

ARTICLE 12
Marketing, médias et promotion

Section 1 Directives concernant l'utilisation du matériel de promotion

1.1 Marketing, commandites et relations avec les médias

Un programme englobant les relations publiques et les relations avec les médias est essentiel à la réussite de l'association et à celle des championnats canadiens. Les objectifs principaux poursuivis sont de promouvoir les championnats canadien, de reconnaître l'excellence des athlètes et des entraîneurs et de mettre en valeur l'Association. Ces activités s'adressent aux institutions membres, aux commanditaires, à la collectivité sportive et au grand public.

1.2 Directives concernant l'utilisation du matériel de promotion

Le matériel de promotion de l'ACSC peut comprendre :

- | | |
|----------------------------------|-------------------------------------|
| 1. Des trousse de renseignements | 7. Le Code de fonctionnement |
| 2. Le guide des médias | 8. Le manuel du comité organisateur |
| 3. Des dépliants | 9. Des logos |
| 4. Des bulletins | 10. Des épinglettes |
| 5. Des affiches | 11. Des vêtements |
| 6. Des programmes | 12. Site Web |

Tout le graphisme et les designs créés pour le matériel de promotion devant servir en lien avec une activité de l'ACSC (p.e. championnat canadien) doivent être approuvés par le bureau national de l'ACSC avant la production de chaque article de promotion.

1.2.1 Directives concernant l'affiche optionnelle du championnat canadien (Voir les normes d'accueil relatives aux langues officielles A7 S9)

1.2.1.1 Objectif : promouvoir et faire connaître le championnat afin d'atteindre le plus grand public possible, de façon bilingue assurant :

- a) l'inclusion de tous les renseignements quant aux dates, heures et sites de compétition et Mérite des billets;
- b) l'inclusion du sigle approuvé du championnat;
- c) l'inclusion des noms et des sigles des partenaires du secteur privé tel que prescrit par l'entente formelle signée entre l'ACSC et l'institution hôte.

1.2.1.2 Échéance

L'affiche des championnats de l'ACSC doit être remise au coordonnateur du marketing et de la promotion au moins 90 jours avant le début du championnat afin qu'elle soit approuvée. Toute modification à l'affiche proposée doit être faite dans les 15 jours de façon que la maquette finale soit approuvée au moins 75 jours avant le début du championnat.

1.2.1.3 Spécifications

- a) Taille de l'affiche : au moins 11" x 17" et une grandeur recommandée de 17" x 22";
- b) Le nombre d'affiches: Chaque organisateur de championnat canadien est tenu de produire au moins 2 affiches par institution membre de l'ACSC et les distribuer à celles-ci, et fournir 10 exemplaires au bureau national.
- c) Les images de l'ACSC: Le sigle officiel de l'ACSC doit être représenté dans ses couleurs officielles de blanc, rouge et bleu, non modifié (hauteur minimale 2 1/4"; hauteur recommandée de 3").

Seul le sigle du commanditaire en titre peut être représenté en proéminence. Les sigles et noms des partenaires, tel que fournis par nos partenaires, doivent être représentés sans modification (hauteur minimale de 1"; hauteur recommandée 1 1/2")

- d) Commanditaires en titres et présentation : La commandite en titre peut être attribuée à un partenaire commercial selon les critères convenus (soit le CHAMPIONNAT DE VOLLEYBALL MAZDA DE l'ACSC). Ce titre devrait apparaître sur tout le matériel du championnat, mais il ne doit jamais être plus grand que les images de l'ACSC.
Le statut de commanditaire peut être attribué à un partenaire commercial qui satisfait à certains critères. Ce partenaire devrait figurer sur l'affiche avec le commanditaire en titre; cependant, il devrait figurer de façon moindre (soit le présenté par Spalding).
- e) Contenu en français et en anglais: L'Association canadienne du sport collégial doit apparaître au complet et dans les deux langues officielles (français et anglais). Une hauteur minimale de ¾ ", hauteur recommandée 1". Le sport en titre, le sexe et le mois doivent être présentés en français et en anglais.
- f) De plus, on devra fournir à chaque institution membre de l'ACSC une maquette de l'affiche en format PDF afin que l'institution qui le souhaite puisse en faire imprimer des exemplaires supplémentaires.

1.2.2 Directives concernant le programme souvenir officiel d'un championnat (Voir les normes d'accueil relatives aux langues officielles A7 S9)

OBJECTIF : Faire connaître le championnat canadien, ses participants et son institution hôte, l'ACSC et nos partenaires du secteur privé et ainsi offrir un souvenir à tous les gens impliqués. Il devrait aussi servir à promouvoir le sport, offrir un certain historique et offrir des revenus de promotion pour l'institution hôte.

1.2.2.1 Spécifications

- a) La couverture (au moins 8 1/2" x 11") devrait inclure : le nom du commanditaire en titre; le nom du sport ainsi que sa référence quant au sexe; le sigle du championnat; les dates des activités; le site/l'emplacement; le logo et le nom au complet (bilingue) de l'ACSC. Le graphisme de la couverture ainsi que les couleurs devraient être coordonnés avec l'affiche et tout autre matériel publicitaire.
- b) Les annonces publicitaires devraient être distribuées également dans le programme et ne devraient pas dépasser 50 pour % du programme au complet. Les annonces pour les commanditaires nationaux, tel que précisé dans les ententes avec l'ACSC devront être respectées par l'institution hôte.
- c) Un message officiel du président de l'ACSC devrait figurer dans les premières pages du programme. Tous les autres messages sont à la discrétion de l'institution hôte; cependant, il peut d'inclure un message du président de l'institution hôte, du responsable des sports, du Maire de la localité, du Premier ministre de la province, etc. Le message du président de l'ACSC devrait être en français et en anglais. Il est recommandé que tous les autres messages soient aussi bilingues.
- d) Le format et l'horaire du tournoi devraient être inclus avec le tirage complet. Tous les textes pertinents doivent être bilingues.
- e) Les candidats aux titres d'athlète par excellence pan-canadien, joueur de l'année et entraîneur de l'année ainsi que les lauréats devraient aussi figurer au programme ainsi que le nom du

commanditaire en titre, lorsque applicable (soit entraîneur de l'année 3M de l'ACSC). Des photographies des lauréats devraient aussi être incluses si elles sont disponibles.

- f) Un historique du sport avec les faits marquants des années précédentes; champions et finalistes antérieurs; lauréats des Mérites de JPU et entraîneurs de l'année; ainsi que les anciens athlètes de l'ACSC qui ont par la suite fait carrière dans le sport. Note: les histoires au sujet des anciens diplômés devraient offrir une perspective canadienne.
- g) De l'information sur l'institution hôte est permise mais elle ne doit pas excéder 2 pleines pages.

1.2.3 Directives concernant le programme du banquet d'honneur

Objet : mettre en vedette les athlètes d'élite et entraîneurs de la saison et souligner leurs réalisations.

1.2.3.1 Spécifications :

- a) La dimension du programme du banquet d'honneur doit être au minimum 5.5" x 8.5".
- b) L'horaire des activités de la soirée doit y être inclus.
- c) Une liste des candidats en lice doit y être incluse.
- d) Un quart de page doit être réservé pour une publicité de Jostens, « le fournisseur officiel du banquet d'honneur du championnat de l'ACSC ».
- e) Les normes officielles en matière de langues officielles pour le programme sont les suivantes :
 - tout le contenu sur la page couverture;
 - horaire de la soirée;
 - titre des prix (ex. : entraîneur de l'année, athlète de l'année, athlètes par excellence pan-canadiens de l'ACSC)

1.2.4 Directives concernant le logo du championnat (Voir les normes d'accueil relatives aux langues officielles A7 S9)

Objectif : Le logo du championnat est créé par l'institution hôte (avec l'approbation du directeur du marketing de l'ACSC) pour offrir un symbole visuel de l'événement. Ce sigle peut servir sur les articles de promotion dont les souvenirs et les vêtements. Rappelez-vous comment le sigle proposé apparaîtra clair sur un fond foncé (et l'inverse) et en noir et blanc.

1.2.4.1 Échéance

L'institution hôte soumet une proposition de logo du championnat au bureau de l'ACSC et au vice-président au marketing de l'association au moins 120 jours avant le début du championnat. Les modifications recommandées par l'ACSC doivent être faites dans les 30 jours suivant de façon que le logo définitif soit réalisé au moins 90 jours précédant le début du championnat.

1.2.4.2 Spécifications

- a) Le sigle devrait représenter le sport, la région hôte, le sexe des participants, et l'ACSC (la nature canadienne de l'événement).
- b) L'utilisation du sigle officiel de l'institution hôte devrait être évitée à moins qu'il ne représente la région géographique où le championnat a lieu.
- c) Les couleurs de l'ACSC (rouge, bleu et blanc) sont préférées.
- d) Lorsque le sigle officiel de l'ACSC est utilisé, il ne doit pas être modifié.

1.2.5 Directives concernant le site Web des championnats (Voir les normes d'accueil relatives aux langues officielles A7 S9)

1.2.5.1 Objectif : le site Web du championnat est le principal moyen de communication avec les participants avant, pendant et après le championnat. Le bureau national de l'ACSC fournira à chaque institution hôte d'un championnat un modèle de site de façon à assurer l'uniformité entre tous les championnats

1.2.5.2 Échéance

La version préliminaire du site Web doit être présentée au coordonnateur du marketing et de la promotion au moins 45 jours avant le début de l'épreuve. L'hôte disposera des 15 prochains jours pour mettre à jour le site et satisfaire aux exigences du bureau national. Le site Web doit être lancé et opérationnel au plus tard 30 jours avant l'événement.

1.2.5.3 Spécifications

L'interface graphique sera uniforme pour tous les championnats de l'ACSC, les commandes de menu seront les mêmes et disposées au même endroit pour tous les championnats. Cela permettra d'offrir une navigation uniforme et favorisera la navigation par les visiteurs.

1.2.6 Bannières des commanditaires aux championnats canadiens de l'ACSC

Toutes les bannières des commanditaires affichées aux championnats canadiens de soccer, volleyball et basketball de l'ACSC doivent respecter les spécifications suivantes. Les hôtes sont responsables de se procurer les bannières auprès d'un fournisseur de leur choix.

Spécifications :

- Forme : Cadre en « A » recto-verso
- Taille : 6' de largeur x 3' de longueur
- Matériau : pliant (afin de réduire le risque de blessures)
- Doit être visible des :
 - spectateurs
 - personnes écoutant la webdiffusion
 - participants à l'épreuve

Section 2 Marques de commerce

2.1 Tout organisme doit recevoir la permission écrite du bureau national de l'ACSC avant de pouvoir afficher ou utiliser le matériel de promotion des championnats canadiens. En tout temps, l'ACSC doit être reconnue comme étant la principale source de financement des épreuves qu'elle commandite. Le logo de l'ACSC peut figurer sur toutes les publications des conférences et/ou dans tous les programmes intercollégiaux des institutions membres sans avoir besoin d'autre autorisation, à condition que le logo ne soit pas modifié. Si on utilise pas de couleur (drapeau rouge 185, bleu reflex), le logo devrait être en noir et blanc.

2.1.1 Nous encourageons les institutions membres de l'ACSC d'apposer un logo de l'ACSC sur les feuilles de couvertures de transmissions télécopiées, les cartons des horaires de parties et les programmes des parties du jour. Les membres doivent diffuser le matériel officiel à tous leurs représentants de conférence avant le 30 novembre de chaque année.

Section 3 Publications

- 3.1 Les publications de l'ACSC (guide des médias, Code de fonctionnement) sont distribuées par le bureau national conformément aux politiques de l'Association.

Section 4 Commanditaires

- 4.1 L'obtention de commandites est avant tout la responsabilité de l'Association; cette responsabilité est partagée avec les conférences et les institutions membres afin d'assurer les subventions aux équipes voyageant aux championnats canadien, à l'organisation et à la réussite de ces championnats et à l'administration efficace de l'Association. L'ACSC a la responsabilité de coordonner cette activité.

4.1.1 Principes directeurs

- 4.1.1.1 La commandite (argent, biens ou services) obtenue par l'Association (ou ses agents) sera répartie, à la discrétion du conseil d'administration, selon les priorités suivantes :

- subvention pour le voyage des équipes aux championnats;
- défrayer le coût d'organisation des championnats;
- défrayer le coût d'opération de l'administration (bureau national).
- remboursement du déficit budgétaire de l'année en cours;
- contribution au fond d'équité de l'ACSC.

- 4.1.1.2 L'engagement de l'ACSC doit être identifié et rester très en vue sur celui de l'institution hôte et du commanditaire.

- 4.1.1.3 La nature de la commandite doit mettre en valeur l'activité en cause, être compatible avec les buts de l'ACSC et ne pas imposer d'exigences ou d'obligations excessives à la conférence, l'institution membre ou l'athlète.

- 4.1.1.4 Le directeur général confirme et coordonne avec le comité organisateur des championnats, toute entente de commandite relative à la cérémonie protocolaire et à tout autre aspect de l'événement.

- 4.1.1.5 Le directeur général remercie officiellement les commanditaires au nom de l'Association; ils sont honorés selon les ententes convenues dans la politique d'attribution des Mérites de l'ACSC.

- 4.1.1.6 Il incombe à l'Association d'octroyer, de décider et de coordonner les accords exclusifs avec les commanditaires.

- 4.1.1.7 Tous les accords doivent être faits par écrit et doivent spécifier le degré d'exclusivité.

- 4.1.1.8 Tous les commanditaires peuvent avoir une exclusivité en autant que celle-ci n'entrave pas la possibilité de l'Association et/ou des institutions de trouver d'autres commanditaires.

- 4.1.1.9 Le directeur général a la responsabilité de décider et de coordonner, au nom de l'Association, Tout accord comportant une clause d'exclusivité; il doit rendre sa décision après consultation auprès du comité du marketing.

- 4.1.1.10 Les pièces d'équipement des équipes (uniformes/survêtements/sacs d'équipement) apportés aux championnats canadiens et qui arborent les logos ou les noms de compagnies qui sont

en conflit ou qui diminuent le profil d'un commanditaire national ne seront pas permis dans les aires de jeu (surface de jeu, bancs, ou aire adjacente). Les exceptions sont les circonstances où une compagnie commanditaire est un manufacturier reconnu du produit en question. Les logos et les noms de manufacturiers reconnus qui entrent en conflit avec les commanditaires nationaux de l'ACSC seront permis dans l'aire de jeu si le nom ou le logo se limite aux accessoires de l'équipe et si leur taille ne dépasse pas 1 x 2 pouces.

Section 5. Site Web

5.1 Lignes directrices de l'ACSC pour les liens

- 5.1.1 L'ACSC établira des liens auprès des sites qui ont des mandats semblables à celui de l'ACSC.
- 5.1.2 Toutes les demandes de liens seront soumises aux fins d'approbation au coordonnateur du marketing et de la promotion de l'ACSC dans les dix jours suivants la réception de la demande. (Le site doit être à jour, pertinent pour les visiteurs du site de l'ACSC, bien présenté, tant sur le plan du graphisme que du contenu).
- 5.1.3 Tous les liens approuvés devront aussi afficher un lien au site de l'ACSC.
- 5.1.4 L'ACSC se réserve le droit de discontinuer cette entente de lien et donnera dix jours d'avis électronique de cette décision de terminer l'entente.

5.2 Lignes directrices pour l'utilisation du logo de l'ACSC dans un lien Web

L'utilisation du logo de l'ACSC est assujettie aux directives suivantes :

- 5.2.1 Toutes les institutions membres de l'ACSC doivent afficher le logo de l'ACSC sur la page d'accueil du site Web de leur service des sports, y compris un lien vers le site Web officiel de l'ACSC (www.ccaa.ca). Le logo doit être affiché conformément aux directives pour l'utilisation du logo (voir Guide d'utilisation du logo de l'ACSC : www.ccaa.ca > Section des membres > Guide d'utilisation du logo de l'ACSC). Toutes les institutions membres de l'ACSC et les associations provinciales ont le droit d'utiliser, reproduire, copier et redistribuer le logo de l'ACSC. Il est strictement interdit à toute autre association, entreprise, personne, etc., d'en faire autant sans la permission de l'ACSC.
- 5.2.2 Aucune modification n'est permise
Le logo ne doit pas être modifié ou altéré de QUELCONQUE façon. Il est interdit de le diviser, en modifier les proportions, couleurs ou polices ou de modifier autrement la version fournie par l'ACSC.
- 5.2.3 Présentation positive
Votre site doit afficher le logo de l'ACSC de façon positive. Le logo ne peut être utilisé dans le but de présenter l'ACSC d'une façon négative ou susceptible de nuire à l'image de l'ACSC ou de ses services, y compris dans des contextes pouvant être jugés obscènes, pornographiques, excessivement violents, de mauvais goût ou illicites, ou dans le but d'encourager des activités illicites.
- 5.2.4 Résiliation
L'ACSC se réserve le droit de résilier ou de modifier immédiatement la permission d'utiliser le logo de l'ACSC. L'ACSC se réserve le droit d'agir contre toute utilisation non conforme aux directives d'utilisation du logo dans un lien Web. En cas de résiliation, vous consentez à retirer immédiatement le logo de votre site et à désactiver le lien vers la page d'accueil de l'ACSC.

5.3 Publicité sur le site Web

Le site Web de l'ASCS est consulté plus de 150 000 fois par année. Le site Web de l'ACSC est le moyen idéal de rejoindre votre marché cible, les étudiants-athlètes des collèges et universités, les entraîneurs et les administrateurs de sports. Les personnes intéressées devraient communiquer avec le directeur du marketing.

Section 6 Relations avec les médias

- 6.1 Les renseignements relatifs aux championnats canadiens seront transmis aux médias par le bureau national et l'institution hôte de la façon suivante :
- 6.1.1 par des communiqués de presse et/ou une conférence de presse dans le cadre de la tenue de la réunion du conseil d'administration avant le début du championnat;
 - 6.1.2 par communiqué de presse émanant du bureau national une (1) semaine avant le début du championnat;
 - 6.1.3 par une conférence de presse organisée par le comité organisateur du championnat canadien juste avant le début championnat canadien. Le bureau national doit voir à émettre un communiqué de presse;
 - 6.1.4 par la préparation d'un cahier de presse contenant le guide des médias, des bulletins, des renseignements pertinents sur le championnat en cause et/ou un feuillet décrivant sommairement l'ACSC.

Section 7. Directives pour la commercialisation des boissons alcoolisées

- 7.1 L'Association canadienne du sport collégial incite ses membres qui permettent la promotion de boissons alcoolisées à adopter les lignes directrices suivantes:
- 7.1.2 Les hôtes des championnats canadiens ne concluent pas d'entente avec les compagnies de boissons alcooliques pour commanditer des événements de l'ACSC dans les catégories de commandite en titre et de présentation.
 - 7.1.3 Les programmes de marketing impliquant des breuvages alcooliques ciblant particulièrement des étudiants et/ou présentés sur le campus doivent se conformer au code de conduite des étudiants de l'institution et éviter les allusions sexuelles ou discriminatoires à l'endroit des individus.
 - 7.1.4 La promotion des boissons alcoolisées ne doit pas favoriser la consommation abusive ni mettre l'accent sur la quantité et la fréquence.
 - 7.1.5 Les boissons alcoolisées (soit en baril ou en caisse) ne doivent pas être offertes à titre de récompense aux étudiants ou aux organismes du campus.
 - 7.1.6 Toute dégustation illimitée faisant partie d'un programme de promotion sur le campus doit être interdite et aucune activité de promotion ne doit inclure un "concours d'ingurgitation".
 - 7.1.7 Lorsque la dégustation modérée est permise par la loi et par l'institution, il faut en limiter la durée et les quantités. Il y a lieu de respecter les principes d'hospitalité et d'offrir d'autres boissons, de la nourriture et des activités planifiées. La consommation de bière, de vin ou de spiritueux ne doit pas constituer l'unique activité d'une rencontre de promotion.

- 7.1.8 Les activités de promotion ne doivent pas être associées à d'autres événements ou programmes établis sur le campus sans avoir avisé les autorités responsables de l'institution et avoir obtenu leur permission.
- 7.1.9 L'exposition et la distribution du matériel de promotion doivent être déterminées en accord avec les autorités de l'institution.
- 7.1.10 Les programmes de commercialisation doivent avoir une valeur éducative et souscrire à l'idée d'une consommation légale et responsable du produit.
- 7.1.11 Les responsables de la commercialisation des boissons alcoolisées doivent souscrire et appuyer les programmes éducatifs sur l'alcool mis en place sur le campus; ces programmes incitent les personnes à prendre des décisions avisées et responsables quant à la consommation ou à la non consommation de bière, vin et spiritueux.
- 7.1.12 Si la promotion des boissons alcoolisées est permise sur le campus ou à aux médias de l'institution, et que ce sont les mêmes intermédiaires qui font la promotion des événements sportifs et des produits alcoolisés, on doit veiller à ne pas donner l'impression que la consommation d'alcool représente la solution aux problèmes scolaires et personnels et est un élément nécessaire à la réussite sociale, sexuelle ou scolaire.

7.2 Système pour les exceptions

Pour accélérer le processus de prise de décision, le président de l'ACSC a le pouvoir de décider de toute question concernant la politique. Le président peut vouloir consulter le vice-président Marketing avant de rendre une décision.

Section 8 Politique de publication

- 8.1 Les politiques de publication de l'Association canadienne du sport collégial s'appliquent à toutes les publications de l'Association, au matériel publicitaire (écrit, sonore et visuel) et doivent recevoir l'approbation de l'assemblée générale annuelle.
- 8.2 Il va sans dire que toutes les décisions prises démocratiquement ne satisfont pas toujours entièrement tous les responsables des sports et tous les entraîneurs et ne reçoivent pas leur accord inconditionnel. Cependant, on s'attend à ce que les personnes ou les organismes intéressés s'efforcent d'apporter des modifications suivant les principes établis.
- 8.3 La politique de publication de l'ACSC s'applique aux publications suivantes :
 - 8.3.1 Le répertoire de l'ACSC;
 - 8.3.2 Le Code de fonctionnement de l'ACSC;
 - 8.3.3 La trousse de marketing de l'ACSC;
 - 8.3.4 Toute autre publication arborant le logo de l'ACSC et qui a trait à des activités commanditées/sanctionnées par l'ACSC.
 - 8.3.5 Le matériel audio-visuel.
- 8.4 Les annonces publicitaires qui paraissent dans les publications de l'ACSC sont soumises à la politique de publication. Toutes les publications doivent se conformer aux politiques de publication de l'ACSC et suivre les directives concernant l'utilisation du matériel promotionnel.

8.5 Les objectifs poursuivis dans les publications

- 8.5.1 _ Projeter auprès des membres de l'ACSC et de la population du Canada une image positive du sport collégial.
- 8.5.2 Sensibiliser davantage les membres de l'ACSC et la population du Canada aux performances des étudiants-athlètes des institutions membres de l'ACSC ainsi qu'aux activités intercollégiales qui y sont offertes.

8.6 Objectifs du répertoire de l'ACSC

- 8.6.1 Produire une liste des membres de l'ACSC, des organismes provinciaux, des bureaux, des commanditaires du secteur privé et contenir tous les renseignements qui peuvent être utiles aux membres de l'ACSC, aux journalistes, aux commanditaires du secteur privé et à tous les organismes qui s'intéressent aux activités sportives au Canada, au niveau national.
- 8.6.2 Produire une version électronique du répertoire annuellement pour visionnement et téléchargement du site Web de l'ACSC.

8.6.3 Stratégie employée pour atteindre les objectifs

8.6.3.1 Le répertoire de l'ACSC doit comprendre les renseignements suivants :

- 8.6.3.1.1 Les membres du comité de direction;
- 8.6.3.1.2 Les membres du personnel du bureau national;
- 8.6.3.1.3 Les membres du conseil d'administration;
- 8.6.3.1.4 Les commissaires nationaux;
- 8.6.3.1.5 Les présidents provinciaux;
- 8.6.3.1.6 Les bureaux provinciaux;
- 8.6.3.1.7 Les sites et les dates des championnats canadiens;
- 8.6.3.1.8 L'adhésion;
- 8.6.3.1.9 Les commanditaires.

8.7 Objectifs poursuivis dans le Code de fonctionnement

- 8.7.1 _ Communiquer les lignes directrices, les procédures et les règlements en vigueur aux institutions membres de l'ACSC, aux organismes provinciaux, aux organisateurs des championnats canadiens et à toute autre personne intéressée.
- 8.7.2 Servir de moyen pour guider les responsables des sports dans leurs échanges avec l'ACSC.
- 8.7.3 Communiquer les lignes directrices et les règlements en vigueur aux organisateurs des championnats canadiens, aux commissaires nationaux des disciplines sportives, aux équipes participantes ainsi que le personnel de l'ACSC qui sont intéressés par les championnats canadiens et/ou qui s'y rendent.

8.7.4 Stratégie employée : Code de fonctionnement

8.7.4.1 Le Code de fonctionnement comprend toutes les politiques les procédures et les lignes directrices approuvés par l'ACSC;

8.7.4.2 Le manuel doit être disponible dans les deux langues officielles, à l'exception des articles rédigés dans la période de temps entre des assemblées annuelles.

8.8 Objectifs poursuivis dans la trousse de marketing

- 8.8.1 Faire connaître aux commanditaires du secteur privé et aux autres parties intéressées les programmes offerts par l'ACSC.
- 8.8.2 Stratégie employée : trousse de marketing de l'ACSC
 - 8.8.2.1 La trousse donne un aperçu des divers programmes à la disposition des commanditaires.
- 8.9 Objectifs poursuivis avec le matériel audio-visuel
 - 8.9.1 Faire de l'ACSC une force positive dans le sport amateur.
 - 8.9.2 Communiquer avec les membres de l'ACSC intéressés et les commanditaires potentiels.
 - 8.9.3 Stratégie employée : matériel audio-visuel
 - 8.9.3.1 Comprend les renseignements d'ordre général et particulier sur l'Association canadienne, les organismes provinciaux, les institutions membres et les personnes;
 - 8.9.3.2 Doit être révisé par le personnel du bureau national et soumis à l'approbation du comité de direction avant l'usage promotionnel ou commercial;
 - 8.9.3.3 Le matériel produit devra intégrer le son et l'image.

Section 9 Procédures de classement

- 9.1 Introduction
 - 9.1.1 Le classement est le véhicule de promotion du sport collégial et de l'ACSC avant et durant les championnats canadiens.
 - 9.1.2 Plusieurs mettent en doute la précision et la validité d'un système de classement qui détermine les meilleures équipes au pays. Voilà une des raisons pour lesquelles le classement suscite tant d'intérêt pour le sport collégial et de l'ACSC auprès du grand public et des médias. Tout système de classement suscitera toujours la controverse malgré les meilleurs fondements scientifiques utilisés. Cependant, sans cette controverse le classement devient inefficace et désuet.
 - 9.1.3 Les questions et inquiétudes concernant le classement devraient être dirigées au bureau national et/ou au commissaire respectif via le responsable des sports. Le bureau national et/ou le commissaire impliqué répondront
- 9.2 Directives
 - 9.2.1 Les dix meilleures équipes doivent être choisies pour les médias; les quinze meilleures pour l'ACSC. Sauf pour le golf, où les dix meilleures équipes seront classées.
 - 9.2.2 Les commissaires des sports de l'ACSC devront veiller à la compilation du classement. Les commissaires nationaux doivent suivre les directives de classement dont la liste apparaît ci-après pour faire la compilation du classement hebdomadaire.

- 9.2.2.1 Les représentants de conférence doivent soumettre les cinq meilleurs de leur conférence au commissaire chaque semaine au plus tard le lundi à 17h00 HNE. Note : **une amende croissante de 50\$** sera imposée chaque semaine à la CM dont les documents ne sont pas reçus. De plus, cette conférence ne sera pas inscrite au classement de la semaine à cause de son omission. Tous les votes de la semaine par chaque commissaire peuvent être révisés par les membres qui en font la demande. **Le commissaire national classe les équipes de chaque conférence dans l'ordre soumis par la personne désignée de la CM.** Ainsi, les équipes classées en dessous de la première équipe de conférence ne la dépasseront pas au classement de l'ACSC.
- 9.2.2.2 Nous « recommandons fortement » au représentant de l'APSC d'envoyer par courriel leurs 15 premiers choix (10 premières équipes pour le golf) au commissaire, chaque lundi avant 17 h HNE. Toute soumission tardive sera exclue du classement de la semaine. Les votes de la semaine de chaque conférence peuvent être révisés par les membres qui en font la demande.
- 9.2.2.3 Le représentant de la CM doit travailler avec les mêmes lignes directrices relatives au classement que le commissaire national.
- 9.2.2.4 Les représentants des CM peuvent élaborer leur classement soit en recueillant les votes des entraîneurs des CM soit en étant nommés pour surveiller et pour voter selon les statistiques hebdomadaires. La procédure interne utilisée dans chaque conférence demeure sous la juridiction de la CM.
- 9.2.2.5 Le commissaire de l'ACSC devra compiler les résultats de chaque représentant d'CM et utiliser ces résultats comme guide avant de soumettre le classement final à l'ACSC de l'ACSC, chaque semaine, au plus tard le mardi à 13h30 HNE.
- 9.2.3 Les représentants de conférence ou les statisticiens qui envoient des données relatives au classement doivent être en mesure de le faire chaque semaine. L'on tiendra compte, lors du classement, des facteurs influençant l'issue d'une partie (soit une blessure à un joueur clé, etc.).
- 9.2.4 Les résultats soumis à chaque semaine doivent comprendre :
- a) l'horaire complet de la conférence;
 - b) les résultats complets des parties;
 - c) toutes les joutes interprovinciales de ligue, de tournoi et hors-concours de la semaine précédente;
 - d) tous les changements de joueurs imputables à l'inscription, au retrait académique ou aux blessures;
 - e) tout changement récent du personnel des entraîneurs;
 - f) toute action disciplinaire récente prise contre une équipe et qui pourra influencer le classement final;
 - g) tout renseignement jugé utile;
 - h) les changements de classement des équipes devraient se faire graduellement.
- 9.2.5 Lignes directrices relatives au classement
- Les directives de l'ACSC relatives au classement doivent être respectées par le commissaire national conformément au Code de fonctionnement, la seule exception étant la période suivant immédiatement les appels des commissaires provinciaux du mois de janvier.
- a) Laisser les résultats de la semaine/des matches dicter le mouvement des équipes au classement, qui ne doit pas être fondé sur une perception du potentiel ou du manque de potentiel d'une équipe;

- b) toutes les parties contre des adversaires de l'ACSC compteront, les parties jouées contre des équipes de la SIC, de la NCAA, des équipes seniors ne compteront pas; cependant, elles devraient être distribuées;
 - c) Une équipe peut perdre une position à la suite d'une victoire seulement dans la situation suivante, soit lorsque les équipes classées plus haut qu'elle ont perdu et que les équipes classées plus bas ont gagné. Une équipe ne peut perdre plus de cinq places au classement à la suite d'une défaite. Interprétation : si une équipe perd plus d'une fois depuis le dernier classement, elle peut toutefois perdre plus de cinq places;
 - d) seules les quinze meilleures équipes peuvent accéder aux dix meilleures places. Si une équipe qui n'est pas classée joue et défait une équipe hautement classée dans un tournoi ou dans une partie de ligue et que l'équipe non classée n'avait pas été antérieurement considérée parmi les 15 meilleures, l'équipe non classée ne peut monter dans les 10 premières places; cependant, elle peut monter parmi les quinze meilleures.
 - e) les équipes qui sont défaites ne devraient pas monter dans le classement à moins que les équipes classées au-dessus d'elles soient toutes défaites et que la performance face aux l'équipe perdante soit meilleure que celle des autres équipes prises en considération;
 - f) l'emplacement de la partie (devant leurs partisans, en voyage ou en territoire neutre) peut servir de critère pour peser l'importance d'une victoire ou d'une défaite;
 - g) si une équipe se repose ou joue contre une équipe qui ne fait pas partie du classement, elle peut se déplacer (vers le haut ou vers le bas) pourvu que les équipes au-dessus d'elle perdent ou que sa performance face aux équipes gagnantes soit supérieure. Elle peut se déplacer vers le bas si les équipes en dessous d'elle gagnent et que sa performance face à face mérite cette baisse.
 - h) lors des finales de conférence, si une équipe inférieure bat une équipe supérieure, on suivra les indications suivantes:
 - (i) si les équipes sont classées à 1 ou 2 positions de distance, elles peuvent échanger leurs positions;
 - (ii) si les équipes sont classées à 3 positions ou plus de distance et que pendant toute la saison elles ont été constantes, l'équipe inférieure devrait se déplacer vers le haut et l'équipe supérieure devrait se déplacer vers le bas; cependant, mais pas nécessairement plus bas que l'équipe qui l'a vaincue;
 - (iii) lorsqu'une équipe est éliminée des éliminatoires, qu'il s'agisse d'une surprise ou non, elle ne devrait pas nécessairement être déplacée en dessous des 10 meilleures équipes (veuillez suivre les indications présentées en (c).
- 9.2.6 Les commissaires de conférence et leurs personnes ressources devraient pouvoir transmettre leurs commentaires aux commissaires par télécopieur ou par courriel.
- 9.2.7 Un classement final de l'ACSC devrait être émis à la suite du championnat canadien de l'ACSC pour refléter les positions finales des équipes ayant participé au championnat.
- 9.3 Facteurs considérés
- Le commissaire prendra en considération les facteurs suivants par ordre de priorité.
- 9.3.1 Les performances dans sa propre conférence
- i) Le classement actuel de la conférence;
 - ii) Les résultats de la conférence pour la semaine.
- 9.3.2 Les performances à l'extérieur de sa propre conférence

- i) tournois interconférences (soient Hagen, Coup d'Est, et la classique Colt)
- ii) parties hors-concours interconférences.

9.3.3 La puissance relative de la conférence au niveau canadien

Les renseignements qui servent à cette évaluation :

- i) les tournois interconférences;
- ii) les parties hors concours interconférences
- iii) les résultats aux championnats précédents de l'ACSC.

9.3.4 Pour ce qui est des facteurs 3.2 et 3.3, les résultats des parties hors concours ou de tournois interconférences seront utilisés pour établir le classement, même si la compétition a eu lieu un mois auparavant. Toutefois, il va sans dire que les résultats les plus récents ont une plus grande pondération.

9.4 Procédures

9.4.1 Chaque semaine, le lundi matin, les conférences soumettent les résultats des activités de la semaine précédente au commissaire national de leur sport, p.e. résultats de "soccer féminin" au commissaire national du soccer féminin, etc. Les résultats comprendront le classement actuel de la conférence, les résultats des parties de la semaine précédente et les résultats de toutes les activités interconférences qui ont eu cours durant cette période.

9.4.2 Les commissaires nationaux classent les 15 meilleures équipes (10 meilleures équipes pour le golf) et font parvenir les résultats à l'ACSC (par télécopieur) pour le mardi à 13h30.

9.4.3 Dans le cas où, par inadvertance, un commissaire national a oublié de tenir compte d'une conférence de l'ACSC, la conférence qui a le plus grand nombre de représentants au classement verra rayé du classement son dernier représentant et la conférence qui avait été oubliée aura un représentant qui occupera la 15e place (NB : dans le cas où deux conférences ou plus ont le même nombre de représentants, on rayera du classement les représentants qui occupent le rang le plus bas pour faire place au représentant de la conférence oubliée).

9.4.4 Le bureau national publie le classement final sur le site Web de l'ACSC et le distribue aux médias, aux institutions membres et aux représentants de conférence.

9.4.5 Les conférences membres qui omettent de transmettre à toutes les semaines leurs résultats en vue du classement se verront imposer une amende de **50\$** pour une première omission, une amende de **100\$** pour une deuxième omission, une amende de **150\$** pour une troisième omission et une augmentation progressive de **50\$** au montant de l'amende pour toute autre récidive.

9.5 Dans le cas du basketball et du volleyball, tous les résultats pertinents seront envoyés au comité du tirage qui pourrait être invité à participer à l'élaboration du classement ou qui pourrait faire régulièrement des suggestions au commissaire national du basketball et du volleyball masculins et féminins.

9.6 Échéancier du comité du classement pour le soccer, le volleyball et le basketball

Deuxième lundi de septembre	Le statisticien de conférence doit envoyer, par courriel, aux commissaires, tous les résultats des parties.
Deuxième mardi de septembre	Début du classement au soccer masculin et féminin.

Premier lundi de novembre	Le statisticien de conférence doit envoyer aux commissaires, par courriel, toutes les semaines, tous les résultats de basketball et de volleyball.
Premier mardi de novembre	Début du classement pour le volleyball et le basketball féminins et masculins.
Mardi suivant les finales de conf.	Classement final pour le soccer
Premier lundi après vac. de Noël	Appel des commissaires de conférence avec leur commissaire national respectif
Premier mardi après vac. de Noël	Relance des classements de basketball et de volleyball masculins et féminins pour la nouvelle année.
Mardi suivant les finales de conf	Classement final pour le volleyball.
Mardi suivant les finales de conf.	Classement final pour le basketball.

9.7 Classement de badminton, golf et cross-country

- 9.7.1. Un classement sera dressé selon le calendrier suivant et le classement final ne comprendra que les équipes participant aux championnats canadiens.
- 9.7.1.1 Badminton: dernière semaine de novembre, dernière semaine de janvier et une semaine avant les championnats canadiens
- 9.7.1.1.1 Les hommes et les femmes sont classés ensemble.
- 9.7.1.2 Golf : deuxième et quatrième semaine de septembre et une semaine avant les championnats canadiens
- 9.7.1.3 Cross-country : première et troisième semaine d'octobre et une semaine avant les championnats canadiens
- 9.7.2 Chaque commissaire provincial fera parvenir le calendrier de badminton de sa province, dès qu'il est prêt, au commissaire national.
- 9.7.3 Le commissaire national devra cueillir les classements provinciaux de chaque conférence le jour avant la publication de chaque classement canadien et compiler le classement canadien.
- 9.7.4 Chaque commissaire provincial devra fournir l'information sur les principaux joueurs de chaque conférence.

Section 10 Tableau d'affichage

Comme les classements nationaux hebdomadaires de l'ACSC, le tableau d'affichage de l'ACSC sert principalement comme moyen de promouvoir davantage l'organisme et d'améliorer la crédibilité des sports de l'ACSC et des étudiants-athlètes à travers le pays. Rapporter les pointages des parties et les résultats sur une base régulière et rapide, permet aux médias d'accéder aux résultats à la minute près et aux classements lorsque les parties sont terminées

10.1 Procédures de mise à jour

- 10.1.1 Il incombe aux conférences de veiller à ce que les résultats de compétition soient rapportés correctement dans tous sports de l'ACSC et que les classements de conférence soient exacts.
- 10.1.2 L'ACSC fournira un lien sur la page des résultats de son site Web vers les classements de conférence, les résultats de ligue et les résultats des éliminatoires de conférence.