

## **Association des agences de communication créative**

### **Normes de qualité**

---

L'Association des agences de communication créative (A2C) propose à ses membres des Normes de qualité qui sous-tendent le respect du Code de déontologie et qui orientent les gestes professionnels posés au quotidien. Il est recommandé que ces Normes de qualité soient affichées publiquement dans les principales places d'affaires des membres.

Le fait de souscrire à ces normes et au Code de déontologie qui s'y rattache est un engagement ferme envers les pratiques de l'industrie. Les plus hauts dirigeants des firmes membres doivent s'approprier ces normes et en promouvoir le respect auprès de tous leurs employés.

L'agence membre de l'A2C s'engage à :

1. Promouvoir et à appliquer au sein de l'entreprise, des standards de la plus haute qualité, tant dans la pratique professionnelle que commerciale.
2. Respecter les lois et règlements en vigueur dans le meilleur intérêt des clients qu'elle sert et des consommateurs visés.
3. Respecter les ententes avec les employés, les collaborateurs, les partenaires et les fournisseurs qui participent à la conception, la réalisation et la gestion des diverses campagnes produites.
4. Respecter les règles de confidentialité absolue qui régissent les transactions, échanges d'information privilégiée et autres situations spécifiques à la conduite des mandats qu'on lui confie.
5. S'abstenir de dénigrer publiquement ou auprès de clients et autres intervenants, le travail de firmes concurrentes.
6. Éviter tout conflit d'intérêts dans ses relations avec ses clients, ses partenaires et ses fournisseurs.
7. Proposer à ses clients une juste rémunération pour le travail à accomplir et respecter ses engagements et ses ententes en ce sens.
8. Fournir à ses clients un conseil neutre, libre de tout engagement ou de toute influence des fournisseurs ou des médias.
9. En réponse à un appel d'offres, respecter de façon honnête et loyale les règles du jeu établies par le client et ne pas tenter d'outrepasser le processus en place pour influencer la décision du jury de sélection.
10. Ne pas tenter d'influencer un élu ou toute autre personne sous son autorité afin d'obtenir des contrats en dehors des processus d'appel d'offres officiels.