

Alliance de la publicité numérique du Canada (DAAC)

# Lignes directrices concernant l'icône et le marqueur d'annonce Choix de pub

Comment les entreprises doivent utiliser l'icône et le texte Choix de pub  
au Canada

Révisées en juillet 2019



# Lignes directrices concernant l'icône et le marqueur d'annonce Choix de pub

## Table des matières

Introduction .....	3
Portée.....	3
Autres documents .....	3
Éléments du marqueur d'annonce .....	4
Avis au niveau de la page par des tiers.....	6
Palette de couleurs du marqueur d'annonce .....	7
Applications non acceptables du marqueur d'annonce .....	8
Recommandation pour prévenir les collisions avec le marqueur d'annonce.....	9
Cercle chromatique de l'icône.....	12

# Introduction

L'icône Choix de pub et le marqueur d'annonce qui s'y rapporte offrent aux utilisateurs de sites Web et d'applications une plus grande transparence et un meilleur de choix quant à la collecte de données en vertu des [principes de la DAAC](#). Il s'agit de la représentation visuelle d'un hyperlien présenté aux utilisateurs, qui leur permet d'en savoir plus sur le programme Choix de pub. Une utilisation uniforme et adéquate de l'icône et du marqueur d'annonce Choix de pub vient renforcer l'application de normes favorables aux utilisateurs en matière de publicité ciblée par centres d'intérêt sur le Web.

Les présentes Lignes directrices proposent une norme standard pour les créations publicitaires; toutefois, il s'agit là d'un processus itératif conçu pour tenir compte des commentaires de l'industrie de la publicité en ligne.

**Les présentes Lignes directrices diffèrent légèrement de celles de la DAA américaine en raison du texte permis qui est limité et de l'inclusion de spécifications concernant le texte en français.**

## Portée

Pour les propriétaires de sites Web et d'applications, les présentes Lignes directrices décrivent l'avis requis au niveau de la page Web (appelé « avis renforcé »), qui doit être présenté aux utilisateurs sur les sites Web lorsque des données sur les centres d'intérêt y sont recueillies ou utilisées. Pour les spécifications concernant les avis renforcés dans les applications mobiles, se reporter aux Lignes directrices pour la mise en œuvre du marqueur publicitaire sur les appareils mobiles.

Pour les tiers, les présentes Lignes directrices fournissent des détails sur la façon de placer l'icône dans une unité publicitaire. Rappelons que les tiers peuvent également être tenus de se conformer aux exigences concernant les propriétaires de sites et d'applications si des données sur les centres d'intérêt sont recueillies ou utilisées sur leurs sites Web ou dans leurs applications.

## Autres documents

Les présentes Lignes directrices constituent le fondement de tous les autres documents de la DAAC :

- [Principes canadiens d'autoréglementation pour la publicité comportementale en ligne](#)
- [Application des principes de PCL à l'environnement mobile](#)
- [Lignes directrices pour la mise en œuvre du marqueur publicitaire sur les appareils mobiles](#)
- [Lignes directrices pour la mise en œuvre du marqueur d'annonce dans les publicités vidéo](#)

# Éléments du marqueur d'annonce

Le marqueur d'annonce comprend trois éléments :

1. L'icône Choix de pub (voir Figure 1)
2. Le texte approuvé qui l'accompagne (Choix de pub ou AdChoices)
3. Un conteneur gris transparent visant à isoler l'icône et/ou le texte de la création publicitaire lorsque ceux-ci sont présentés dans la publicité même.



Figure 1 : L'icône

L'icône (Figure 1) a été choisie par la DAAC et est considérée comme la transposition graphique standard. Elle ne peut être modifiée d'aucune manière, sauf pour la couleur qui est stipulée dans le cercle chromatique de l'icône figurant aux présentes Lignes directrices, et ce, seulement lorsque l'icône est utilisée comme avis renforcé sur un site Web ou dans une application. La couleur bleue ne peut être modifiée dans les avis placés dans les publicités.

## Texte

La DAAC a choisi les textes suivants pour accompagner l'icône. La police approuvée pour ce texte est l'Arial Regular. Le texte peut être noir ou en niveaux de gris. Pour le français, des espaces doivent être utilisés et seule la lettre C est en majuscule, tandis que pour l'anglais, il ne doit pas y avoir d'espace entre les mots AdChoices.

Choix de pub  AdChoices 

Lorsque l'icône est utilisée comme avis renforcé sur les sites Web ou dans les applications, nous vous invitons à utiliser la langue dans laquelle le contenu que voit l'utilisateur est affiché.

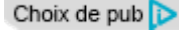
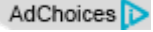

## Tailles et dimensions du marqueur d'annonce

Afin que le marqueur d'annonce soit bien lisible, une taille minimale a été déterminée peu importe le rapport hauteur-largeur de la taille totale de la publicité. L'icône ne peut pas avoir une taille inférieure à 12 pixels de largeur sur 13 pixels de hauteur (12 x 13). La taille minimale de la police est de 11 pixels. Le texte du marqueur d'annonce doit être placé à 2 pixels à gauche de l'icône et il doit être centré verticalement.

Si le marqueur d'annonce prend plus de 10 % de la taille totale de la publicité, il peut alors être présenté à l'aide de l'icône seulement ou à l'aide de sa version extensible. Le marqueur d'annonce extensible présente aux utilisateurs uniquement l'icône (sur un fond gris transparent) jusqu'à ce que ces derniers cliquent sur l'icône ou la touchent et que le marqueur en entier se déploie pour inclure le texte d'accompagnement. La largeur de l'avis déployé ne doit jamais être supérieure à celle de la publicité.

## Conteneurs

Figurent ci-après les dimensions minimales du conteneur pour une icône de 12 pixels sur 13 pixels et pour une taille de police de 11 pixels. L'espace doit être limité autour du texte et/ou de l'icône. Lorsque placé dans une publicité, on doit recourir aux conteneurs suivants. Figurent plus loin dans le document les spécifications détaillées.

 Choix de pub	87 x 15 pixels
 AdChoices	77 x 15 pixels
	19 x 15 pixels

## Placement du marqueur d'annonce

On peut utiliser le marqueur d'annonce à deux fins différentes : pour servir **d'avis au niveau de la publicité** (avis renforcé placé dans la publicité) et/ou **d'avis au niveau de la page** (avis renforcé placé sur le site ou dans l'application) sur les sites Web et dans les applications.

### Avis au niveau de la publicité

Dans le cas d'un avis au niveau de la publicité, le marqueur d'annonce peut être placé soit à l'intérieur de la publicité (par les tiers), soit à l'extérieur de la publicité (par les propriétaires de sites).


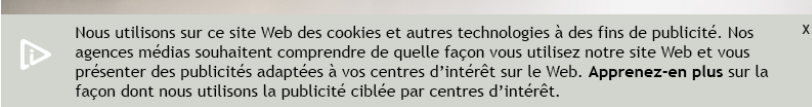
 <p>The image shows a mobile advertisement for 'Commerce de détail ABC' with the text 'Meilleures aubaines au Canada' and a green button 'Achetez maintenant'. A small 'Choix de pub' icon is placed in the top right corner of the page, outside the advertisement's border.</p>	<p>Lorsque le marqueur d'annonce est placé <u>à l'extérieur de la publicité</u>, il doit être placé à 3 pixels du bord de la publicité. L'emplacement par défaut doit être le coin supérieur droit; toutefois, le but du marqueur d'annonce étant de remplacer les marqueurs existants, comme « Publicité », l'emplacement horizontal spécifique du marqueur est laissé à la discrétion de la partie qui présente l'avis.</p>
 <p>The image shows the same mobile advertisement as above, but the 'Choix de pub' icon is placed inside the advertisement's border in the top right corner.</p>	<p>Lorsque le marqueur d'annonce est placé <u>dans la publicité</u>, le choix par défaut doit être dans le coin supérieur droit. Toutefois, si l'emplacement crée une interférence visuelle ou fonctionnelle avec la création publicitaire, le marqueur peut alors être placé dans l'un des quatre coins de la publicité, au choix de la partie qui présente l'avis.</p> <p>Il ne doit pas y avoir d'espace entre le marqueur d'annonce et le coin de la publicité.</p>

## Avis au niveau de la page par des tiers

### Avis renforcé

Lorsque l'icône et le marqueur d'annonce Choix de pub sont utilisés comme avis au niveau de la page ou dans une application mobile (avis renforcé), ils doivent être placés au-dessus de la ligne de flottaison de la page ou être affichés d'une manière qui soit aussi visible, comme dans une fenêtre contextuelle. Si on choisit un avis dans une fenêtre contextuelle, le propriétaire du site ou de l'application peut recourir à un avis en bas de page comme sécurité, une fois l'avis fermé.

Toutes les spécifications concernant la création publicitaire contenues aux présentes s'appliquent, sauf celles qui régissent la couleur et la police de caractères du texte approuvé. Dans ce cas, le texte approuvé peut prendre les caractéristiques de la police de caractères de la page Web dans laquelle il se trouve ou des éléments de l'application mobile.

	<p>Exemple de marqueur d'annonce utilisé comme avis renforcé dans la barre de menus d'un site Web.</p>
	<p>Exemple d'icône Choix de pub utilisée comme avis renforcé dans une fenêtre contextuelle. Les participants sont tenus de rédiger leurs propres mentions en fonction de leurs pratiques d'utilisation de la publicité ciblée par centres d'intérêt.</p>

### Exigences concernant l'avis

Une fois que l'utilisateur aura cliqué sur l'avis renforcé ou l'aura touché, il doit voir une mention qui l'informe des pratiques du participant en matière de publicité ciblée par centres d'intérêt. Cet avis doit être clair, concis et exact et doit mentionner brièvement quels types de données sont recueillies, quelles sont celles qui sont utilisées à des fins de publicité ciblée par centres d'intérêt et à qui les données sont divulguées (qui sont les tiers), avec la possibilité de trouver plus de détails dans la politique de confidentialité/sur les témoins (*cookies*) ou dans tout autre endroit semblable. Il importe pour l'utilisateur de non seulement bien comprendre ces éléments de la collecte et de l'utilisation des données à des fins de publicité ciblée par centres d'intérêt, mais aussi d'avoir accès à davantage d'information ailleurs.

Pour décrire la façon dont un utilisateur peut refuser la collecte et l'utilisation de données à des fins de publicité ciblée par centres d'intérêt, la DAAC recommande que les participants fournissent un hyperlien qui pointe vers les outils WebChoices et AppChoices de la DAAC (que vous pouvez trouver ici : <https://youradchoices.ca/fr/outils/>). Les participants doivent aussi indiquer dans leur mention qu'ils adhèrent aux [principes de la DAAC](#).

# Palette de couleurs du marqueur d'annonce

L'utilisation des mêmes couleurs dans l'ensemble des médias est essentielle pour familiariser davantage les utilisateurs au marqueur d'annonce. Ce dernier doit toujours être présenté à l'aide des formules de couleurs recommandées et approuvées décrites ci-après. Toutefois, sauf si la section *Applications non acceptables de l'icône et du marqueur d'annonce* l'interdit, la couleur de l'icône Choix de pub peut varier de la formule de couleurs ci-dessous lorsqu'il y a une raison créative valable pour le faire. L'icône Choix de pub ne doit jamais être représentée dans le spectre de la couleur rouge ou de la couleur rose, ce qui inclut toute couleur figurant dans la gamme de +30° et de 75° du cercle chromatique fourni.

## Icône Choix de pub

**PANTONE** : 632

**CMYK** : C=74 M=9 Y=15 K=01

**RVB** : R=0 G=174 B=205

**Valeur HEX** : 00AECD

**Échelle de gris** : 30 - 100 %

## Texte

**CMYK**: C=0 M=0 Y=0 K=100

**RVB** : R=0 G=0 B=0

**Valeur HEX** : 000000

**Échelle de gris** : 30 - 100 %

## Conteneur gris transparent (à utiliser dans une publicité)

**CMYK** : C=19 M=15 Y=15 K=0

**RVB** : R=204 G=204 B=204

**Valeur HEX** : CCCCCC

**Échelle de gris** : 20

**Opacité** : 60 - 90 %

## Applications non acceptables du marqueur d'annonce

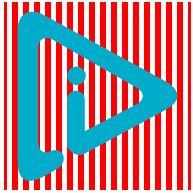
**Information importante**



Ne jamais modifier le marqueur d'annonce.



Ne pas modifier ni recréer l'icône.



Ne pas placer l'icône sur un fonds chargé.



Ne pas créer de motifs ou de fonds avec l'icône.



Ne pas combiner de couleurs dans l'icône.



# Recommandation pour prévenir les collisions avec le marqueur d'annonce

Dans certains cas, il se peut que **le marqueur d'annonce soit affiché plus d'une fois dans la même publicité; il en résulte une « collision »** – c'est-à-dire que plusieurs marqueurs d'annonce sont affichés les uns par dessus les autres ou dans différents coins de la publicité. Cette situation peut nuire à la fois à la création publicitaire et à l'expérience de l'utilisateur.

Pour éviter un tel scénario, nous avons rédigé une recommandation de mise en œuvre qui aborde tous les éléments variables des présentes Lignes directrices concernant le marqueur d'annonce. Cette approche provisoire uniforme permet de s'assurer que tous les marqueurs d'annonce affichés se superposent les uns aux autres, prévenant ainsi tout scénario de « collision ».

Bien qu'il ne soit pas obligatoire, **le recours à cette mise en œuvre est fortement recommandé** pour toutes les entités qui affichent des marqueurs d'annonce à l'intérieur d'unités publicitaires. Pour faciliter la tâche des participants au programme, la DAAC met à leur disposition des éléments qui répondent à ces critères.

À qui s'adresse cette information?

- Toutes les entités qui affichent un avis à l'intérieur d'une publicité.
- Les agences responsables des créations publicitaires. Les agences de création peuvent utiliser les spécifications suivantes pour placer les éléments qui importent pour la reconnaissance de la marque et/ou pour la fonctionnalité.

## Placement du conteneur dans la publicité

Lorsque le marqueur d'annonce est placé dans une publicité, il doit être situé dans le coin supérieur droit et il ne doit y avoir aucun espace (0 px) entre le bord du conteneur et le bord de la publicité/création publicitaire. Il peut chevaucher les bordures de 1 px que toutes les publicités en ligne doivent avoir.

### Type de fichier


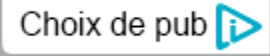
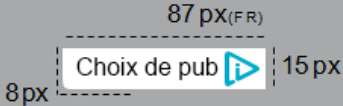
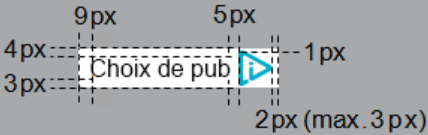

Transparent.PNG

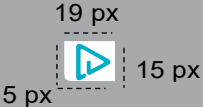
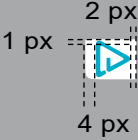
La DAAC dispose d'un fichier PNG transparent de l'icône, qui vient habituellement avec les Lignes directrices concernant le marqueur d'annonce.

Ce fichier se trouve dans la trousse de bienvenue de la DAAC; cependant, toute question peut être acheminée en tout temps, par courrier électronique, à [info@youradchoices.ca](mailto:info@youradchoices.ca).

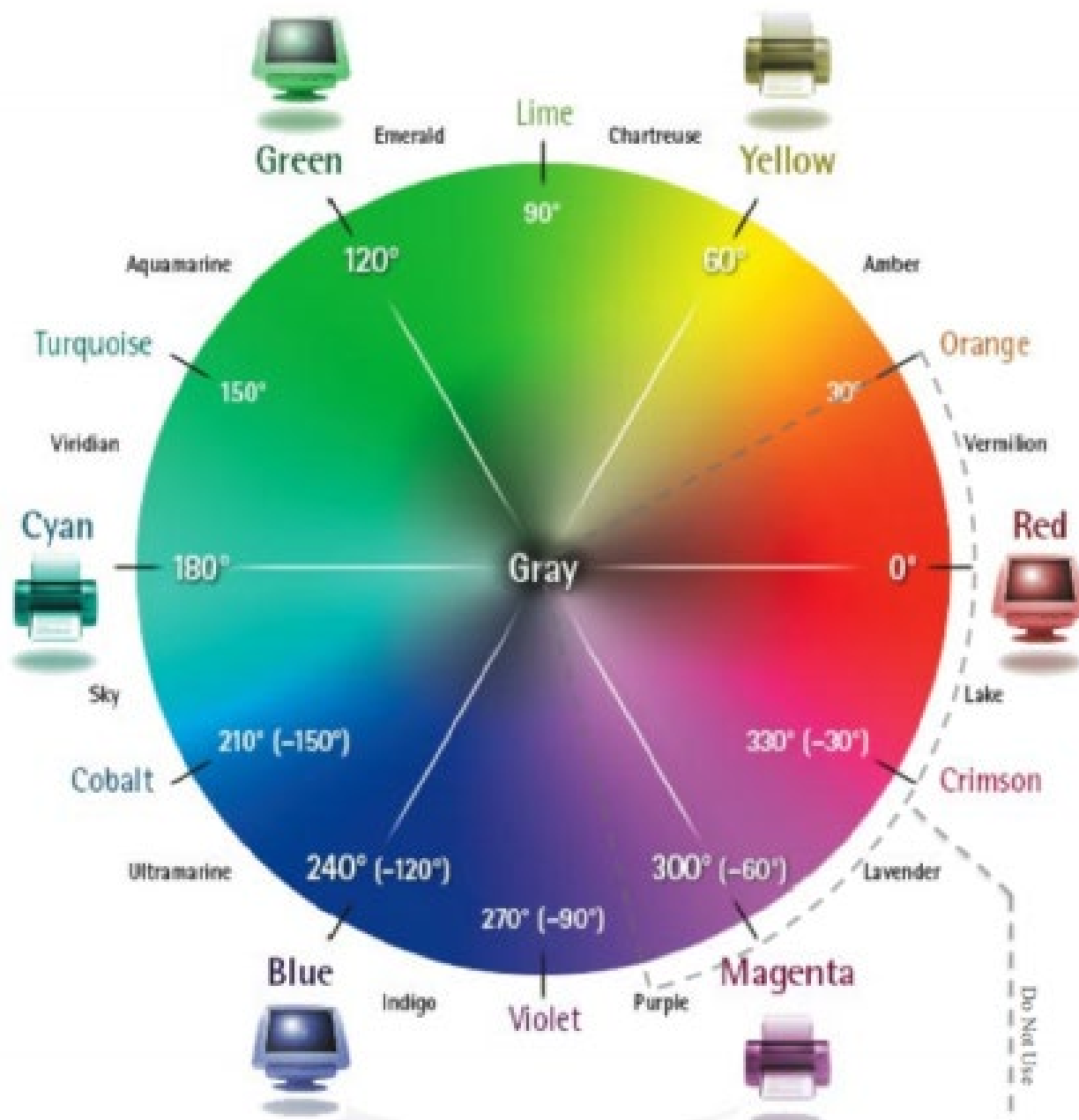


À des fins d'uniformité du texte et de son placement, l'utilisation de « Choix de pub » – avec espaces – est le texte du marqueur d'annonce recommandé en français et l'utilisation de « AdChoices » – sans espace entre les mots – est le texte du marqueur d'annonce recommandé en anglais.

<p><b>Palette de couleurs de l'icône</b></p> <p>La palette de couleurs qui suit est fortement recommandée :</p> <p><b>PANTONE</b> : 632  <b>CMYK</b> : C=74 M=9 Y=15 K=01  <b>RVB</b> : R=0 G=174 B=205  <b>Valeur HEX</b> : 00AECD</p>	
<p><b>Dimensions de l'icône et du texte</b></p> <p>Icône : 12 px (largeur) x 13 px (hauteur)          Texte : 11 px avec un crénage horizontal de - 50</p>	
<p><b>Dimensions du conteneur du marqueur d'annonce</b></p> <p>87 px x15 px pour le français (Choix de pub)          77 px x15 px pour l'anglais (AdChoices)          Rayon du coin inférieur gauche arrondi : 8 px          Avantages du coin arrondi : il est préférable d'un point de vue esthétique et moins susceptible d'être confondu avec un bouton associé à la création publicitaire.</p>	
<p><b>Dimensions de l'espacement entre le conteneur et le marqueur d'annonce</b></p> <p>En haut du texte : 4 px          En bas du texte : 3 px          À droite du texte : 5 px (entre 4 et 6 px)          À gauche du texte : 9 px (à partir de la bordure gauche du « A » ou de la bordure arrondie du « C » en français, afin de permettre le coin arrondi)          Au-dessus et en bas de l'icône : 1 px          À droite de l'icône : 2 px (3 px au maximum)</p>	
<p><b>Transparence du conteneur</b></p> <p>Blanc (ou #CCCCCC), opacité de 70 %</p> <p>En cas de collision au niveau de la transparence, il est probable que le fonds du conteneur semble plus opaque et même dans certains cas, blanc. L'expérience de l'utilisateur final n'est pas beaucoup influencée si l'annonceur/l'agence/le tiers adhère à toutes les autres lignes directrices recommandées concernant la prévention des collisions lors de la mise en œuvre.</p>	<p>Blanc (ou #CCCCCC), opacité de 70 %</p> 

<p><b>Icône seulement, avec conteneur</b></p> <p>19 px x15 px Rayon du coin inférieur gauche arrondi : 5 px</p> <p><b>Si le marqueur d’annonce occupe plus de 10 % de la taille totale de la création publicitaire</b>, il peut alors prendre la forme de l’icône seulement ou de la version extensible du marqueur d’annonce.</p> <p>La version extensible du marqueur d’annonce présente aux utilisateurs uniquement l’icône qui, lorsqu’ils la touchent, permet le déploiement de tout le marqueur d’annonce avec le texte qui l’accompagne. La largeur de l’avis déployé ne doit jamais être supérieure à la largeur de la publicité. Si le marqueur d’annonce occupe moins de 10 % de la publicité, il doit comprendre l’icône et le texte.</p>	
<p><b>Icône seulement et dimensions des espacements dans le conteneur</b></p> <p>En haut et en bas : 1 px À droite : 2 px À gauche : 4 px (pour permettre le coin arrondi)</p>	

## Cercle chromatique de l'icône



The DAA icon must NOT be presented in any color in the red or pink spectrum, which includes any color in the range of +30° and -75° on the color spectrum wheel above.