



## Le Guide de la publicité chez Cineplex Média

### A. But

En tant que représentant des plus importants événements cinématographiques, Cineplex fait tout ce qui est en son pouvoir afin d'assurer que toutes les publicités faisant appel à tous les médias de Cineplex (incluant la publicité sur nos écrans, dans nos salles, dans les publications ou sur le Web) sont appropriées pour le public donné et véhiculent des valeurs conformes au milieu du divertissement, afin d'assurer aux clients une expérience cinématographique optimale. Le but premier de toute publicité placée chez Cineplex Média est de: (1) offrir une source de revenus considérable et nécessaire à Cineplex; (2) offrir à nos invités et à nos clients une expérience divertissante et (3) se conformer à toutes les lois applicables, incluant les droits de la personne.

### B. Portée:

Cette politique s'applique à tous les employés de Cineplex, et particulièrement aux employés des ventes médias.

### C. Publicité: directives et réglementation

Le matériel publicitaire pour tous les médias Cineplex est sujet à une approbation avant placement, suivant le procédé d'approbation interne. Les critères d'évaluation de toute publicité sont:

- I. Toute publicité faisant appel à un ou plusieurs des médias de Cineplex doit se conformer à toutes les lois applicables, incluant les droits de la personne, afin de ne faire preuve de discrimination envers aucun individu ou groupe de personnes.
- II. Cineplex n'acceptera aucune publicité qui véhicule des insultes, de la haine ou qui diminue un individu ou un groupe de personnes.
- III. Le publicité de doit pas contenir de déclarations, d'affirmations, d'illustrations ou de représentation erronée ou trompeuse d'un produit ou d'un service, que ce soit fait de manière directe ou indirecte, pas plus qu'elle ne peut omettre de faire part d'informations pertinentes concernant le produit ou le service afin d'induire le consommateur en erreur. Toute publicité doit être conforme aux règles, que ce soit en principe ou en pratique.
- IV. Cineplex n'acceptera pas les publicités se rapportant à des films présentement, ou antérieurement à l'affiche.
- V. Cineplex n'acceptera pas de publicité pouvant empiéter sur la propriété intellectuelle d'autrui, à moins que l'annonceur ne possède tous les droits relevant de cette propriété intellectuelle.
- VI. Cineplex se réserve le droit de limiter la présentation de certains messages sur grand écran à des films s'adressant à un public exclusivement adulte, si le matériel en question présente des

images de fusils ou d'autres armes, des actes de violence, des scènes s'adressant à un public averti, ainsi qu'un contenu ou un langage non adapté à certains publics (ex: familles, jeunes).

- VII. Les employés de Cineplex feront tous les efforts nécessaires afin de garantir que la publicité précédant des films classés «G» («admission générale») est appropriée pour tous les publics.
- VIII. Cineplex n'acceptera pas de publicités dont le contenu peut sous-entendre un message politique visant à influencer ou à persuader le public à remettre en question ses croyances personnelles (politiques, religieuses, etc.). Ainsi, Cineplex n'acceptera aucune annonce appuyant un parti politique, un candidat, une question politique, une élection ou un religion donnée. Toute décision de rejet d'une telle publicité sera basée sur son contenu, et non sur l'identité du groupe ou de l'individu désireux d'acquérir l'espace publicitaire.
- IX. Les déclarations faites et les positions prises au sein des publicités faisant appel à des médias de Cineplex ne devraient pas être considérées comme étant des déclarations et des positions de Cineplex.
- X. Cineplex n'acceptera pas de publicité dont le contenu est contraire à ses intérêts commerciaux.
- XI. Les activités d'échantillonnage effectuées à l'intérieur des cinémas doivent être accompagnées d'une combinaison d'autres options médias offertes par Cineplex. Toutes les activations de kiosques et/ou d'activités d'échantillonnage doivent d'abord être approuvées pour la distribution et le placement et doivent offrir une valeur monétaire au spectateur sous la forme d'un échantillon de produit ou d'un coupon rabais.
- XII. Les messages des publicités acceptées pour projection sur grand écran chez Cineplex doivent se conformer aux standards audio nord-américains adoptés par l'Association nationale des propriétaires de cinéma. Le niveau de son standard pour tout le contenu des avant programmes numériques (incluant l'avant programme numérique, les bandes-annonces plein écran en 35MM et les bandes-annonces régulières) ne doit pas dépasser 82dB. Toute publicité ayant un niveau sonore plus élevé ne sera pas acceptée.
- XIII. Cineplex se réserve le droit d'interrompre la présentation de toute publicité dont le contenu génèrerait une réaction négative significative de la part de clients de Cineplex et ce, malgré l'approbation première.
- XIV. Cineplex n'est pas responsable pour les coûts de production entraînés par tout matériel jugé inacceptable d'être exhibé dans toute propriété média. Et ce, peu importe si le matériel est jugé inacceptable avant, ou après la projection ou le placement.

**Approuvé le 25 septembre 2007.**