

POLITIQUE A-41 (2024-1)  
VISIBILITÉ CORPORATIVE  
VILLE DE DIEPPE

**1. Définitions**

Les définitions qui suivent s'appliquent à la présente politique :

« Commandite » désigne une contribution de valeur monétaire ou non monétaire en échange d'une visibilité publicitaire.

« Infrastructures récréatives et sportives » et « installations » utilisées au texte sont interchangeables.

**2. Préambule**

La Ville de Dieppe possède et entretient plusieurs infrastructures récréatives et sportives au bénéfice de l'ensemble de la communauté. Afin de récupérer une partie des frais d'exploitation, la municipalité loue ses espaces publicitaires au sein de ses installations. Le revenu généré par ces ventes bénéficie également au secteur associatif.

**3. Énoncé de politique**

La Ville s'engage à faire preuve de transparence dans le processus d'attribution et de location d'espaces publicitaires et à favoriser le partage des revenus avec les parties prenantes du secteur associatif. Quoique la Ville assure la gestion de la plupart de ses installations, elle conclut, lorsqu'il est dans l'intérêt public, des ententes de gestion de ses infrastructures avec le secteur associatif.

La Ville souhaite concrétiser et approfondir la collaboration avec le secteur associatif afin de maximiser les revenus de location d'espaces publicitaires provenant principalement du secteur privé.

**4. Objectifs**

Cette politique a pour but :

- d'encadrer la location d'espaces publicitaires au sein des infrastructures récréatives et sportives de la Ville;

POLICY A-41 (2024-1)  
CORPORATE VISIBILITY  
CITY OF DIEPPE

**1. Definitions**

The following definitions apply to this policy:

“Facilities” and “infrastructure” are used interchangeably in this document.

“Sponsorship” means a monetary or non-monetary contribution in exchange for advertising exposure.

**2. Preamble**

The City of Dieppe owns and maintains a number of recreational and sports facilities for the benefit of the entire community. To recoup part of its operating costs, the municipality rents out advertising space in its facilities. The income generated by that rent also benefits the association sector.

**3. Policy statement**

The City is committed to transparency in the allocation and rental of advertising space, and to revenue-sharing with the association sector. Although the City manages most of its own facilities, it enters into infrastructure management agreements with the association sector when it is in the public interest to do so.

The City wishes to consolidate and deepen its collaboration with the association sector to maximize advertising space rental income, which comes mainly from the private sector.

**4. Aims**

This policy aims to:

- regulate the rental of advertising space in the City's recreational and sports facilities;

- d'accroître et de maximiser le revenu provenant de la location d'espaces publicitaires;
- d'offrir un appui au secteur associatif.

## 5. Portée et champ d'application

À l'exception des parcs naturels et des sentiers, cette politique s'applique à toutes les infrastructures récréatives et sportives appartenant à la Ville de Dieppe incluant la liste non exhaustive suivante : le Centre aquatique et sportif, le Club Garçons et Filles de Dieppe, la Maison de Jeunes Dieppe, les arénas, les terrains sportifs (balle-molle, baseball, basketball, cricket, disque golf, football, pickleball, soccer, tennis), le parc canin et autres.

## 6. Principes directeurs

La transparence, l'engagement communautaire et l'image municipale et corporative guident le programme de location d'espaces publicitaires au sein des infrastructures récréatives et sportives.

### (1) Transparence :

- (a) Assurer un processus accessible et équitable;
- (b) Faire preuve de clarté et d'équité lors du choix d'allocation des espaces publicitaires qui sont offerts aux organismes du secteur associatif;
- (c) Mettre à la disposition du public la grille tarifaire des espaces publicitaires.

### (2) Engagement communautaire :

- (a) Adopter une approche de partage des revenus susmentionnés avec le secteur associatif favorisant un sentiment d'appartenance et de fierté au sein des bénévoles et de la communauté d'affaires;
- (b) Accompagner et appuyer les organismes en leur offrant une structure et des outils facilitant la conclusion d'ententes de commandites;

- increase and maximize revenue from the rental of advertising space; and
- support the association sector.

## 5. Scope

With the exception of nature parks and trails, this policy applies to all recreational and sports infrastructure owned by the City of Dieppe, including, but not limited to, the Dieppe Aquatic and Sports Centre, BGC Dieppe, the Dieppe Youth House, arenas, sports fields (softball, baseball, basketball, cricket, disc golf, football, pickleball, soccer, tennis), the dog park and others.

## 6. Guiding principles

Transparency, community involvement, and municipal and corporate image guide the rental of advertising space in recreational and sports facilities.

### (1) Transparency

- a) Ensuring an accessible and fair process;
- b) Demonstrating clarity and fairness in the allocation of advertising space offered to association sector organizations;
- c) Making the advertising space price list available to the public.

### (2) Community involvement

- a) Adopting a revenue-sharing approach with the association sector that fosters a sense of belonging and pride among volunteers and the business community;
- b) Accompanying and supporting organizations by offering them a structure and tools to facilitate the establishment of sponsorship agreements;

(c) Encourager les parties prenantes à collaborer et à partager les ressources dans les projets de commandites.

c) Encouraging stakeholders to cooperate and share resources in sponsorship projects.

(3) Image municipale et corporative :

(3) Municipal and corporate image

(a) Assurer une qualité visuelle et une offre variée de visibilité corporatives aux locataires d'espaces publicitaires;

a) Ensuring visual quality and a varied offer of corporate visibility opportunities for advertising space clients;

(b) Promouvoir et assurer le respect des valeurs municipales d'intégrité, d'inclusion et d'innovation;

b) Promoting and ensuring respect for municipal values of integrity, inclusion and innovation;

(c) Faire rayonner la municipalité auprès des clients et visiteurs des installations.

c) Promoting the municipality to facility clients and visitors.

À noter que toutes demandes de publicités d'ordre politique, religieux ou contrevenant aux valeurs municipales, réglementaires ou autres seront refusées notamment :

It bears noting that all advertising requests of a political or religious nature, or that contravene municipal, regulatory or other values, will be refused, particularly in the following cases:

- Les entreprises dont la réputation pourrait nuire à l'image publique de la Ville;
  - Les entreprises dont l'activité principale est liée à la vente de tabac, de cannabis, de produits de vapotage ou d'alcool;
  - Les groupes, organisations ou défenseurs religieux, politiques ou syndicaux;
  - Les entreprises qui vendent ou promeuvent la pornographie;
  - Le soutien ou l'implication dans la production, la distribution et la vente d'armes et d'autres produits mettant la vie en danger;
  - Les entreprises qui présentent des images ou des messages désobligeants, préjudiciables, nuisibles ou intolérants à l'égard d'un groupe ou d'une personne en particulier;
  - Les entités qui font l'objet d'un litige juridique ou qui sont autrement disqualifiées pour faire affaire avec la Ville;
  - Soutenir explicitement ou implicitement un parti politique, un représentant élu ou un candidat à tous les niveaux de gouvernement;
  - Les accords ne doivent pas influencer ou être perçus comme influençant les activités quotidiennes de la Ville;
  - La relation ne doit pas amener un employé municipal ou un membre du conseil à recevoir un produit, un service ou un bien à des fins de gain ou d'utilisation personnelle.
- Businesses with reputations that could harm the City's public image;
  - Businesses whose main activity involves the sale of tobacco, cannabis, vaping products or alcohol;
  - Religious, political or trade union groups, organizations and advocates;
  - Businesses that sell or promote pornography;
  - Support for, or involvement in, the production, distribution and sale of weapons and other potentially lethal products;
  - Businesses that present images or messages that are derogatory, prejudicial, harmful or intolerant towards specific groups or individuals;
  - Entities that are the subject of legal action or are otherwise disqualified from doing business with the City;
  - Explicit or implicit support for a political party, elected official or candidate at any level of government;
  - Agreements must not influence or be perceived as influencing the day-to-day activities of the City;
  - The relationship must not result in a municipal employee or council member receiving a product, service or good for personal gain or use.

La Ville se réserve le droit de refuser toute publicité offensante, haineuse, discriminatoire, diffamatoire, violente, illégale ou moralement répréhensible.

The City reserves the right to refuse any advertising that is offensive, hateful, discriminatory, defamatory, violent, illegal or morally reprehensible.

## 7. Rôle et responsabilités

## 7. Duties and responsibilities

### (1) La Ville :

### (1) City

Est responsable de l'administration du programme de location d'espaces publicitaires incluant :

The City is responsible for administering the advertising space rental program, including:

- (a) l'établissement de lignes directrices et de normes d'affichage;
- (b) l'identification des espaces physiques d'affichages publicitaires;
- (c) l'allocation des espaces aux organismes et/ou parties prenantes;
- (d) l'application de la tarification des espaces d'affichages publicitaires;
- (e) l'autorisation des publicités;
- (f) la location d'espaces publicitaires appartenant à la Ville; et
- (g) advenant qu'un organisme souhaite déléguer à la Ville la responsabilité de la location d'espaces publicitaires que la municipalité lui a offerte, un pourcentage des revenus pourrait être partagé entre l'organisme, la Ville et, s'il y a lieu, la tierce partie mandatée par la municipalité pour assurer la location des espaces publicitaires. La répartition du revenu sera déterminée par la Ville.

- a) setting guidelines and standards for signage;
- b) designating advertising spaces;
- c) allocating space to organizations and/or stakeholders;
- d) applying space pricing to advertising displays;
- e) approving advertising;
- f) renting out City-owned advertising space; and
- g) in the event that an organization wishes to delegate to the City the responsibility for the rental of advertising space offered to them by the municipality, a percentage of the revenues may be shared between the organization, the City, and, if applicable, the third party mandated by the municipality to ensure the rental of advertising space. The distribution of revenues will be determined by the City.

### (2) Le secteur associatif :

### (2) Association sector

Chaque organisme qui bénéficie de la possibilité de location d'espaces publicitaires de la Ville est responsable de :

All organizations that benefit from the City's advertising space rental program are responsible for:

- (a) La promotion, la location et la conclusion d'entente de location desdits espaces publicitaires;
- (b) D'assurer le respect des lignes directrices et des exigences établies par la municipalité durant l'ensemble du

- a) promoting, renting and entering into rental agreements for said spaces;
- b) complying with the guidelines and requirements established by the municipality throughout the entire

processus menant à la location d'espaces publicitaires;

- (c) Advenant qu'un organisme choisisse de ne pas louer un espace publicitaire, il doit en informer la Ville afin qu'elle puisse l'offrir à une autre entité.

**8. Mise à jour de la politique**

Une révision périodique de cette politique est recommandée à chaque 3 ans ou en cas de nécessité.

**9. Entrée en vigueur**

Cette politique entre en vigueur le 6 mai 2024.

advertising space rental process; and

- c) If the choice is made not to rent advertising space, informing the City so that the latter can offer the space to another entity.

**8. Policy updates**

This policy should be reviewed every three years or whenever necessary.

**9. Entry into force**

This policy takes effect on May 6, 2024.