la publicité. La publicité destinée à une propriété média de Cineplex et/ou d'un tiers doit être approuvée avant d'être mise en place à la suite d'un processus d'approbation interne. Cineplex et/ou le(s) tiers propriétaire(s) du média approuveront ou rejeteront les annonces avant l'échéance du calendrier de production. Si Cineplex et/ou un tiers propriétaire d'un média jugent qu'une annonce ne convient pas à l'affichage, Cineplex doit en informer l'annonceur ou son agence par écrit et peut résilier toute entente de publicité sans autre préavis, obligation ou compensation.

Les critères d'évaluation d'une publicité doivent inclure les considérations suivantes :

- a. La publicité doit respecter les lois applicables, notamment les droits de la personne, afin d'éviter la discrimination envers un individu ou un groupe de personnes.
- b. La publicité insultante, haineuse ou humiliante envers un individu ou un groupe de personnes ne sera pas acceptée.
- c. La publicité ne doit pas comporter d'allégations ou de déclarations, des illustrations ou des représentations inexactes ou mensongères énoncées directement ou implicitement quant à un produit, un service ou une opinion politique. Elle ne doit pas, non plus, omettre une

information pertinente de façon à être ultimement mensongère. Toute publicité doit être conforme aux règles, que ce soit en principe ou en pratique.

- d. Cineplex n'acceptera aucune publicité se rapportant à des films présentement ou antérieurement à l'affiche.
- e. Cineplex n'acceptera aucune publicité pouvant porter atteinte aux droits de propriété intellectuelle, à moins que l'annonceur ait confirmé expressément qu'il détient tous les droits liés à la propriété intellectuelle en question.
- f. Si une annonce ou un message présente et évoque des armes à feu ou autres armes, des actes de violence, des images destinées à un public adulte (ou qui pourraient ne pas convenir à un public en particulier), Cineplex se réserve le droit de limiter l'exposition d'une telle publicité en diffusant l'annonce ou le message dans des emplacements réservés aux adultes ou à un public plus mûr.
- g. Cineplex fera tout son possible pour garantir que la publicité diffusée avant les films classés « G » (mention **Visa général**), ou dans d'autres endroits accessibles à l'ensemble du public, soit appropriée pour tous les auditoires.
- h. Cineplex refusera une publicité qui véhicule un message partisan visant à persuader ou à influencer le public à prendre des décisions relatives à des convictions personnelles sur les questions de conscience (par exemple, la politique, la religion, etc.). En d'autres termes, Cineplex ne sera pas tenu d'accepter une publicité qui soutient un parti politique, un candidat, la plateforme d'un parti, un enjeu électoral ou une religion particulière. Toute décision de rejeter une telle publicité doit être basée sur le contenu de la publicité et ne doit pas être fondée sur l'identité et les valeurs d'un groupe ou d'un individu voulant acheter de la publicité ou le produit publicisé.
- i. Cineplex se réserve le droit de rejeter les publicités qui ne respectent pas les spécifications publicitaires ou dont la qualité vidéo ou audio n'est pas satisfaisante.
- j. Les déclarations ou les positions contenues dans toute publicité diffusée dans une propriété média représentée par Cineplex ne doivent pas être rattachées à Cineplex ou considérées comme étant celles de Cineplex.
- k. La mention « publicité » doit figurer dans toute publicité qui pourrait être confondue avec un article, un commentaire ou une autre forme de message *non publicitaire*.
- l. Cineplex n'acceptera pas la publicité qu'elle juge contraire aux intérêts commerciaux de l'entité qui diffuse la publicité ou en concurrence avec ceux-ci.
- m. Les activités dans les cinémas incluant des échantillons et/ou l'activation d'échantillons ou de kiosques doivent être approuvées au préalable aux fins de distribution et de placement et doivent procurer un avantage aux spectateurs. Les annonceurs responsables de l'activation d'échantillons ou de kiosques doivent signer un formulaire de quittance et d'exonération jugé satisfaisant par Cineplex.
- n. Les annonces ou tout autre matériel publicitaire fourni à Cineplex pour créer une annonce pour le compte d'un annonceur doivent être conformes aux spécifications pour les médias figurant à l'adresse [www.cineplexmedia.com](http://www.cineplexmedia.com) ou comme le précise Cineplex. Cineplex se réserve le droit de rejeter les annonces ou le matériel publicitaire qui ne respectent pas ces spécifications.
- o. Cineplex se réserve le droit de mettre fin à la diffusion de toute publicité qui provoque une réaction négative chez la clientèle, même si la publicité a été approuvée au préalable.

- p. Cineplex ne sera pas responsable des coûts de production liés à une publicité jugée «inacceptable aux fins de placement dans une propriété média», que la publicité soit jugée inacceptable avant ou après le début du placement média.

**Approuvée en Juillet 2015**