



FONDS D'INVESTISSEMENT  
DES CYCLES SUPÉRIEURS  
DE L'UNIVERSITÉ DE MONTRÉAL

| **DIRE**

## **POLITIQUE PUBLICITAIRE DE LA REVUE *DIRE***

Adoptée par le conseil d'administration  
du Fonds d'investissement des cycles supérieurs  
de l'Université de Montréal (FICSUM)  
le 9 décembre 2014

## PRÉAMBULE

Le Fonds d'investissement des cycles supérieurs de l'Université de Montréal (ci-après, le *FICSUM*) encourage les organisations, sociétés et associations à afficher de la publicité dans la revue *Dire*.

## MISSION

La présente Politique publicitaire (ci-après, la *Politique*) détermine les lignes directrices pour le choix des publicitaires et des publicités et vise à protéger les intérêts du FICSUM tout en maximisant les possibilités de publicité.

## CHAPITRE I — DÉFINITION

### 1. PUBLICITÉ

Le FICSUM entend par le terme *publicité* la vente à une société, à un organisme, à une entreprise, à une association ou à un particulier d'espace publicitaire dans la revue *Dire*. La publicité ne comporte que l'achat par un annonceur d'espace publicitaire vendu à des tarifs établis par le FICSUM. L'acheteur n'a pas droit à d'autres avantages que ceux qui découlent de l'accès à l'espace acheté.

## CHAPITRE II — CHAMP D'APPLICATION

### 2. INSTANCES HABILITÉES

La présente Politique s'adresse aux différentes instances habilitées du FICSUM à qui une offre de publicité est présentée. Aux fins de cette Politique, les instances habilitées sont le Bureau exécutif et le Conseil d'administration du FICSUM.

### 3. ACTIVITÉS ET SERVICES

Cette Politique s'applique à toutes les publicités publiées dans la revue *Dire*.

## CHAPITRE III — CONDITIONS D'ACCEPTATION

### 4. CONDITIONS

En plus de se conformer aux lois en vigueur, les publicités devront respecter les conditions suivantes :

- a) Respecter le droit du FICSUM de maintenir son indépendance devant tout groupement, parti, ou mouvement politique.
- b) Les publicités ne doivent pas aller à l'encontre de la vision, de la mission, des valeurs, des positions, des objectifs, des orientations, des politiques ainsi que des règlements généraux connus du FICSUM.
- c) Les publicités ne doivent en aucun cas porter atteinte à l'image du FICSUM et doivent toujours lui être bénéfiques.

## CHAPITRE IV — EXCLUSIONS

### 5. EXCLUS D'OFFICE

Par souci d'équité et d'éthique, sont exclues d'office les publicités suivantes :

- a) Toute publicité où il semble y avoir apparence de conflit d'intérêts entre un officier ou un employé du FICSUM et la publicité;
- b) Toute publicité pour une société, un organisme, une entreprise, une association ou un particulier ayant des pratiques connues contraires aux valeurs et aux positions du FICSUM.