

Titre:	<i>Commandites et publicité</i>
Service d'origine:	<i>Services généraux</i>
Direction d'origine:	<i>Bureau du chef de Services généraux</i>
Fondé de pouvoir:	<i>Chef de Services généraux</i>
Effective Date:	<i>le 13 juillet 2005</i>
Last Revision Date:	<i>le 3 juin 2005</i>

Énoncé

La Ville d'Ottawa accueille favorablement et encourage les commandites et la publicité destinées à faciliter la prestation de services et la réalisation de projets municipaux. Toutes les commandites et annonces doivent respecter la vision, la mission et les valeurs de la Ville d'Ottawa, être en tout point conformes aux politiques et aux règlements municipaux et éviter de porter atteinte à l'image publique de la Ville. Les ententes de commandite ou de publicité doivent être établies dans le respect des principes de l'accès et de l'équité et être le plus bénéfiques possible à la Ville et à la collectivité.

Objet

Les paramètres et les lignes directrices définis dans la présente politique visent essentiellement à protéger les valeurs, l'image de marque, les éléments d'actif et les intérêts de la Ville tout en optimisant les possibilités de générer des revenus.

Portée

La présente politique régit tous les rapports que la Ville d'Ottawa entretient avec des entreprises, des organismes et des particuliers qui contribuent par leurs dons en espèces ou en nature à la prestation des programmes et des services ainsi qu'à l'exploitation des installations de la Ville en contrepartie d'une reconnaissance publique ou d'autres avantages promotionnels. La politique s'applique à ce qui suit :

- les commandites relatives aux programmes et aux événements spéciaux;
- l'attribution d'un nom aux terrains, bâtiments et ouvrages de la Ville ou le changement de leur appellation;
- les droits de vente de boissons;
- la publicité payante sur les terrains municipaux, à l'occasion d'événements municipaux et dans les publications de la Ville;
- le statut de fournisseur privilégié.

Champ d'application

La présente politique s'applique à tous les employés de la Ville d'Ottawa. Le Bureau du protocole et Santé publique Ottawa ne sont pas assujettis aux parties de cette politique indiquées dans les annexes A et B.

La politique ne s'applique pas aux représentants élus de la Ville.

Principes et conditions

Conditions générales

Toutes les ententes relatives aux commandites et à la publicité doivent respecter les lois fédérales et provinciales, les règlements municipaux ainsi que les normes fixées par le Canadian Advertising Standards Council.

Les conditions suivantes régissent les ententes de commandites et de publicité :

- La Ville demeure responsable de la planification et de la prestation des activités de commandite.
- Les ententes conclues ne doivent d'aucune façon constituer un engagement pour l'avenir ni influencer de manière explicite ou implicite sur la conduite des affaires courantes de la Ville.
- La relation créée aux termes d'une entente ne doit pas permettre à un employé municipal de recevoir des biens, des services ou des éléments d'actif pour son usage ou son gain personnels.
- Les moyens publicitaires ne doivent pas porter atteinte à la qualité ou à l'intégrité des biens-fonds, des bâtiments ou du paysage de rue de la Ville ni ne doivent poser de risque de sécurité.
- Le fait pour la Ville de permettre une publicité portant sur un produit ou service ne signifie pas qu'elle recommande un produit ou un service plutôt qu'un autre.
- Toute annonce publicitaire à caractère politique devra indiquer qu'elle est payée par un parti ou un candidat de manière à éviter qu'on puisse croire que la Ville appuie un candidat ou un parti plutôt qu'un autre.
- Les activités de commandite et de publicité devraient être adaptées au public cible.

Restrictions s'appliquant aux commandites et à la publicité

La Ville ne sollicitera ni n'acceptera de commandites ou de publicité de la part d'entreprises dont la réputation pourrait nuire à l'image publique de la Ville et/ou dont les principaux revenus proviennent des activités suivantes :

- la vente du tabac;
- la pornographie;
- l'appui ou la participation à la production, à la distribution et à la vente d'armes et d'articles pouvant causer la mort.

La Ville n'autorise aucune forme de publicité, faite directement ou par l'entremise de tiers, qui puisse :

- véhiculer un message religieux négatif qui pourrait être considéré comme préjudiciable à un groupe religieux;
- promouvoir la consommation d'alcool et d'autres substances pouvant créer une dépendance à l'occasion d'activités s'adressant à un auditoire composé principalement d'enfants;
- présenter des particuliers ou des groupes sous un jour méprisant ou insultant ou de façon qui, d'après les normes communautaires généralement acceptées, pourrait être susceptible d'offenser profondément de nombreuses personnes.

Exigences administratives et autorisations

Sollicitation et autorisation des ententes de commandite et de publicité

Les activités de commandite doivent continuer, comme c'est le cas actuellement, à résulter de démarches de sollicitation effectuées par la Ville ou des représentants élus auprès de commanditaires.

De façon générale, les ententes de commandite et de publicité suivantes devraient faire l'objet d'un processus concurrentiel :

- les ententes qui offriront une grande visibilité;
- les ententes de longue durée (trois ans et plus);
- les ententes qui prévoient des avantages et des droits de reconnaissance exclusifs.

Les ententes de commandite et de publicité peuvent ne pas être soumises à la concurrence lorsque les conditions suivantes s'appliquent :

- le nombre des commanditaires sollicités est illimité;
- l'occasion de commandite est unique, innovatrice ou expérimentale;
- un seul commanditaire adéquat existe;
- la valeur de l'entente de commandite ou de publicité est inférieure à 50 000 \$;
- la valeur de la commandite médiatique en nature est inférieure à 100 000 \$; ou
- le besoin s'appuie sur une analyse de rentabilisation, approuvée par le directeur municipal adjoint compétent ou le chef de Services généraux et la Division de la gestion de l'approvisionnement.

Les propositions de commandite et de publicité non sollicitées reçues par la Ville seront examinées et évaluées par le directeur de programme compétent à la lumière des dispositions de la présente politique.

La Ville se réserve le droit de rejeter toute commandite non sollicitée qui lui a été présentée et de refuser de conclure une entente de commandite pour laquelle elle peut avoir au départ sollicité des propositions.

Le choix d'un fournisseur privilégié sera conforme à la politique municipale d'attribution des marchés et peut se faire sans que la Ville n'ait à obtenir de devis ou à lancer d'appel d'offres. Le personnel peut accorder des commandites sans devoir analyser plus à fond le marché.

Toutes les ententes de commandite et de publicité seront évaluées chaque année pour établir si elles présentent toujours des avantages pour la Ville. À moins que le directeur municipal adjoint ou que le chef de Services généraux ne l'ait autorisé, la durée des ententes n'excédera pas trois ans.

La Ville se réserve le droit de mettre fin à une entente de commandite ou de publicité qui ne répond plus à ses intérêts.

Délégation de pouvoirs

Le personnel de la Ville est autorisé à conclure des ententes de commandite et de publicité qui ne dépassent pas les limites autorisées suivantes. Les ententes qui dépassent ces limites devront être approuvées par le Conseil municipal.

Les **superviseurs et gestionnaires de programme** sont chargés d'approuver toutes les ententes d'une valeur maximale de 10 000 \$ pourvu que ces ententes respectent les modalités de la présente politique.

Les **gestionnaires** sont chargés d'approuver toutes les ententes d'une valeur maximale de 50 000 \$ pourvu que ces ententes respectent les modalités de la présente politique.

Les **directeurs** sont chargés d'approuver toutes les ententes d'une valeur maximale de 100 000 \$ pourvu que ces ententes respectent les modalités de la présente politique.

Les **directeurs municipaux adjoints et chef de Services généraux** sont chargés d'approuver toutes les ententes d'une valeur supérieure à 100 000 \$ qui relèvent de leurs services respectifs. Les directeurs municipaux adjoints et le chef de Services généraux détermineront s'il convient de demander l'approbation du Conseil municipal avant de signer une entente de commandite.

Le **Conseil municipal** doit approuver tout contrat qui ne respecte pas les dispositions de la présente politique ainsi que les commandites qui comporteraient l'attribution d'un nom à un bien-fonds, un bâtiment ou un ouvrage de la Ville ou le changement de leur appellation.

Responsabilités

Les services sont chargés de solliciter, de négocier et d'administrer les ententes qui relèvent d'eux. Le personnel habilité à approuver les ententes de commandite et de publicité doit s'assurer ce que toutes les politiques et tous les règlements pertinents sont respectés, que les consultations voulues ont été menées et que les approbations nécessaires ont été obtenues. Il doit aussi veiller à ce que les assurances, les garanties, les évaluations éthiques et les permis voulus soient obtenus, le cas échéant. Les services sont en outre chargés de veiller à ce que les ententes de publicité conclues avec des tiers respectent les restrictions fixées dans la présente politique.

Les services sont chargés de conserver un registre de toutes les contributions relatives aux commandites et à la publicité et de fournir par écrit une attestation de commandite à chaque commanditaire ou publicitaire. Les contributions supérieures à 25 000 \$ seront confirmées par un protocole d'entente ou par un autre document juridique.

Manquements à la politique

Le non-respect de la politique peut entraîner l'imposition de mesures disciplinaires.

Définitions

Commandites – Entente conclue par écrit entre la Ville d'Ottawa et une société, un organisme, une entreprise, une association ou un particulier aux termes de laquelle la partie externe (le commanditaire) contribue de l'argent, des biens ou des services pour une installation, un programme, un projet ou un événement spécial de la Ville d'Ottawa en contrepartie d'une reconnaissance ou d'autres avantages promotionnels. Une commandite ne comprend pas les dons, cadeaux ou conseils offerts à la Ville lorsqu'aucune relation d'affaire ou association n'est envisagée ou n'est requise et qu'aucun avantage réciproque n'est recherché.

Types de commandites

En espèces – la commandite est reçue sous forme monétaire.

En nature – des biens et des services ayant une valeur pour la Ville lui sont offerts plutôt que de l'argent.

Publicité – la publicité est la vente à une société, à un organisme, à une entreprise, à une association ou à un particulier d'espace publicitaire dans le matériel imprimé ou sur les biens-fonds de la Ville, lors d'événements organisés par elle ou en rapport avec un programme municipal. Contrairement à une commandite, la publicité ne comporte que l'achat par un annonceur d'espace publicitaire vendu à des tarifs établis par la Ville. L'acheteur n'a pas droit à d'autres avantages que ceux qui découlent de l'accès à l'espace acheté.

Droits associés aux appellations – un droits d'appellations est une commandite dans le cadre de laquelle une société, un organisme, une entreprise, une association ou un particulier peut acheter le droit exclusif de nommer un élément d'actif ou une installation (p. ex., une bibliothèque, un centre sportif ou

une structure à l'intérieur d'un établissement – une patinoire dans un centre sportif comportant plusieurs éléments) pour une période fixe ou indéterminée. Le droit associé à une appellation est habituellement de nature commerciale, ce droit étant acheté ou échangé moyennant une somme d'argent importante ou divers avantages consentis aux termes d'une entente de longue durée. Cette entente est habituellement enchâssée dans un document juridique signé par les parties intéressées et comporte une date d'expiration précise à laquelle prennent fin les obligations contractuelles des signataires.

Droits associés à la vente de boissons – un droit associé à la vente de boissons est une commandite dans le cadre de laquelle une société, un organisme, une entreprise, une association ou un particulier achète le droit exclusif de vendre des boissons dans une installation de la Ville moyennant une somme d'argent importante ou divers avantages consentis aux termes d'une entente de longue durée.

Entente de fournisseur privilégié – une entente de fournisseur privilégié est un contrat pluriannuel conclu entre la Ville et une entreprise de l'extérieur aux termes duquel l'entreprise convient d'offrir un soutien à valeur ajoutée à la Ville en échange du statut de fournisseur privilégié. Ce soutien est en général fourni sous forme d'une réduction des prix, de versement d'espèces et/ou de prestation de biens et de services. Ce genre d'entente assure une approche cohérente en ce qui touche les accords d'approvisionnement actuels et futurs, ce qui, à long terme, permettra à la Ville de réduire ses frais d'exploitation et d'augmenter ses recettes.

Évaluation éthique – recherche portant sur le principal commanditaire et sur ses filiales, le cas échéant, pour établir si le commanditaire/l'annonceur répond aux critères établis dans la Politique municipale concernant les commandites et la publicité ou s'il est visé par la partie de la politique intitulée « Restrictions s'appliquant aux commandites et à la publicité ».

Renvois

Règlement municipal sur la délégation de pouvoirs n° 2001-12, 8 janvier 2001

Code de conduite, 26 avril 2002

Règlement municipal sur les achats n° 2001-72, 11 avril 2001

Politique d'équité et de diversité, 19 juillet 2004

Code des droits de la personne de l'Ontario

Politique relative à l'identité visuelle, 25 juin 2003

Règlement sur l'harmonisation des enseignes de la Ville d'Ottawa

Procédures relatives aux commandites et à la publicité

Mots-clés

Commandite

Publicité

Don en nature

Droits associés aux appellations

Droits associés à la vente de boissons

Statut de fournisseur privilégié

Personne-ressource

Gestionnaire

Direction du service des affaires municipales

Service de développement et du rendement organisationnels

Opérations municipales

Tél: 613-580-2424, ext. 22658

Annexe A: Bureau du protocole

Les renseignements figurant dans la présente annexe reflètent les exceptions nécessaires à la politique générale et ne s'appliquent qu'au Bureau du protocole.

Sollicitation et adjudication des ententes de commandite et de publicité

Outre les critères énoncés dans la politique générale, le Bureau du protocole peut conclure des ententes ne faisant pas l'objet d'un processus concurrentiel pour toutes les commandites médiatiques effectuées en nature.

Responsabilités

Abstraction faite des exigences en matière de rapports prévues dans la politique générale, les commandites relatives aux événements organisés par le Bureau du protocole feront l'objet d'une lettre de confirmation plutôt que d'un protocole d'entente.

Annexe B: Ottawa Public Health Branch

Les dérogations aux restrictions et aux lignes directrices figurant dans la présente annexe se fondent sur des normes provinciales, nationales et internationales et ne s'appliquent qu'à Santé publique Ottawa.

Restrictions relatives aux ententes de commandite et de publicité

Outre les restrictions indiquées dans la politique générale, Santé publique Ottawa ne conclura pas d'ententes avec des organismes dont les principaux revenus proviennent :

- des jeux de hasard, de la prostitution ou de la vente d'alcool et de produits du tabac;
- de la participation active ou du soutien à la production, à la distribution, à la promotion ou à la vente de produits d'allaitement au biberon et notamment de substituts au lait maternel (formule) et de biberons pour bébé.

Dérogations aux restrictions

Certaines ententes de commandite peuvent être conclues avec des organismes locaux comme des bars et des marchands de produits du tabac lorsque ces ententes présentent pour la santé des résidents d'Ottawa des avantages qui sont nettement supérieurs aux risques d'abus (p. ex., un bar local commandite un événement faisant la promotion de la santé sexuelle comme il s'agit du meilleur endroit pour joindre le groupe d'âge cible).

Évaluations éthiques

Des évaluations éthiques seront menées à l'égard de toutes les ententes de commandite d'une valeur supérieure à 10 000 \$.