

**Politique sur l'admissibilité et l'autorisation  
à utiliser l'image de marque  
ÉduCanada<sup>1</sup> : Un monde de possibilités/A world of possibilities<sup>2</sup>**



**EduCanada** <sup>MC</sup>  
<sup>TM</sup>

Un monde de possibilités  
A world of possibilities

---

<sup>1</sup>Pour faciliter la consultation, *ÉduCanada : Un monde de possibilités/A world of possibilities* apparaîtra sous la forme contractée *ÉduCanada* tout au long de la présente politique.

<sup>2</sup>Affaires mondiales Canada (AMC) et les provinces et les territoires, par l'entremise de la Corporation du Conseil des ministres de l'Éducation, Canada (CCMEC), se réservent le droit de réviser, de modifier et d'interpréter le présent document au besoin, compte tenu des modifications aux politiques et/ou aux lois provinciales/territoriales pertinentes qui pourraient entrer en vigueur.

## TABLE DES MATIÈRES

<b>DÉFINITIONS</b> .....	3
<b>1. BUT</b> .....	5
1.1. Mettre en valeur l'excellence de l'éducation au Canada .....	5
1.2. Partenariat entre les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux .....	5
<b>2. PRINCIPES</b> .....	5
2.1. Une grande qualité est essentielle .....	5
<b>3. ADMISSIBILITÉ DES GOUVERNEMENTS ET DU CMEC</b> .....	6
<b>4. ADMISSIBILITÉ DES ÉTABLISSEMENTS D'ENSEIGNEMENT</b> .....	6
4.1. Utilisation de l'image de marque .....	6
<b>5. AUTORISATION DES ORGANISATIONS NON GOUVERNEMENTALES (ONG)</b> .....	7
5.1. Trois types d'ONG .....	7
5.2. Critères d'admission pour les ONG.....	8
5.3. Exceptions ayant trait à une ONG .....	8
5.4. Soumission des demandes des ONG.....	8
<b>6. RÉSUMÉ DES CATÉGORIES D'ADMISSIBILITÉ À UTILISER L'IMAGE DE MARQUE</b> .....	8
6.1. Établissements .....	8
6.2. Autorisation pour les organisations non gouvernementales (ONG) .....	9
<b>7. PROCESSUS ET CONDITIONS D'AUTORISATION À UTILISER L'IMAGE DE MARQUE PAR LES GOUVERNEMENTS</b> .....	9
7.1. Pour les établissements d'enseignement.....	9
7.2. Pour les ONG du secteur de l'éducation .....	10
7.3. Tierces parties .....	11
<b>8. PARTICIPATION À DES ÉVÉNEMENTS PROMOTIONNELS</b> .....	11
8.1. Types d'événements .....	11
8.2. Participation à des événements portant l'image de marque .....	12
<b>9. DROITS DES GOUVERNEMENTS</b> .....	14
9.1. Gouvernements fédéral et provinciaux ou territoriaux .....	14

## DÉFINITIONS

1. **Image de marque** : Désigne la marque de commerce reproduite à l'Appendice A de la présente politique.
2. **Établissements admissibles à utiliser l'image de marque** : Établissements qui garantissent d'offrir une éducation de grande qualité, telle qu'elle est définie par les critères énoncés dans la Politique sur l'admissibilité et l'autorisation à utiliser l'image de marque et tel que déterminé par les gouvernements provinciaux ou territoriaux. Les établissements admissibles à utiliser l'image de marque peuvent participer à des événements que le gouvernement fédéral parraine à l'étranger à l'intérieur du « Pavillon du Canada », lors des événements multinationaux, ou des événements exclusivement canadiens.
3. **Établissements et organisations non gouvernementales (ONG) autorisés à utiliser l'image de marque** : Établissements et ONG du secteur de l'éducation qui répondent aux critères d'admissibilité à utiliser l'image de marque, qui ont présenté une demande, et qui ont obtenu de la Corporation du Conseil des ministres de l'Éducation, Canada (CCMEC), l'autorisation à utiliser l'image de marque, après avoir suivi le processus obligatoire, qui comprend une formation sur l'image de marque et la signature d'un contrat de sous-licence. Les ONG et les établissements autorisés à utiliser l'image de marque peuvent, en plus de participer à des événements que le gouvernement fédéral parraine à l'étranger, utiliser le logo de l'image de marque sur leurs propres produits.
4. **Organisations non gouvernementales (ONG)** : Aux fins de cette politique, une ONG est une association d'établissements d'enseignement. Elle comprend également des associations coopératives sans but lucratif créées pour promouvoir l'expertise en éducation et en formation d'une ou de plusieurs provinces ou territoires.
5. **Accord de licence-cadre** : Principal élément liant Affaires mondiales Canada (AMC) et la CCMEC (au nom des provinces et des territoires) pour ce qui est de la réalisation des activités opérationnelles se rattachant à l'image de marque du Canada en matière d'éducation internationale. Entre autres, l'accord de licence-cadre facilite l'octroi de contrats de sous-licence à des établissements d'enseignement et à des ONG du Canada.
6. **Contrat de sous-licence** : Principal élément opérationnel liant la CCMEC aux établissements ou aux ONG du Canada autorisés à utiliser l'image de marque. Afin de protéger l'identité de l'image de marque, tous les établissements et toutes les ONG admissibles doivent avoir une autorisation écrite sous forme de sous-licence, pour pouvoir utiliser l'image de marque.
7. **Sous-titulaire de licence** : Tout établissement d'enseignement ou toute ONG ayant obtenu de la CCMEC une sous-licence l'autorisant à utiliser la marque de commerce et/ou à distribuer des produits la présentant, selon certaines modalités du contrat de sous-licence.
8. **Programme des étudiants étrangers (PEE)** : Le 1<sup>er</sup> juin 2014, Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada (IRCC) a mis en œuvre un nouveau règlement fédéral ayant trait aux

permis d'études des étudiantes et étudiants internationaux. L'objectif général de ce règlement consiste à renforcer l'intégrité du programme d'immigration du Canada en exigeant explicitement que les détentrices et détenteurs de permis d'études poursuivent activement leurs études, en réduisant le nombre d'établissements d'enseignement potentiellement frauduleux, dont les mécanismes d'assurance de la qualité relatifs à l'accueil de détentrices et détenteurs de permis d'études ne sont pas fiables, et en facilitant l'entrée au Canada d'étudiantes et étudiants internationaux qui désirent sincèrement faire des études au Canada.

9. **Fournisseur de services tiers** : Un fournisseur de services tiers est une organisation chargée de fournir des services et un soutien logistique pour un événement organisé ou subventionné par les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux.

## 1. BUT

### 1.1. Mettre en valeur l'excellence de l'éducation au Canada

1.1.1. Les gouvernements<sup>3</sup> doivent faire preuve de diligence raisonnable pour renforcer le message sur l'excellence de l'éducation au Canada et éviter tout mauvais emploi ou abus qui pourrait ternir la réputation du Canada dans la communauté internationale de l'éducation.

1.1.2. Même s'il est acquis qu'il faut qu'un très grand nombre d'établissements utilisent une image de marque de l'éducation pour que celle-ci ait un effet maximal, la présente politique a pour but de veiller à ce que seuls les établissements qui garantissent d'offrir une éducation de grande qualité, et les organismes qui les représentent, soient admissibles à demander l'autorisation à utiliser l'image de marque.

### 1.2. Partenariat entre les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux

1.2.1. La Politique sur l'admissibilité et l'autorisation à utiliser l'image de marque révisée en 2018 vise la mise en œuvre des grandes lignes du partenariat entre les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux ayant trait à l'image de marque et fait suite à l'échange de lettres entre l'ancien président du Comité consultatif des sous-ministres de l'Éducation (CCSME), M. John Kershaw (9 mai 2008), et l'ancienne sous-ministre du Commerce international, M<sup>me</sup> Marie-Lucie Morin (22 août 2008).

## 2. PRINCIPES

### 2.1. Une grande qualité est essentielle

2.1.1. La grande qualité des services éducatifs offerts par les établissements du Canada fait partie intégrante de l'identité communiquée par l'image de marque ÉduCanada. Pour que l'image de marque soit efficace sur le plan du marketing et puisse promouvoir l'excellence à l'échelle internationale du secteur de l'éducation au Canada, elle doit garantir aux autres pays, ainsi qu'aux étudiantes et étudiants potentiels que :

- a. les établissements qui utilisent l'image de marque offrent toujours des programmes d'éducation de grande qualité et sont assujettis à des mécanismes d'assurance de la qualité qui permettent de veiller au respect des pratiques et des normes de qualité provinciales, territoriales, pancanadiennes et internationales, y compris le *Cadre pancanadien de reconnaissance des qualifications* (CMEC), les [Procédures et normes d'évaluation des nouveaux](#)

---

<sup>3</sup> Le terme « gouvernements » fait référence au gouvernement fédéral, représenté par AMC, et aux gouvernements provinciaux et territoriaux, représentés par la CCMEC. ÉduCanada est une image de marque de commerce protégée qui appuie l'offre éducative des provinces et des territoires au niveau international. Cette marque est la propriété d'AMC et est le produit d'un partenariat entre AMC et les provinces et les territoires au sein du Conseil des ministres de l'Éducation (Canada) [CMEC]. Les provinces et les territoires sont autorisés à l'utiliser aux termes d'un accord de licence-cadre officiel conclu avec la CCMEC. Toute reproduction non autorisée est interdite.

établissements conférant des grades (CMEC), les *Lignes directrices pour des prestations de qualité dans l'enseignement supérieur transfrontalier* (OCDE/UNESCO) ainsi que les mécanismes d'assurance de la qualité reconnus par les provinces et les territoires;

- b. les établissements qui utilisent l'image de marque traitent avec les étudiantes et étudiants internationaux d'une manière conforme aux codes de pratique généralement reconnus. Ces codes de pratique peuvent viser, par exemple, la publicité véridique, l'offre de plans d'études clairs, l'offre de soutien et de services de qualité aux étudiantes et étudiants, le fait d'avoir une politique de gestion des risques, ou d'avoir une politique claire de remboursement des frais de scolarité et le fait de pouvoir communiquer avec ces étudiantes et étudiants;
- c. seuls les établissements qui ont obtenu l'autorisation de leur gouvernement provincial ou territorial respectif, qui ont suivi la formation nécessaire sur l'image de marque et qui ont signé le contrat de sous-licence seront autorisés à utiliser l'image de marque, étant donné la nécessité de protéger l'intégrité de l'image de marque.

### **3. ADMISSIBILITÉ DES GOUVERNEMENTS ET DU CMEC**

Les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux, leurs ministères et organismes respectifs, ainsi que le CMEC sont autorisés à utiliser l'image de marque. Tous les gouvernements doivent utiliser l'image de marque d'une façon conforme aux Normes de l'image de marque ÉduCanada.

### **4. ADMISSIBILITÉ DES ÉTABLISSEMENTS D'ENSEIGNEMENT**

#### **4.1. Utilisation de l'image de marque**

L'utilisation de l'image de marque par un établissement d'enseignement ou une école, selon les définitions suivantes, est conditionnelle à l'approbation provinciale ou territoriale.

- a. Les établissements postsecondaires (publics ou privés) qui sont désignés par une province ou un territoire pour participer au Programme des étudiants étrangers (PEE) et qui sont par conséquent autorisés à accueillir des étudiantes et étudiants internationaux, qui ont été soumis à un régime d'assurance de la qualité ou toute autre loi pertinente, reconnu ou imposé par un gouvernement provincial ou territorial, et qui donne l'assurance d'une protection des consommatrices et consommateurs et d'une norme de pratique dans le traitement des étudiantes et étudiants, sont admissibles à utiliser l'image de marque.

- b. Les établissements postsecondaires privés qui sont autorisés à conférer des grades en vertu d'un processus reconnu par un gouvernement provincial ou territorial, qui comprend un mécanisme d'assurance de la qualité, là où la reconnaissance porte expressément sur le programme menant à un grade plutôt que sur l'établissement dans son ensemble, l'admissibilité à utiliser l'image de marque se limitera également expressément à ce programme.
- c. Les districts ou les conseils ou commissions scolaires publics qui sont subventionnés par un gouvernement provincial ou territorial et qui doivent rendre des comptes à ce dernier.
- d. Les écoles primaires et secondaires indépendantes ou privées du Canada autorisées et/ou agréées pour dispenser les programmes d'études provinciaux ou territoriaux.
- e. Aux fins du présent article, le CMEC et certains gouvernements provinciaux et territoriaux reconnaissent l'agrément de Langues Canada. Tout établissement de formation linguistique agréé par cette organisation est admissible à présenter une demande de sous-licence à condition d'avoir reçu l'approbation de son gouvernement provincial ou territorial. Une province ou un territoire peut, à tout moment, imposer son propre système d'assurance de la qualité ou mécanisme de protection des consommatrices et consommateurs, lequel s'ajoutera à l'accréditation de Langues Canada ou remplacera celle-ci.

## **5. AUTORISATION DES ORGANISATIONS NON GOUVERNEMENTALES (ONG)**

Aux fins d'interprétation de cette politique, les exigences d'autorisation à utiliser l'image de marque sont définies ci-dessous pour trois types d'ONG : les ONG pancanadiennes, les ONG régionales et les ONG provinciales ou territoriales.

### **5.1. Trois types d'ONG**

#### **5.1.1. ONG pancanadienne**

Une ONG pancanadienne est une entité qui comprend des établissements d'enseignement situés dans deux provinces ou territoires, ou plus.

#### **5.1.2. ONG régionale**

Une ONG régionale est une entité qui comprend des établissements d'enseignement situés dans deux provinces ou territoires, ou plus et appartenant à la même zone géographique.

#### **5.1.3. ONG provinciale ou territoriale**

Une ONG provinciale ou territoriale est une entité dont les établissements d'enseignement proviennent tous d'une seule province ou d'un seul territoire, et

dont l'administration centrale se situe dans la province ou le territoire qui accorde l'admissibilité.

## 5.2. Critères d'admission pour les ONG

Pour soumettre une demande d'autorisation à utiliser l'image de marque, et donc pouvoir participer à des événements portant l'image de marque, une ONG doit :

- a. fournir une liste des membres votants et démontrer que tous ses membres sont admissibles à utiliser l'image de marque dans la province ou le territoire où ils résident;
- b. fournir une charte de fonctionnement légale et un calendrier de son assemblée générale;
- c. fournir un document approuvé par son conseil d'administration qui indique son intention d'entreprendre des activités promotionnelles destinées aux étudiantes et étudiants internationaux;
- d. produire et distribuer un rapport annuel et des états financiers audités;
- e. soumettre une copie de ses états financiers audités des deux dernières années.

## 5.3. Exceptions ayant trait à une ONG

Une ONG qui ne satisfait pas entièrement aux critères susmentionnés peut soumettre une demande pour avoir accès à l'image de marque. Une telle demande sera examinée de façon extraordinaire sur une base flexible par le Comité consultatif fédéral-provincial sur les activités internationales liées à l'éducation (CCFPAIE) en se fiant à l'ensemble de la demande de l'ONG.

## 5.4. Soumission des demandes des ONG

Toutes les demandes des ONG doivent être envoyées au Secrétariat du CMEC.

# 6. RÉSUMÉ DES CATÉGORIES D'ADMISSIBILITÉ À UTILISER L'IMAGE DE MARQUE

## 6.1. Établissements

### 6.1.1. Établissements non admissibles à utiliser l'image de marque

Les établissements qui ne répondent pas aux critères d'admissibilité stipulés dans la présente politique.

### 6.1.2. Établissements admissibles, mais non autorisés à utiliser l'image de marque

Les établissements qui répondent aux critères d'admissibilité stipulés dans la politique, mais non autorisés à avoir accès à l'image de marque. Ceci peut se produire pour diverses raisons, y compris :

- a. l'établissement n'a pas demandé l'autorisation à utiliser l'image de marque;
- b. l'établissement ne remplit pas encore les exigences pour avoir accès à l'image de marque (p. ex., avoir suivi une formation obligatoire ou avoir signé un contrat de sous-licence);
- c. l'établissement se voit refuser l'autorisation à utiliser l'image de marque à la suite d'une décision gouvernementale (une province ou un territoire peut, par exemple, interdire à certains établissements l'accès à l'image de marque, ou le gouvernement fédéral peut enlever l'accès à un établissement en raison d'agissements inappropriés de ce dernier à l'étranger);
- d. l'établissement s'est vu retirer l'autorisation à utiliser l'image de marque pour des raisons telles que le non-respect des modalités du contrat de sous-licence.

#### 6.1.3. Établissements admissibles et autorisés à utiliser l'image de marque

Les établissements qui répondent aux critères d'admissibilité stipulés dans la politique, et qui ont demandé et obtenu l'autorisation du CMEC à utiliser l'image de marque.

#### 6.2. Autorisation pour les organisations non gouvernementales (ONG)

Les ONG pancanadiennes et/ou régionales et/ou provinciales ou territoriales doivent soumettre une demande pour avoir accès à l'image de marque conformément à la procédure décrite dans la présente politique.

##### 6.2.1. ONG autorisées à utiliser l'image de marque

Les ONG qui satisfont aux exigences et qui ont reçu l'approbation conformément à la présente politique doivent suivre une formation obligatoire ayant trait à l'image de marque et signer un contrat de sous-licence pour obtenir du CMEC l'autorisation à utiliser l'image de marque.

## **7. PROCESSUS ET CONDITIONS D'AUTORISATION À UTILISER L'IMAGE DE MARQUE PAR LES GOUVERNEMENTS**

### 7.1. Pour les établissements d'enseignement

7.1.1. Un établissement d'enseignement qui remplit les conditions décrites à l'article 4 est admissible à demander l'autorisation à utiliser l'image de marque en soumettant une demande au Secrétariat du CMEC à [educanada@cmecc.ca](mailto:educanada@cmecc.ca), en indiquant clairement le nom de l'établissement et celui d'une ou de plusieurs personnes-contact.

7.1.2. Après avoir reçu la demande, le Secrétariat du CMEC vérifiera l'admissibilité de l'établissement dans la liste provinciale ou territoriale concernée et s'assurera qu'une ou des personnes qui représentent l'établissement ayant fait une demande a suivi la formation requise sur les directives techniques relatives à l'image de marque. Si l'établissement est admissible, qu'une ou des personnes le représentant a suivi la

formation ayant trait à l'utilisation de l'image de marque et a signé le contrat de sous-licence requis, le Secrétariat du CMEC considérera que l'établissement est autorisé à utiliser l'image de marque ÉduCanada.

7.1.3. Tous les ans, au 1<sup>er</sup> janvier, chaque province et chaque territoire doit soumettre au Secrétariat du CMEC sa liste d'établissements admissibles qui satisfont à la fois aux exigences de la Politique sur l'admissibilité et l'autorisation à utiliser l'image de marque, et aux exigences de sa propre politique concernant l'admissibilité à utiliser l'image de marque. (Dans certains cas, l'autorisation de certaines provinces et de certains territoires sera également exigée.)

Le Secrétariat du CMEC transmettra une copie des listes fournies par les provinces ou les territoires à AMC et les publiera sur le site extranet d'ÉduCanada à [www.extranet-educanada.ca](http://www.extranet-educanada.ca). Nonobstant le processus de mise à jour annuel précité, les gouvernements provinciaux et territoriaux sont invités à mettre à jour leurs listes respectives d'admissibilité à utiliser l'image de marque tout au long de l'année, en coordination avec le Secrétariat du CMEC.

7.1.4. Seuls les établissements figurant sur les listes respectives d'admissibilité des provinces ou des territoires peuvent être autorisés à utiliser l'image de marque.

7.1.5. Les provinces et les territoires sont invités à communiquer les renseignements sur les séances de formation ayant trait à l'image de marque aux établissements admissibles, et particulièrement lorsque ceux-ci deviennent admissibles à utiliser l'image de marque. Le gouvernement fédéral est invité à communiquer l'information ayant trait à l'image de marque aux établissements et aux ONG qui participent à ses événements promotionnels.

7.1.6. Les établissements admissibles et les établissements autorisés à utiliser l'image de marque agissant de façon inappropriée (tel qu'énoncé dans le *Code canadien des normes de la publicité*; les règlements et politiques respectifs des provinces et territoires, et, dans le cas des établissements autorisés à utiliser l'image de marque, l'accord de sous-licence d'ÉduCanada) qui pourrait ternir la réputation du Canada à l'étranger ou qui ne se conforment pas aux conditions de la sous-licence pourraient voir révoquée leur admissibilité à utiliser l'image de marque ou la sous-licence à tout moment, à la demande de la personne qui représente le gouvernement fédéral, ou le Secrétariat du CMEC ou le gouvernement provincial ou territorial. (Cette révocation sera en vigueur pendant une année, après laquelle l'établissement pourra demander à être admissible à utiliser l'image de marque de nouveau auprès de sa province ou de son territoire.)

## 7.2. Pour les ONG du secteur de l'éducation

7.2.1. Une ONG pancanadienne, régionale, provinciale ou territoriale du secteur de l'éducation qui remplit les critères énoncés à l'article 5.2 peut demander l'autorisation à utiliser l'image de marque en soumettant une demande au Secrétariat du CMEC à

educanada@cmecc.ca, en indiquant clairement le nom de l'ONG et d'une personne-contact.

7.2.2. Les demandes provenant des ONG pancanadiennes ou régionales du secteur de l'éducation sont examinées par le Secrétariat du CMEC sur la base de la documentation fournie (voir l'article 5.2 Critères d'admission pour les ONG).

Le Secrétariat du CMEC envoie son analyse aux membres du CCFPAIE à des fins de décision. Le CCFPAIE peut également établir des conditions à l'utilisation de l'image de marque par une ONG pancanadienne ou régionale. Il incombe au Secrétariat du CMEC de transmettre la décision à l'ONG pancanadienne ou régionale.

7.2.3. Les demandes provenant des ONG provinciales ou territoriales du secteur de l'éducation sont examinées par la province ou le territoire concerné sur la base de la documentation fournie (voir l'article 5.2. Critères d'admission pour les ONG).

Il incombe à la province ou au territoire de communiquer sa décision aux membres du CCFPAIE qui peuvent, s'ils le souhaitent, soumettre leurs commentaires à la province ou au territoire concerné dans un délai de 25 jours. La province ou le territoire peut tenir compte de ces commentaires. Il incombe à la province ou au territoire de transmettre la décision au Secrétariat du CMEC pour l'opérationnalisation, et à l'ONG provinciale ou territoriale qui a fait la demande.

7.2.4. Les ONG autorisées à utiliser l'image de marque agissant de façon inappropriée qui pourraient ternir la réputation du Canada à l'étranger ou qui ne se conforment pas aux conditions de la sous-licence peuvent voir révoquée leur admissibilité à utiliser l'image de marque ou la sous-licence à tout moment, à la demande de la personne qui représente le gouvernement fédéral, ou le Secrétariat du CMEC ou le gouvernement provincial ou territorial. Cette révocation sera en vigueur pendant une année.

### 7.3. Tierces parties

Bien que les établissements autorisés à utiliser l'image de marque puissent choisir de travailler avec des tierces parties, comme des agentes ou agents et des recruteuses ou recruteurs, ces établissements sont en fin de compte responsables de veiller à ce que les personnes qui agissent en leur nom ou qui les représentent à l'étranger respectent les principes et les normes de l'image de marque.

## **8. PARTICIPATION À DES ÉVÉNEMENTS PROMOTIONNELS**

### 8.1. Types d'événements

8.1.1. Bien que de nombreux types d'événements soient visés par cet article (foires, forums, expositions, conférences, salons professionnels, tables rondes, etc.), tous peuvent, aux fins de l'interprétation de la présente politique, être regroupés dans deux catégories : les événements exclusivement canadiens et les événements multinationaux.

### **a. Événements exclusivement canadiens**

Les événements exclusivement canadiens sont organisés par AMC ou les missions à l'étranger qui mettent en vedette l'image de marque, y compris les salons de l'éducation où la logistique peut être confiée à un fournisseur de service tiers.

Pour la catégorie des événements exclusivement canadiens, les points suivants s'appliquent :

Chaque événement exclusivement canadien doit avoir une zone portant l'image de marque (qui comprend des affiches qui témoignent de l'inclusion de l'image de marque ÉduCanada) et, le cas échéant, et si cela est possible, une zone ne portant pas l'image de marque. Les établissements, les gouvernements provinciaux et territoriaux et les ONG peuvent demander de participer à l'extérieur du « Pavillon du Canada ».

### **b. Événements multinationaux**

Les événements multinationaux sont des événements où de nombreux pays sont représentés et où le Canada – soit par l'entremise de la coordination du gouvernement fédéral ou en coopération avec les provinces et les territoires, ou les deux – a un pavillon qui met en vedette l'image de marque, à l'intérieur d'une foire plus vaste. Des exemples d'événements multinationaux comprennent la conférence de l'*Association of International Educators – NAFSA* (association des éducatrices et éducateurs internationaux) et la *China Education Expo – CEE* (la foire au recrutement du salon de l'éducation de Chine).

En ce qui concerne la catégorie des événements multinationaux, la politique ne s'applique qu'à l'admissibilité des établissements à participer à l'intérieur du « Pavillon du Canada » portant l'image de marque. Les établissements, les gouvernements provinciaux et territoriaux et les ONG peuvent choisir de participer à l'extérieur du « Pavillon du Canada ».

## **8.2. Participation à des événements portant l'image de marque**

8.2.1. Les établissements d'enseignement qui ont été autorisés à utiliser l'image de marque peuvent participer à des événements exclusivement canadiens et à des événements multinationaux à l'intérieur du « Pavillon du Canada » portant l'image de marque.

8.2.2. Les établissements non admissibles à utiliser l'image de marque ne peuvent pas participer à des événements exclusivement canadiens ni être placés à l'intérieur du « Pavillon du Canada » portant l'image de marque lors des événements multinationaux, à moins que la province ou le territoire dans lequel l'établissement est situé n'y consente clairement par écrit.

8.2.3. Les établissements admissibles à utiliser l'image de marque mais non autorisés, qui n'ont pas demandé l'autorisation à utiliser l'image de marque ou qui ne remplissent pas les critères pour avoir accès à l'image de marque (comme l'obligation de suivre une formation ayant trait à l'image de marque) peuvent participer à des événements exclusivement canadiens à l'intérieur du « Pavillon du Canada » portant l'image de marque lors des événements multinationaux.

8.2.4. Les établissements ou les ONG dont l'autorisation à utiliser l'image de marque a été révoquée pour des raisons telles que le non-respect des conditions du contrat de sous-licence ne peuvent pas participer à des événements exclusivement canadiens ou être placés à l'intérieur du « Pavillon du Canada » portant l'image de marque lors des événements multinationaux.

8.2.5. Les écoles privées autorisées à enseigner un programme d'études provincial ou territorial en dehors du Canada sont admissibles à participer à des événements exclusivement canadiens, mais seront placées dans une zone séparée.

Ces écoles pourront participer à des événements multinationaux, mais ne pourront pas être placées à l'intérieur du « Pavillon du Canada » portant l'image de marque lors des événements multinationaux.

8.2.6. Les compagnies offrant des services ou des biens qui favoriseraient ou attireraient des étudiantes et étudiants internationaux vers un établissement d'enseignement du Canada peuvent participer à des événements exclusivement canadiens en tant que commanditaires, mais devront être placées séparément dans une zone ne portant pas l'image de marque. Une préférence sera accordée aux compagnies canadiennes.

8.2.7. Un établissement admissible ou une ONG autorisée à utiliser l'image de marque et désirant utiliser les services d'une agente ou d'un agent d'éducation ou d'une consultante ou d'un consultant pour participer en son nom à des événements exclusivement canadiens et/ou être placé à l'intérieur du « Pavillon du Canada » portant l'image de marque lors des événements multinationaux doit signer le document fourni par AMC intitulé *Modalités pour la participation d'un agent d'éducation ou d'un consultant en éducation dans un événement promotionnel portant la marque*. (Voir à l'adresse suivante : <https://www.extranet-educanada.ca/portals/public-fr/#page/politique>.)

8.2.8. AMC, y compris les missions à l'étranger, doivent utiliser l'image de marque à tous les événements exclusivement canadiens et à l'intérieur du « Pavillon du Canada » portant l'image de marque lors des événements multinationaux, et ce, d'une façon conforme aux Normes de l'image de marque ÉduCanada. AMC, y compris les missions à l'étranger, doivent également veiller à ce que tout le matériel promotionnel – comme les annonces, les bannières portables, les photos, les documents de présentation, etc. – utilisé lors de ces événements ou d'autres activités dans lesquelles le Canada est présenté en tant que partenaire et pays où étudier et faire de la recherche, est produit conformément aux Normes de l'image de marque ÉduCanada.

Tous les gouvernements provinciaux et territoriaux, les organisations autorisées à utiliser l'image de marque et les établissements admissibles à utiliser l'image de marque sont encouragés à profiter pleinement de l'utilisation de l'image de marque afin de maximiser son profil et sa visibilité, et, par conséquent, d'augmenter l'attrait du Canada en tant que partenaire, et destination pour les études et la recherche.

8.2.9. Ces distinctions ne s'appliquent qu'aux services offerts dans le contexte de la politique sur l'admissibilité à utiliser l'image de marque et ne visent pas nécessairement les autres services dispensés par le Service des délégués commerciaux. Les établissements qui ne sont pas admissibles à participer à des événements exclusivement canadiens ou à être placés à l'intérieur du « Pavillon du Canada » portant l'image de marque lors des événements multinationaux organisés par le gouvernement du Canada peuvent tout de même être admissibles à recevoir d'autres services offerts par AMC.

## **9. DROITS DES GOUVERNEMENTS**

### **9.1. Gouvernements fédéral et provinciaux ou territoriaux**

Les gouvernements fédéral et provinciaux ou territoriaux ont le droit :

- a. de refuser l'autorisation à utiliser l'image de marque à un établissement, une ONG ou une tierce partie admissible;
- b. de retirer, à n'importe quel moment, un établissement de la liste d'admissibilité en raison d'agissements inappropriés de ce dernier au Canada ou à l'étranger;
- c. de retirer l'autorisation à utiliser l'image de marque à un établissement, à une ONG ou à une tierce partie admissible qui avait préalablement reçu l'autorisation, pour des raisons telles que le non-respect des modalités du contrat de sous-licence;
- d. d'imposer des conditions d'utilisation à un établissement, à une ONG ou à une tierce partie ayant reçu l'autorisation;
- e. de refuser qu'un établissement admissible participe au kiosque de la province ou du territoire à l'intérieur du « Pavillon du Canada » dans le cadre d'un événement multinational.

Image de marque



Marque de commerce telle que présentée dans la demande de marque de commerce  
n° 1774481