

Guide des politiques Société canadienne de la sclérose en plaques

Politique relative à la publicité payante et à la publicité gratuite – Orientations

Justifications et liens avec notre mission, nos principes et nos valeurs

Conformément à ses valeurs, la Société canadienne de la sclérose en plaques (la « Société de la SP ») adhère aux normes les plus élevées en matière de qualité, de transparence et de responsabilité vis-à-vis de ses membres et de ses donateurs. Pour répondre à ces normes, la Société de la SP s'est engagée à acheter de l'espace et du temps publicitaires selon des directives spécifiques, sous réserve des approbations requises.

Objectif

La présente politique a pour objectif de permettre à la Société de la SP de préserver l'espace et le temps publicitaires qui lui sont offerts gratuitement, mais aussi de souligner la nécessité d'acheter de l'espace et du temps publicitaires pour certains types de publicité administrative et promotionnelle.

Cette politique vise à assurer que l'achat de publicité, à tous les échelons de l'organisme, s'effectue dans un cadre bien précis de directives et d'approbations qui offrent la souplesse nécessaire tout en garantissant la responsabilité financière et un rendement approprié des investissements en publicité.

Champ d'application

Cette politique s'applique aux employés et aux bénévoles de tous les échelons et tous les bureaux de la Société de la SP.

Approbation

Cette politique a été approuvée pour la première fois par le conseil d'administration de la Société de la SP le 20 novembre 2009.

Détails

La Société de la SP doit avant tout envisager le recours à de la publicité gratuite et tenter d'en obtenir dans la mesure du possible. L'espace publicitaire commandité ou

Guide des politiques de la Société canadienne de la sclérose en plaques	
<i>S'applique à :</i>	Bénévoles et personnel de tous les échelons
<i>Fréquence des révisions :</i>	Au moins tous les trois ans
<i>Première approbation :</i>	20 novembre 2009 par le conseil d'administration de la Société canadienne de la SP
<i>Dernière révision :</i>	31 mars 2021
<i>Prochaine révision :</i>	mars 2024

déjà payé par une entreprise ou un autre organisme constitué, selon la Société de la SP, une forme de publicité gratuite.

Dans les cas où la Société de la SP ne peut obtenir de la publicité gratuite et qu'il est dans l'intérêt de l'organisme et de ses parties prenantes de payer pour publier certains messages, il incombe au vice-président de la collectivité, au vice-président de la stratégie numérique, du marketing et des communications ou au vice-président de la philanthropie d'approuver ou non cette dépense.

La Société de la SP préconise l'achat de publicité administrative budgétisée pour répondre aux besoins opérationnels de base, comme :

- les inscriptions à l'annuaire;
- la publication de listes de personnes décédées ou d'annonces nécrologiques;
- l'affichage de publicité extérieure, dans les abribus et autres endroits publics;
- le recrutement et les témoignages de reconnaissance envers le personnel et les bénévoles;
- les avis de convocation aux assemblées générales annuelles ou aux réunions spéciales, ainsi que d'autres types d'avis.

La Société de la SP reconnaît qu'il peut être nécessaire, d'un point de vue stratégique, d'acheter de la publicité dans le but d'atteindre ses objectifs financiers et d'exploitation. Il peut s'agir de publicité promotionnelle, comme :

- la publicité destinée à la promotion d'événements ou au recrutement de participants et de bénévoles;
- la publicité visant la sensibilisation à la marque;
- la publicité consacrée aux dons exemplaires.

La publicité menée par notre organisme doit être conforme aux directives formulées dans le volume 1 du Guide de communication de la Société canadienne de la SP, intitulé *Normes relatives à l'utilisation de la marque et à la présentation graphique*, et à celles qui seront énoncées dans tous les volumes subséquents.

Maître d'œuvre

Le vice-président des services d'entreprise de la Société de la SP est le maître d'œuvre de la Politique relative à la publicité payante et à la publicité gratuite – rôle qu'il assume en bénéficiant de la collaboration du vice-président de la philanthropie, du vice-président de la collectivité et du vice-président de la stratégie numérique, du marketing et des communications.

Guide des politiques de la Société canadienne de la sclérose en plaques	
<i>S'applique à :</i>	Bénévoles et personnel de tous les échelons
<i>Fréquence des révisions :</i>	Au moins tous les trois ans
<i>Première approbation :</i>	20 novembre 2009 par le conseil d'administration de la Société canadienne de la SP
<i>Dernière révision :</i>	31 mars 2021
<i>Prochaine révision :</i>	mars 2024

Surveillance et conformité

Il incombe au vice-président des services d'entreprise de la Société de la SP, conjointement avec les autres membres de l'équipe de la haute direction, de diriger les activités de surveillance de l'application des orientations de la présente politique ainsi que de veiller au respect des modalités de cette dernière. Le vice-président de la stratégie numérique, du marketing et des communications travaillera en collaboration avec le personnel concerné pour assurer la conformité à la présente politique.

Politiques et lois connexes

La présente politique et celles qui ont pour objet la collecte de fonds constituent le cadre de directives selon lequel la Société de la SP mène ses activités de collecte de fonds, ses campagnes et ses événements.

Révision

La présente politique doit être révisée au moins tous les trois ans à partir de sa date d'approbation :

- 20 novembre 2009 – politique approuvée pour la première fois par le conseil d'administration de la Société canadienne de la SP;
- juillet 2015 – politique révisée et approuvée de nouveau.

Définition

Équipe de la haute direction – Groupe d'employés occupant les postes de direction les plus élevés de la Société de la SP, soit le président et chef de la direction, les présidents, les vice-présidents principaux et les vice-présidents. Ces personnes peuvent cumuler plusieurs postes. Le président et chef de la direction peut modifier la composition de l'équipe de la haute direction, au besoin.

Guide des politiques de la Société canadienne de la sclérose en plaques	
<i>S'applique à :</i>	Bénévoles et personnel de tous les échelons
<i>Fréquence des révisions :</i>	Au moins tous les trois ans
<i>Première approbation :</i>	20 novembre 2009 par le conseil d'administration de la Société canadienne de la SP
<i>Dernière révision :</i>	31 mars 2021
<i>Prochaine révision :</i>	mars 2024