



Code publicitaire

Date en vigueur : 21-03-2025

TABLE DES MATIÈRES

CODE	3
ÉNONCÉ DE PRINCIPES	3
NORMES ET DIRECTIVES	4
CRITÈRES D'ACCEPTATION ET DE DIFFUSION	5
RESTRICTIONS SPÉCIFIQUES	6
APPROBATION	6
PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE	6
RÉFÉRENCES	6
HISTORIQUE	7

TABLE SOMMAIRE

Nom du code	Code publicitaire
Secteur responsable pour la mise à jour du Code	Marketing
Date d'entrée en vigueur	21 mars 2025
Date de la dernière modification	S/O

CODE

TFO, en tant que diffuseur public éducatif et culturel francophone de l'Ontario et détenteur d'une licence de radiodiffusion éducative de langue française, s'engage à offrir une programmation de qualité qui enrichit, éduque et divertit son public. TFO adhère à un ensemble de valeurs fondamentales, de principes déontologiques et de normes qui déterminent l'exploitation de l'ensemble de ses services.

Ce code publicitaire régit le contenu, la mise à l'antenne et le placement des publicités sur les plateformes numériques et la chaîne de télévision de TFO. Il vise à garantir un environnement publicitaire responsable, transparent et respectueux des valeurs que nous véhiculons.

En tant qu'entreprise de programmation de télévision éducative du satellite au câble de langue française, TFO respecte la Loi de 1991 sur la radiodiffusion et le Règlement de 1987 sur la télédiffusion pour tout ce qui concerne sa programmation et met tout en œuvre pour maintenir la confiance du public à l'égard des messages publicitaires diffusés à la télévision et ses plateformes numériques.

Les messages publicitaires qui répondent au Code publicitaire de TFO sont soumis aux lois ontariennes et canadiennes dont notamment, le *Code criminel*, la *Loi sur la concurrence*, la *Loi électorale du Canada* et la *Loi électorale de l'Ontario*, la *Loi sur la protection du consommateur* et à son règlement d'application. De plus, ils répondent aux règlements, directives et normes du CRTC et aux normes établies par l'Association canadienne des radiodiffuseurs.

ÉNONCÉ DE PRINCIPES

- 1. Respect du public :** TFO applique aux messages publicitaires diffusés sur son réseau et ses plateformes numériques une série de critères visant à garantir qu'ils respectent et reflètent les valeurs généralement acceptées en société, qu'ils ne sont pas faux, trompeurs, ou erronés.
- 2. Intégrité et transparence :** TFO maintient des normes élevées d'intégrité et de transparence dans toutes ses activités publicitaires. Nous nous engageons à être

honnêtes et éthiques dans nos relations avec les annonceurs et le public.

- 3. Conformité légale :** TFO respecte toutes les lois et réglementations applicables en matière de publicité, y compris celles relatives à la protection des consommateurs, à la vie privée et à la propriété intellectuelle.
- 4. Influence des médias :** TFO reconnaît l'influence des médias sur les attitudes et comportements du grand public. Consciente de ses responsabilités à titre de producteur et diffuseur de contenus éducatifs, TFO est soucieuse de l'impact de la publicité sur les téléspectateurs, internautes et autres utilisateurs de nos contenus, particulièrement les enfants et les jeunes.
- 5. Importance des revenus publicitaires :** TFO reconnaît l'efficacité de la télévision et des plateformes numériques comme outil commercial et elle reconnaît également l'importance des revenus qu'elle tire de la vente de temps d'antenne et d'espace sur ses plateformes numériques. La priorité de TFO demeure toutefois de livrer des émissions de grande qualité aux citoyens et non des consommateurs aux annonceurs.
- 6. Commandites et échanges de services :** Les messages publicitaires diffusés par TFO peuvent être accompagnés de commandites et d'échanges de services.
- 7. Monétisation sur plateformes tierces :** La monétisation des contenus de TFO sur des plateformes tierces est permise seulement dans la mesure où les normes de monétisation respectent le présent code publicitaire.
- 8. Accessibilité :** TFO s'engage à rendre ses services et ses contenus, y compris les messages publicitaires, accessibles à tous les membres de son auditoire, y compris les personnes en situation de handicap. Les annonceurs sont encouragés à respecter les principes d'accessibilité dans la conception et la production de leurs publicités.
- 9. Protections des données personnelles :** TFO reconnaît l'importance de la protection des données personnelles de son auditoire, en particulier les enfants et les jeunes. Dans le cadre de ses activités publicitaires, TFO s'engage à respecter les lois, les réglementations et ses politiques en vigueur en matière de protection de la vie privée.

NORMES ET DIRECTIVES

- 1. Véracité :** TFO n'accepte sur ses services aucune publicité qu'elle considère comme trompeuse ou fallacieuse, que la cause en soit l'omission de renseignements importants ou l'agencement de renseignements exacts d'une façon qui mène à une conclusion erronée.

2. **Non-cautionnement** : TFO ne cautionne les produits, services ou points de vue d'aucun annonceur.
3. **Indépendance éditoriale** : Le contenu des émissions ou des plateformes numériques de TFO ne doit pas être perçu comme étant influencé par les messages publicitaires et la commandite diffusés à l'intérieur ou à proximité immédiate des émissions ou du contenu des plateformes numériques.
4. **Langue française** : TFO diffuse uniquement des annonces publicitaires en français sur ses plateformes natives de TFO.

CRITÈRES D'ACCEPTATION ET DE DIFFUSION

1. **Types d'émissions** : TFO se réserve le droit de déterminer les types d'émissions qui ne peuvent être commanditées ou interrompues par des messages publicitaires et celles qui peuvent contenir une quantité limitée de messages publicitaires.
2. **Droit de refus** : TFO se réserve le droit d'accepter ou de refuser un message publicitaire quel qu'il soit, de limiter la durée de l'approbation et/ou de retirer son approbation.
3. **Motifs de refus**: TFO se réserve le droit de ne pas diffuser un message publicitaire ou pourra retirer des ondes ou de ses plateformes tout message :
 - a. Qui prête à controverse par sa nature politique ou idéologique ;
 - b. Qui offense l'ordre public ou les bonnes mœurs ;
 - c. Qui porte atteinte au respect de la personne (exemples : stéréotypes sexistes, manque de respect à des individus ou à des groupes, soit en raison de leur race, religion ou appartenance à une classe sociale), tel que prévu par la Charte des droits et libertés de la personne et la Charte canadienne des droits et libertés ;
 - d. Qui pourrait porter atteinte à ses intérêts commerciaux ;
 - e. Qui serait considéré en conflit avec la mission éducative et culturelle de TFO ;
 - f. Qui véhicule des valeurs ou représente des actions ou des comportements contraires aux normes d'une bonne conduite, telles que reconnues par la société canadienne en général ;
 - g. Qui enfreint les normes de bon usage de la langue française ;
 - h. Qui n'est pas adapté à l'audience de TFO ;
 - i. Qui ne respecte pas les lois et règlements applicables, y compris les directives du CRTC et les règlements provinciaux et fédéraux ;
 - j. Qui compare de manière déloyale ou trompeuse les produits ou services de l'annonceur à ceux de ses concurrents ;
 - k. Qui exploite la peur, l'insécurité ou la vulnérabilité du public ;
 - l. Qui incite à la haine, à la violence ou à la discrimination envers des individus ou des groupes ;
 - m. Qui encourage des comportements illégaux ou dangereux ;
 - n. Qui pourrait nuire à la réputation ou à l'image de TFO ;

- o. Qui comporte des risques, notamment, mais sans s'y limiter, pour la santé ou des enjeux d'addiction et qui n'inclut pas les avertissements requis par la loi ;
- p. Qui ne rencontre pas les exigences, notamment, mais sans s'y limiter, en matière de protection des mineurs et de promotion du jeu responsable.

RESTRICTIONS SPÉCIFIQUES

1. **Publicité destinée aux enfants :** TFO n'accepte pas de publicité dans les émissions, les contenus ou les espaces Web qu'elle destine à un auditoire de moins de 13 ans. Les messages publicitaires mettant de l'avant des produits attrayants pour les enfants, mais dont l'utilisation nécessite normalement la surveillance d'adultes, ne peuvent être annoncés pendant ou à proximité immédiate d'émissions pour enfants.
2. **Publicité interdite :** TFO n'accepte pas la publicité pour le tabac ainsi que toute promotion de produits du tabac et les commandites de fabricants. De plus, toute publicité illicite ou non conforme aux lois et règlements en vigueur est interdite. Cela inclut, sans s'y limiter, la publicité pour les produits et services frauduleux, les contenus trompeurs ou mensongers, les produits de contrefaçon, ainsi que toute publicité incitant à des comportements illégaux ou non éthiques.
3. **Concours:** TFO s'engage à protéger les mineurs et à promouvoir le jeu responsable. À cet effet, TFO n'accepte aucun concours de nature commerciale dans les émissions, les contenus ou les espaces Web destinés à un auditoire composé principalement de personnes n'ayant pas l'âge légal. De plus, tout concours publicitaire, quel que soit le public cible, doit respecter les lois et règlements applicables.

APPROBATION

Aucun message publicitaire ne peut être diffusé sur l'un ou l'autre service de TFO sans l'approbation préalable des services responsables de la publicité, en étroite collaboration avec les départements concernés, notamment marketing, juridique et programmation.

PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Le matériel commercial fourni à TFO par l'annonceur ou l'agence de publicité est la propriété de l'annonceur ou de l'agence en question. TFO l'utilise uniquement au nom de l'annonceur, conformément aux modalités prévues au contrat de diffusion.

RÉFÉRENCES

- [Code criminel](#)
 - [Code de la publicité radiodiffusée en faveur de boissons alcoolisées](#)
 - [Code canadien des normes de la publicité](#)
-

- [Code sur la représentation équitable de l'Association canadienne des radiodiffuseurs \(ACR\)](#)
- [Code concernant la violence de l'Association canadienne des radiodiffuseurs \(ACR\)](#)
- [Loi électorale de l'Ontario](#)
- [Loi électorale du Canada](#)
- [Loi sur la concurrence](#)
- [Loi sur la protection du consommateur de l'Ontario](#)

HISTORIQUE

Entrée en vigueur : 21 mars 2025

Résolution du C.A. 2025.CA.159.6