

Alliance de la publicité numérique du Canada (DAAC)

Lignes directrices concernant l'icône et le marqueur d'annonce Publicité politique

icône et texte Publicité politique au Canada

Juin 2019



Lignes directrices concernant l'icône et le marqueur d'annonce Publicité politique

Table des matières

Introduction	3
Recommandation quant à la mise en œuvre.....	3
Éléments du marqueur d'annonce	4
Palette de couleurs du marqueur d'annonce	8
Applications non acceptables de l'icône et du marqueur d'annonce	9
Cercle chromatique de l'icône.....	10
Au sujet de la DAAC.....	11

Introduction

L'icône Publicité politique et le marqueur d'annonce s'y rapportant offrent aux utilisateurs l'accès à une plus grande transparence quant aux publicités politiques qui leur sont actuellement présentées. Une utilisation uniforme et adéquate de l'icône et du marqueur d'annonce Publicité politique vient renforcer l'application de normes de transparence favorables aux consommateurs sur le Web.

Outre ces lignes directrices sur les publicités, vous pouvez aussi consulter le document [Principe d'autoréglementation de la transparence de la DAAC s'appliquant à la publicité politique](#), qui décrit bien les exigences de conformité avec notre programme d'autoréglementation.

À qui s'adresse cette information?

- À toutes les entités qui utilisent l'icône Publicité politique, que ce soit dans des publicités ou sur leurs sites Web ou dans leurs applications.
- À toutes les entités qui diffusent un avis dans des publicités politiques en ligne ou à l'extérieur de celles-ci.
- Aux agences responsables du développement de publicités numériques. Les agences créatives peuvent utiliser les spécifications suivantes pour placer les éléments qui importent pour la reconnaissance de la marque et/ou pour la fonctionnalité de la publicité de même que pour décider de l'emplacement des avis requis dans les publicités.

Recommandation quant à la mise en œuvre

La transparence et le contrôle accrus prévus dans le cadre du programme Choix de pub de la DAAC ainsi que la transparence du programme Publicité politique revêtent tous une grande importance. Afin de s'assurer que les entités qui affichent l'icône créent un processus fiable et reproductible lorsqu'elles adhèrent aux deux programmes, comme par exemple lorsqu'une publicité est à la fois axée sur la politique et sur les centres d'intérêt, il est recommandé de suivre l'orientation suivante :

Dans les cas où **à la fois** des avis renforcés Choix de pub et Publicité politique s'imposent, il est recommandé que **l'icône Publicité politique ait préséance** en tant qu'indicateur d'une publicité politique.

Toutefois, même si l'icône Publicité politique doit être affichée à la place de l'icône Choix de pub, **les entités qui diffusent doivent quand même fournir le texte et les outils assurant la transparence et le contrôle accrus requis pour les publicités ciblées par centres d'intérêt**, tels que définis dans [Les principes canadiens d'autoréglementation de la publicité ciblée par centres d'intérêt en ligne](#) de la DAAC.

Éléments du marqueur d'annonce

Le marqueur d'annonce comporte trois éléments :

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



Figure 1

Texte approuvé qui l'accompagne

Pour un avis au niveau de la publicité (dans la publicité ou à proximité), les textes par défaut approuvés qui accompagnent l'icône Publicité politique sont **Mention Publicité politique** en français et **Political Ad Disclosure** en anglais.

L'utilisation d'un espace entre chacun des mots est à privilégier et en français, les mots « Mention » et « Publicité » prennent la majuscule au début.

Figurent ci-après d'autres textes approuvés :

Français	Anglais
Mention Publicité politique (à privilégier)	Political Ad Disclosure (à privilégier)
Qui est l'annonceur?	Who Made This Ad?
Pub politique	Political Ad
Publicité politique (variante de « Pub politique »)	

Il ne doit y avoir aucune substitution de texte autre que les mentions approuvées ci-dessus.

Dimensions minimales du marqueur d'annonce

Afin que le marqueur d'annonce soit bien lisible, des dimensions minimales pour ses éléments ont été déterminées peu importe le rapport hauteur-largeur de la taille totale de la publicité.

Icône

Au moins 12 sur 13 pixels

Police

Arial Bold, au moins 11 pixels

Dimensions du conteneur du marqueur d'annonce

Lorsque le marqueur d'annonce est placé dans une publicité, les conteneurs suivants doivent être utilisés.

Marqueur d'annonce avec conteneur	Dimensions et espacement
	<p>Position de l'avis : Dans le coin supérieur droit de la publicité. Pour les publicités mobiles, dans le coin supérieur gauche.</p> <p>Dimensions de la publicité : recommandées pour tous les affichages publicitaires, les publicités natives, les publicités vidéo et les publicités mobiles.</p> <p>---</p> <p>Mention Publicité politique : 136 x 17 pixels Political Ad Disclosure : 120 x 17 pixels</p> <p>Qui est l'annonceur? : 113 x 17 pixels Who Made This Ad? : 110 x 17 pixels</p> <p>Pub politique : 82 x 17 pixels Political Ad : 82 x 17 pixels</p>


Exemples non à l'échelle

Outil de la DAAC pour les avis dans les publicités

Afin de fournir plus d'information aux utilisateurs, la DAAC recommande aux participants d'utiliser son outil pour placer l'avis dans la publicité, ce qui permet de normaliser les avis des annonceurs politiques. Les participants au programme qui souhaitent utiliser cet outil conçu spécialement pour positionner l'avis dans leurs publicités, tel que décrit en détail dans le présent document, doivent communiquer avec la DAAC pour y avoir accès (info@daac.ca).

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'extérieur de la publicité (par les propriétaires de sites ou d'applications), soit à l'intérieur de la publicité.

	<p>Lorsque le marqueur d'annonce est placé <u>dans la publicité</u>, le choix par défaut doit être le coin supérieur droit. Toutefois, si son emplacement crée une interférence visuelle ou fonctionnelle avec la publicité, il peut alors être placé dans l'un des quatre coins de la publicité, au choix de la partie qui affiche l'avis.</p> <p>Il ne doit pas y avoir d'espace entre le marqueur d'annonce et le coin de la publicité.</p>
---	--

Exemple non à l'échelle

Marqueurs d'annonce dans l'environnement mobile

Étant donné que le pointage de la souris ne fonctionne pas dans les publicités mobiles, seul le toucher est permis et constitue une solution de rechange acceptable.

[MRAID](#) est un ensemble de spécifications standardisées conçues pour les formats HTML5 et JavaScript, que les développeurs qui créent des annonces « rich media » utilisent pour communiquer entre les publicités (déploiement, etc.) et les applications dans lesquelles elles sont diffusées. MRAID prend en charge l'affichage d'une icône superposée de même que l'ouverture d'une fenêtre qui offre aux utilisateurs plus d'information sur la publicité qu'ils voient.

Marqueurs d'annonce pour les publicités vidéo

La plupart des lecteurs vidéo prennent en charge la [spécification VAST 3 ou 4](#) qui soutient naturellement l'icône. Le pointage de la souris ne fonctionnant pas avec cette spécification, seul le clic publicitaire est possible et constitue une solution de rechange acceptable.

Exigences en matière d'avis

Dès que les utilisateurs pointent sur l'avis renforcé ou cliquent dessus ou le touchent, ils voient une mention qui les informe qu'il s'agit d'une publicité politique. Cet avis doit être clair et explicite.

Se reporter au [Principe d'autoréglementation de la transparence de la DAAC s'appliquant à la publicité politique](#) pour plus de détails sur ce que doit mentionner un annonceur politique (lire **B. Avis de publicité politique**).



Marqueur d’annonce extensible

Lorsque le marqueur d’annonce est utilisé à l’intérieur d’une publicité, il peut se déployer pour afficher, dans la publicité même, de l’information à l’intention de l’utilisateur sur la personne ou l’entité qui a autorisé la publicité. La DAAC recommande vivement que ce déploiement survienne lors du pointage de la souris, mais il est également acceptable avec un clic ou un toucher, notamment pour les publicités vidéo et mobiles où le pointage de la souris n’est pas pris en charge.

<p>Marqueur d’annonce extensible avec conteneur</p> 	<p>Largeur par défaut du conteneur : doit couvrir la publicité de 70 % à 100 %</p> <p>Interaction : L’avis extensible doit apparaître au pointage de la souris; dans les applications mobiles, au toucher.</p> <p>Caractéristiques : Le logo de l’organisation est positionné dans le coin supérieur gauche, avec tous les détails prescrits par le document Principe d’autoréglementation de la transparence de la DAAC s’appliquant à la publicité politique (lire spécifiquement B. Avis de publicité politique).</p> <p>Petits caractères : La mention à l’utilisateur « Cet avis est fourni par publicitèpolitique.ca » est recommandée, mais non obligatoire.</p>
---	--

Exemple non à l’échelle

Expérience de l’utilisateur avec le marqueur d’annonce extensible

Le marqueur d’annonce extensible présente aux utilisateurs un avis facile à utiliser, qui exige peu d’interaction de leur part pour voir l’information sur la publicité. Dès que l’utilisateur pointe la souris sur le marqueur d’annonce, celui-ci se déploie et inclut la mention complète exigée par le [Principe d’autoréglementation de la transparence de la DAAC s’appliquant à la publicité politique](#). La largeur de l’avis déployé ne doit jamais être supérieure à celle de la publicité.

Afin de fournir le plus d’information possible aux utilisateurs, la DAAC recommande aux participants d’utiliser son outil d’avis dans la publicité, qui normalise les avis pour les annonceurs politiques. Les participants au programme qui souhaitent utiliser cet outil, créé spécialement pour offrir aux utilisateurs l’expérience d’un avis dans la publicité décrite dans le présent document, doivent communiquer avec la DAAC pour y avoir accès (info@daac.ca).

La solution de rechange au marqueur d’annonce extensible est de relier ce dernier à de l’information sur la personne ou l’entité qui a autorisé la publicité sur une page de renvoi. La DAAC recommande également que la page de renvoi en question soit réservée exclusivement à de l’information sur la personne ou sur l’entité qui a autorisé la publicité et qu’elle ne soit pas la page de renvoi de la publicité même, à moins que cette information ne soit bien visible pour l’utilisateur.

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 ci-dessous. Cependant, sauf si la section *Applications non acceptables de l'icône et du marqueur d'annonce* l'interdit, la couleur de l'icône Publicité politique peut varier de la formule de couleurs ci-dessous lorsqu'il y a une raison créative valable pour le faire. Voir le cercle chromatique pour les restrictions.

Icône Publicité politique

PANTONE : 2082 C

CMYK : C=65 M=80 Y=12 K=01

RVB : R=15 G=81 B=146

Valeur HEX : 735192

Texte s'y rapportant

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

RVB : R=0 G=0 B=0

Valeur HEX : 000000

Échelle de gris : 70 – 100 %

Conteneur gris transparent (à utiliser dans la 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 : 70 – 90 %

Applications non acceptables de l'icône et 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.

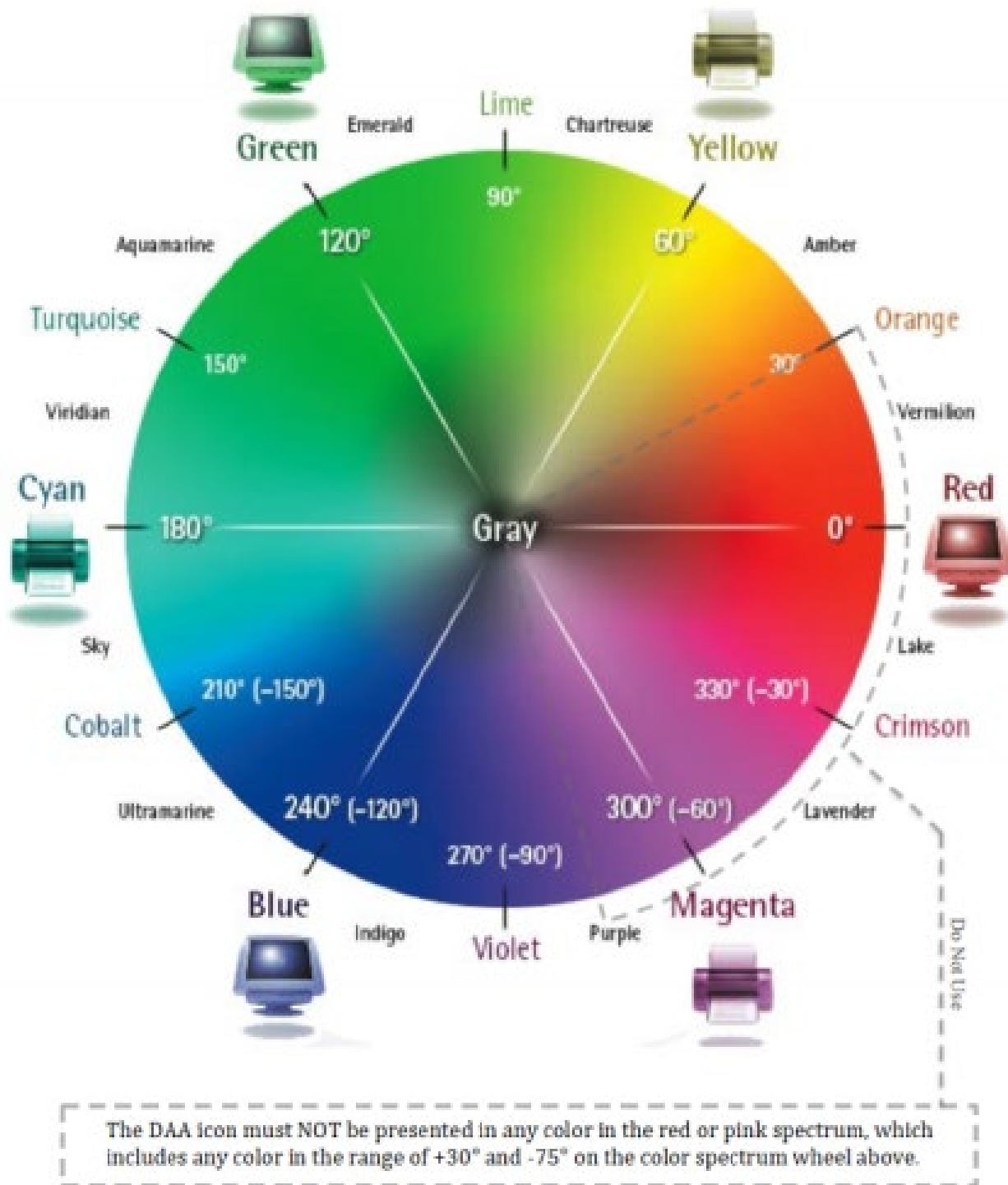


Ne pas créer de motifs ou de fonds avec l'icône.



Ne pas combiner de couleurs dans l'icône.

Cercle chromatique de l'icône



Au sujet de la DAAC

L'Alliance de la publicité numérique du Canada (DAAC) est un regroupement sans but lucratif de sept associations de professionnels du marketing et de la publicité. Elle veille à l'administration du programme canadien d'autoréglementation Choix de pub/AdChoices, dont la portée englobe désormais le secteur de la publicité politique (programme Publicité politique).

Le programme d'autoréglementation Publicité politique s'impose en raison de l'utilisation croissante des plateformes et des technologies publicitaires numériques pour atteindre des auditoires potentiels avec de la publicité politique et pour créer de nouveaux outils destinés à offrir plus de transparence quant à ces nouvelles pratiques.

À l'aide de ce programme, les participants de la DAAC offrent aux annonceurs politiques une façon uniforme d'informer les utilisateurs sur les personnes ou les entités qui leur présentent de la publicité.

La DAAC veille au fonctionnement du programme d'autoréglementation au Canada et le coordonne souvent avec d'autres organisations de DAA qui administrent des programmes d'autoréglementation semblables aux États-Unis et en Europe.

Toute question peut être envoyée à info@daac.ca.

Associations fondatrices de la DAAC

L'Alliance de la publicité numérique du Canada (DAAC) est un regroupement des associations nationales de marketing et de publicité de premier plan suivantes :

- Association canadienne des annonceurs
- Association des agences de communication créative
- Association canadienne du marketing
- Canadian Media Directors' Council
- Institut des communications et de la publicité
- Bureau de la publicité interactive du Canada
- Conseils des directeurs médias du Québec

