

CONSEIL DES NORMES

ORGANISATION ET PROCÉDURE

En vigueur le 1^{er} septembre 2019.

Code canadien des normes de la publicité – Procédure de traitement des plaintes des consommateurs

Le *Code canadien des normes de la publicité* (le *Code*) – principal outil d'autoréglementation de la publicité – fixe les normes visant à assurer une publicité vraie, intègre et exacte. Les Normes canadiennes de la publicité (*Normes de la publicité*) examinent les plaintes du public à l'encontre du contenu des publicités présentées aux Canadiens, et y répondent. Les plaintes sont traitées par les Normes de la publicité en vertu de la *Procédure de traitement des plaintes des consommateurs* (la *Procédure*), disponible à : <https://normespub.ca/plaintes/comment-les-plaintes-sont-traitees/>.

1.0 OBJET

1.1 Rôle du Conseil

Un Conseil des normes (le *Conseil*) est convoqué par les Normes de la publicité pour juger des plaintes du public à l'encontre de publicités qui, selon le personnel à la suite d'une évaluation préliminaire, semblent enfreindre le *Code*. Le Conseil peut également juger les appels de décisions antérieures du Conseil.

1.2 Rôle du personnel des Normes de la publicité

Des membres du personnel des Normes de la publicité assistent à chacune des réunions du Conseil en qualité d'administrateurs afin de s'assurer que la procédure du *Code* est suivie, de conseiller en fonction des précédents et d'enregistrer les décisions du Conseil.

2.0 ORGANISATION

2.1 Emplacement du Conseil

Un Conseil peut être convoqué à Toronto ou à Montréal et une publicité peut être jugée par un Conseil à l'un ou l'autre de ces endroits, à la discrétion des Normes de la publicité. Cependant, lorsque la plainte qui est jugée est en langue française ou lorsque le problème soulevé relève éventuellement de l'article 14 du *Code* pour une publicité qui est diffusée au Québec, la publicité sera jugée dans la mesure du possible par un Conseil convoqué à Montréal. Les membres du Conseil doivent autant que possible, assister aux réunions en personne, mais ils peuvent être autorisés à y participer par téléconférence, par vidéoconférence ou comme la technologie le permet, à la discrétion des Normes de la publicité et du président.

2.2 Structure du Conseil

Chaque Conseil est composé d'un président sans droit de vote et d'au plus sept (7) membres votants du Conseil. Les membres du Conseil comprennent à la fois des représentants de l'industrie de la publicité et des représentants du public: jusqu'à trois (3) membres doivent représenter le public et jusqu'à quatre (4) membres doivent provenir de l'industrie de la publicité.

Les représentants de l'industrie de la publicité sont choisis généralement par les Normes de la publicité parmi les annonceurs, les agences de publicité et les sociétés médiatiques. Les représentants du public sont choisis par les Normes de la publicité.

Les membres du Conseil siègent à titre personnel et non en tant que représentants ou porte-parole d'une entreprise, d'une organisation ou d'un secteur en particulier. Advenant un changement concernant leur affiliation professionnelle principale, les Normes de la publicité détermineront s'ils peuvent continuer à siéger au Conseil.

Les représentants de l'industrie de la publicité doivent participer aux réunions du Conseil sur une base volontaire, en appui à l'industrie de la publicité et à l'autoréglementation de la publicité. Les représentants du public et les présidents du Conseil recevront quant à eux des honoraires.

2.3 Quorum requis aux réunions du Conseil

Le quorum exigé à chaque réunion du Conseil est de cinq (5) membres votants.

2.4 Mandat d'un membre du Conseil

Les membres du Conseil sont nommés par les Normes de la publicité pour un mandat de trois ans, renouvelable jusqu'à trois (3) fois. Aucun membre du Conseil ne doit siéger plus de neuf (9) ans, à moins que ce membre siège aussi à titre de président.

2.5 Président du Conseil

Un président doit être nommé par le chef de la direction des Normes de la publicité pour un mandat d'un an, renouvelable jusqu'à six (6) fois. Les présidents doivent être choisis parmi les membres du Conseil qui ont déjà siégé pendant au moins trois (3) ans au Conseil. Un président peut remplir son mandat en sus d'un maximum de neuf (9) ans comme membre du Conseil. Une personne est nommée président de chaque conseil de Montréal et de Toronto. Elle doit s'efforcer de présider toutes les réunions du Conseil, mais un remplaçant peut être désigné pour agir comme président advenant qu'elle soit dans l'incapacité d'assister à une réunion donnée ou si elle est en conflit d'intérêts dans le cas d'une plainte en particulier qui doit être examinée par le Conseil. Le président ne pourra voter pour aucune des plaintes soumises au Conseil, à moins que son vote ne s'impose en cas d'égalité des voix.

3.0 PROCÉDURE DU CONSEIL

3.1 Matériel examiné par le Conseil

Le Conseil examinera la plainte, la publicité ainsi que la ou les réponses écrites de l'annonceur (le cas échéant). Ni l'annonceur ni le plaignant n'assisteront aux réunions du Conseil. Le Conseil n'examinera que les plaintes soumises par écrit uniquement.

3.2 Rôle du président du Conseil

Lors de chaque réunion, le président doit confirmer le quorum, présenter l'ordre du jour, présenter chaque plainte et animer les discussions entre les membres votants. Il s'assure que chaque réunion se déroule conformément à la *Procédure*. Après avoir discuté de chaque plainte, il appellera les autres membres à voter.

3.3 Conflits et confidentialité

Le président et/ou les membres du Conseil doivent déclarer dès que possible au cours du processus tout conflit d'intérêts réel ou potentiel dans toute affaire devant être examinée par le Conseil. Si un conflit d'intérêts est identifié avant la réunion du Conseil, les Normes de la publicité peuvent choisir un membre du Conseil ou un président suppléant pour présider la réunion, en remplacement de la personne en situation de conflit d'intérêts. S'il y a apparence de conflit ou d'un conflit potentiel uniquement au moment où la plainte est présentée pendant la réunion, à des fins d'examen par le Conseil ou dans le cadre d'un appel, le membre du Conseil en conflit d'intérêts ou en conflit d'intérêts éventuel doit être exclu des délibérations entourant la plainte et doit s'abstenir de voter sur l'affaire ou, dans le cas d'un conflit d'intérêts mettant en cause le président, un autre membre du Conseil peut présider la réunion lors de l'examen de la plainte en question.

Tout le matériel fourni aux membres du Conseil, toutes les discussions entourant la plainte et tous les résultats de vote sont strictement confidentiels, sauf s'ils sont communiqués ou divulgués autrement ultérieurement par les Normes de la publicité, conformément à la *Procédure*. Une fois la décision rendue, les membres du Conseil sont tenus de détruire ou de supprimer de manière sécuritaire tout matériel (écrit ou électronique) ayant trait aux délibérations du Conseil.

3.4 Décision

Les décisions du Conseil se prennent à la majorité simple des voix. Les discussions du Conseil sont enregistrées par des membres du personnel des Normes de la publicité, qui prépareront un résumé de la plainte. Avant la publication d'une plainte, le résumé doit être revu et approuvé par le président. À la fois le plaignant et l'annonceur recevront une notification les informant de la décision du Conseil, conformément à la *Procédure*.

4.0 APPELS

4.1 Tant le plaignant que l'annonceur peuvent en appeler de la décision du Conseil. Pour ce faire, l'annonceur doit retirer la publicité en cause pendant l'examen de l'appel.

Les appels peuvent être examinés par un Conseil déjà convoqué pour examiner d'autres plaintes ou ce dernier peut être convoqué par les Normes de la publicité pour examiner l'affaire sans tarder. Un quorum de cinq (5) membres votants est requis pour examiner un appel. Aucun membre du Conseil qui examine un appel ne peut avoir participé aux délibérations initiales du Conseil. Les décisions du Conseil concernant un appel sont exécutoires et finales.