



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.