



Services d'approbation de NCP

OCTOBRE 2015

## MISE À JOUR EN MATIÈRE DE RÉGLEMENTATION

### Publicité destinée aux enfants (à l'extérieur du Québec)

#### Utilisation de la plupart des logos de médias sociaux et de fournisseurs d'applications désormais permise dans les messages publicitaires destinés aux enfants

Les conditions d'utilisation des services de médias sociaux et des fournisseurs d'applications ont évolué. Par conséquent, le Comité d'approbation de la publicité destinée aux enfants approuvera désormais les logos et les simples mentions de Facebook, d'Instagram, de Twitter, de YouTube et d'App Store dans la publicité radiotélévisée destinée aux enfants, dans les conditions suivantes :

- Dans le cas de Facebook, d'Instagram et de Twitter, le logo peut être affiché et le service peut être mentionné. Cependant, les conditions d'utilisation de ces services **interdisant** aux personnes de moins de 13 ans de posséder un compte, aucun aspect des services qui requièrent la communication de renseignements personnels (par ex., détenir un compte, aimer/suivre, commenter) ne peut être promu;
- Dans le cas de YouTube et d'App Store, le logo peut être affiché et le service peut être mentionné. De plus, comme ces services **permettent** aux personnes de moins de 13 ans de les utiliser avec le consentement des parents, les fonctions du service qui requièrent la communication de renseignements personnels peuvent être promues si le message publicitaire stipule, dans la bande audio et en surimpression dans la bande vidéo, que les enfants doivent d'abord obtenir l'autorisation des parents.

De plus amples détails concernant la mention de médias sociaux et de fournisseurs d'applications dans la publicité radiotélévisée destinée aux enfants sont disponibles dans la mise à jour du [Guide d'approbation de la publicité radiotélévisée destinée aux enfants](#) de NCP.

#### Note concernant les surimpressions dans la bande vidéo et les voix hors champ

[Le Code de la publicité radiotélévisée destinée aux enfants](#) exige que plusieurs énoncés – tels que « Piles non comprises », « Vendu séparément », « Demandez la permission d'un parent avant d'aller en ligne » – soient clairs tant dans la bande audio qu'en surimpression dans la bande vidéo. Les surimpressions dans la bande vidéo doivent être claires et lisibles, c'est-à-dire qu'elles doivent être de la bonne couleur et d'une durée, d'une taille, d'une clarté et d'un contraste suffisants pour être lues et comprises par les téléspectateurs. Étant donné les caractéristiques particulières d'un auditoire composé d'enfants, les surimpressions peuvent devoir être davantage en vue que dans les messages s'adressant à un auditoire adulte. Les exclusions de responsabilité audio doivent également être claires et faciles à comprendre par un public composé d'enfants.

### Saviez-vous que?

Nous offrons aux entreprises membres de NCP des présentations sur mesure à l'intention de leur équipe de marketing/affaires réglementaires sur la pré-approbation de NCP et sur la réglementation de la publicité qui touche votre secteur. Pour en savoir davantage, communiquez avec [Randy Sageman](#), directeur, Relations avec les membres.

### Ressources

[Services d'approbation et tarifs](#)

[Page d'accueil des Services d'approbation de NCP](#)

[Calendrier des rencontres du Comité d'approbation de la publicité destinée aux enfants](#)

*Vous avez des questions, des préoccupations, des idées ou encore, des commentaires élogieux au sujet de nos services d'approbation ou des événements que nous tenons? N'hésitez pas à communiquer avec [Nicole Bellam](#), vice-présidente, Services d'approbation de NCP, pour lui faire savoir comment nous pouvons continuer à améliorer votre expérience client.*