

LETTRE D'ENTENTE INTERVENUE ENTRE

d'une part : L'**Union des artistes**, syndicat professionnel constitué en vertu de la *Loi sur les syndicats professionnels*, L.R.Q., c. S-40, et association d'artistes reconnue tant en vertu de la *Loi sur le statut professionnel et les conditions d'engagement des artistes de la scène, du disque et du cinéma*, L.R.Q., c. S-32.1 que de la *Loi sur le statut de l'artiste*, L.R.C. (1985), c. S-19.6, ayant son siège social au 1441, boul. René-Lévesque Ouest, bureau 400, Montréal (Québec) H3G 1T7.
Site Internet : www.uniondesartistes.com

L'UDA a également des sections régionales sises à :

Québec : 580, Grande Allée Est, bureau 350, Québec (Québec) G1R 2K2

Toronto : 625 Church Street, Suite 103, Toronto, Ontario M4Y 2G1

ci-après l'*Union*

et d'autre part : L'Association des producteurs conjoints, sise au 2015 rue Peel, Bureau 925 Montréal (Québec) H3A 1T8, représente les membres de l'Association canadienne des annonceurs inc. (ACA), l'Association des agences de publicité du Québec inc. (A.A.P.Q.), ainsi que l'Institut des communications et de la publicité (ICP).

ci-après les *Producteurs conjoints*

OBJET : RENOUELEMENT DE L'ENTENTE COLLECTIVE

PRÉAMBULE

ATTENDU QUE les parties conviennent de se conformer à la *Loi sur le statut professionnel et les conditions d'engagement des artistes de la scène, du disque et du cinéma*, L.R.Q., chapitre S-32.1;

ATTENDU QUE les parties conviennent de prolonger l'entente collective du 1^{er} juin 2004 au 31 mai 2007 unissant l'Union et les Producteurs conjoints;

ATTENDU QUE tous les articles et annexes contenus à l'entente collective se terminant le 31 mai 2007 et toujours en vigueur et qui ne sont pas modifiés par la présente Lettre d'entente demeurent inchangés.

LES PARTIES CONVIENNENT DE CE QUI SUIT :

1. Le préambule fait partie intégrante de la présente entente.
2. L'Union et le Producteurs conjoints reconnaissent que l'entente collective entre l'Union des artistes et l'Association des Producteurs conjoints est reconduite avec les modifications ou ajouts suivants :

2.12 Câblodiffusion

Cet article est abrogé.

En concordance : abroger de l'entente collective la référence au terme « cablodiffusion », notamment aux endroits suivants :

- la mention à la table des matières;
- la mention à 2.19 (définition de circuit);
- le sous-titre devant 9.27;
- la mention à l'index.

2.19 Circuit

Mode de diffusion d'une annonce. Les circuits sont présentement au nombre de cinq (5) : radio, télévision, salles publiques/circuit fermé (re: 9.38), produits du commerce et publications.

2.31 Duetliste

La personne qui participe à un duo de chant.

5.06

Le producteur s'engage à verser à la Caisse de sécurité des artistes un montant équivalent à treize pour cent (13 %) de tous les cachets à titre de contribution. Le producteur s'engage aussi à déduire un montant équivalent à quatre et demi pour cent (4 ½ %) sur tous les cachets des membres actifs, à titre de cotisation syndicale et de contribution de l'artiste à la Caisse de sécurité des artistes. Cette dernière déduction sera de douze pour cent (12 %) pour les membres stagiaires et les permissionnaires plutôt que de quatre et demi pour cent (4½ %).

Les sommes perçues ou versées pour et au nom des membres stagiaires et des permissionnaires de l'Union à titre de contribution à la Caisse de sécurité des artistes, appartiennent au fonds général de ladite Caisse.

5.10

Le producteur qui désire engager ou utiliser un non-membre doit faire parvenir à l'Union, au moins cinq (5) jours ouvrables avant la séance d'enregistrement, une demande écrite à cet effet. Sur réception de cette demande, l'Union accepte d'émettre un permis de travail selon les termes des articles 5.11 A, 5.11 B, 5.11 C, 5.11 D et 5.11 E.

Cette demande doit spécifier les raisons pour lesquelles un permis devrait être accordé et l'article visé. Elle doit de plus, dans les cas découlant des articles 5.11 A 5) et 5.11 E, établir clairement que tous les efforts ont été sérieusement déployés pour respecter l'article 3.02 et démontrer, au moyen d'une preuve de casting, qu'une recherche raisonnable a été effectuée auprès d'un nombre suffisant de candidats, compte tenu du concept créatif, de même que la photo de la personne pour laquelle le producteur fait la demande de permis de travail.

5.11 A

Un permis de travail sera accordé au non-membre citoyen ou résident du Canada qui remplit au moins une des conditions suivantes.

1. Être une sommité identifiée comme telle et qui fait la publicité d'un service ou d'un produit directement relié à son occupation.
2. Être un figurant dans une production qui a lieu à plus de cent soixante (160) kilomètres de la place d'affaires de l'Union.
3. Être un artiste reconnu dans un marché tel que l'opéra ou le disque ; ce cas devant, cependant être évalué par l'Union.

4. Être et agir à titre de spécialiste dans une occupation qui ne peut être accomplie par un membre de l'Union aux fins de l'annonce.
5. Être une personne dont les caractéristiques physiques sont inusitées.
- 6 a) Être une personne qui témoigne en qualité de consommateur du produit ou du service visé par l'annonce ; dans ce cas, le producteur, pour chaque annonce, doit utiliser les services d'un membre de l'Union au tarif de l'acteur principal.
- 6 b) Être une personne qui témoigne en qualité d'employé de l'annonceur et dont le témoignage porte sur son employeur ou sur la qualité des produits ou des services offerts par son employeur ; dans ce cas, le producteur, pour chaque annonce, doit utiliser les services d'au moins un membre de l'Union par employé qui témoigne ; ce membre doit être utilisé « en champ » (sans qu'il ne parle nécessairement), et son tarif s'établit à celui d'acteur principal.

Nonobstant ce qui précède, le producteur ne sera pas tenu d'utiliser les services d'un membre de l'Union lorsque le président, le vice-président ou le directeur général de la compagnie, témoigne sur la qualité des produits ou des services offerts et que le concept exige qu'il apparaisse seul à l'écran pendant toute la durée d'un message de type corporatif.

Dans tous les témoignages de consommateurs ou d'employés, ces derniers doivent être clairement et véritablement identifiés.

- 7 a) Être un employé de l'annonceur qui exécute son véritable travail et qui n'est pas dirigé ; il doit être de plus démontré que le tournage de l'annonce sans ce ou ces employés exigerait obligatoirement l'arrêt ou l'interruption du travail.

L'annonceur doit faire parvenir à l'Union une lettre certifiant que toutes les personnes visées par la demande sont ses employés. L'Union émet alors un permis de groupe au montant de quatre mille dollars (4000 \$). Le producteur devra verser la somme de mille dollars (1000 \$) à la Caisse de sécurité des artistes et la somme de quatre cents dollars (400 \$) à titre de cotisation syndicale. À ces sommes s'ajoutent la TPS et la TVQ.

Le producteur ne sera pas tenu de faire signer de contrats aux employés de l'annonceur. Le producteur devra embaucher au moins cinq (5) membres actifs de l'Union, rémunérés au tarif acteur principal, utilisés en champ, sans qu'ils ne parlent nécessairement.

- 7 b) Dans le cas d'événements spéciaux et lorsque le commercial utilise plus de cinquante (50) personnes, dans l'une ou l'autre des fonctions prévues à l'article 3.01, le producteur pourra alors utiliser les services d'employés de l'annonceur. Dans ce cas, le producteur devra prendre un permis de groupe au montant de cinq mille dollars (5000 \$) et verser la somme de mille deux cent cinquante dollars (1250 \$) à la Caisse de sécurité des artistes et la somme de cinq cents dollars (500 \$) à titre de cotisation syndicale. À ces sommes s'ajoutent la TPS et la TVQ.

Le producteur ne sera pas tenu de leur faire signer des contrats et devra embaucher au moins huit (8) membres de l'Union au tarif d'acteur principal, utilisés en champ, sans qu'ils parlent nécessairement, et faire parvenir avec sa demande une lettre de l'annonceur certifiant que les personnes pour qui ce permis de groupe est demandé sont ses employés.

8. Être porte-parole officiel d'un annonceur. Il ne peut y avoir plus d'un porte-parole officiel pour le même produit ou service simultanément ; il ne peut non plus y avoir plus d'un porte-parole officiel dans une annonce. Le porte-parole doit nécessairement fournir une prestation verbale dans l'annonce.

Le contrat qui lie le porte-parole officiel à l'annonceur doit être déposé à l'Union en même temps que la demande de permis. Ce contrat doit indiquer clairement que l'annonceur retient les services du permissionnaire à titre de porte-parole officiel pour fournir d'autres prestations que celle prévue pour l'annonce publicitaire. Les montants d'argent apparaissant au contrat original peuvent demeurer confidentiels et biffés par le producteur de la copie à être transmise à l'Union.

5.11 B

La délivrance d'un permis à un non-membre qui ne serait ni citoyen, ni résident du Canada ne peut être qu'exceptionnelle et le permis de travail est limité aux circonstances suivantes:

1- Lorsque le producteur désire utiliser une **célébrité de réputation internationale**.

Dans un tel cas, cette ou ces célébrités doivent être des musiciens connus ou des chanteurs, des acteurs de cinéma ou de théâtre, des célébrités de télévision, des auteurs, des sculpteurs, peintres ou autres artistes en arts visuels ;

Pour chaque annonce, le producteur devra embaucher au moins cinq (5) membres, dont un (1) payé au tarif de l'acteur principal et utilisé en champ sans qu'il ne parle nécessairement.

Le cachet apparaissant au contrat de la célébrité ne sera pas inférieur à dix (10) fois le tarif par annonce, par cycle.

2- Lorsqu'une production a lieu hors du Canada et que le producteur désire la participation de figurants ou de figurants principaux.

3- Lorsque la distribution exige les services d'un spécialiste et qu'il est établi que cette spécialité ne compte aucun Canadien disponible à la date de la séance d'enregistrement.

4- Lorsque la distribution exige les services d'un porte-parole officiel qui n'est pas citoyen canadien.

Dans ce cas, la signature d'un contrat d'engagement Union des artistes n'est pas nécessaire et l'utilisation est permise moyennant le paiement d'un permis de travail conformément à l'article 5.14 et l'équivalent du cachet du permissionnaire pour le type d'utilisation de l'annonce, de la cotisation syndicale et de la participation du producteur à la Caisse de sécurité des artistes. À ces sommes s'ajoutent la TPS et la TVQ.

5.11 C

Lorsque le producteur désire utiliser la prestation chantée d'une œuvre musicale originale dont il a acquis les droits.

Dans ce cas, la signature de contrats d'engagement Union des artistes n'est pas nécessaire et l'utilisation de l'œuvre musicale originale, non modifiée, est permise, moyennant le paiement à l'Union d'une somme équivalente à un (1) permis de travail conformément à l'article 5.14 et d'un (1) cachet de permissionnaire pour le type d'utilisation de l'annonce, en plus du paiement des cotisations prévues à l'article 5.06. et ce peu importe le nombre de chanteurs ou de choristes participant à l'œuvre. À ces sommes s'ajoutent la TPS et la TVQ.

5.11 D

Aucun permis ni contrat n'est exigé pour les élus et les candidats pour l'enregistrement de messages d'un parti politique dont la diffusion est prévue lors d'une campagne électorale, ni pour leur famille proche (conjoint ou enfant).

Il y a application de l'article 3.06 pour l'utilisation de scènes déjà tournées auxquelles participeraient des non-membres (foule, conférences de presse, reportage, etc.) ainsi que pour les non-membres appelés à tourner des scènes avec les élus ou candidats (ex. : séance de travail avec le personnel du parti, etc.) lesquels peuvent être évidemment convoqués, retenus et dirigés.

Il est entendu que l'entente collective des annonces publicitaires s'applique intégralement pour toute autre fonction (ex. : choriste, soliste, narrateur, comédien, etc.).

5.11 E

L'Union évaluera toute demande de permis dans les cas exceptionnels non prévus aux articles 5.11 A, 5.11 B, 5.11 C et 5.11 D.

5.15

Cet article est abrogé.

9.17

La postsynchronisation se paie de l'une ou l'autre des manières suivantes :

- a) pour les artistes qui postsynchronisent leur propre voix, minimum de quatre (4) heures supplémentaires;
- b) pour les artistes qui postsynchronisent toute autre voix, incluant les dessins animés et les marionnettes, cent vingt-cinq pour cent (125 %) voix hors champ;
- c) en doublage, cent vingt-cinq pour cent (125 %) du tarif de l'acteur principal.

9.18

La première demi-heure (1/2 h) d'une audition ou d'un rappel d'audition (call back) est gratuite. L'artiste doit être prêt à débiter l'audition à l'heure mentionné dans la convocation ce qui inclut d'avoir rempli et remis la feuille de renseignements requise par le producteur ou la maison de casting. Tout temps additionnel, à partir de l'heure mentionnée à la convocation, sera payé au tarif de cent dollars (100\$) par heure ou tranche d'heure supplémentaire, minimum une (1) heure. Le producteur ou son représentant s'engage à fixer l'heure exacte de l'audition mais il n'aura pas à payer l'artiste qui accuse un retard de plus de dix (10) minutes sur l'heure ainsi fixée. Cet article ne s'applique pas à l'audition offerte par l'artiste, c'est-à-dire, non convoquée par le producteur.

Aux fins d'application de cet article, le producteur fait remplir une feuille de temps à tous les candidats, laquelle doit inclure notamment : le nom de l'artiste, l'heure de convocation pour l'audition d'un rôle spécifique, l'heure d'arrivée de l'artiste, l'heure de début et de fin de l'audition ainsi que la signature de l'artiste et du producteur ou de son représentant. Une fois l'audition terminée, le producteur fait parvenir à l'Union une copie de cette feuille de temps remplie par tous les artistes convoqués.

13.04

La présente Lettre d'entente entre en vigueur à compter du 17 mars 2008 et ce pour une durée de un (1) an ou jusqu'à l'entrée en vigueur d'une nouvelle entente collective entre les parties.

13.07

L'UDA et l'Association des producteurs conjoints conviennent de partager, à parts égales, les coûts d'impression et de traduction de l'entente sur les annonces publicitaires en vigueur, ainsi que des documents afférents à l'entente, soit les contrats et les déclarations d'utilisation, jusqu'à concurrence de dix-sept mille dollars (17 000 \$), soit un maximum de huit mille cinq cents dollars (8 500 \$) pour chacune des parties; à cet égard, la partie prenant charge de faire faire l'impression ou la traduction fera parvenir à l'autre partie copie des estimations pour approbation préalable, suivi de la copie des factures pertinentes pour le remboursement.

Annexe A

À renouveler avec des modifications de formes visant à permettre la perception à la source des frais pour les membres stagiaires et permissionnaires.

Annexe C

5. La présente Lettre d'entente entre en vigueur à compter du 17 mars 2008 et ce pour une durée de un (1) an ou jusqu'à l'entrée en vigueur d'une nouvelle entente collective entre les parties ;

3. Prévoir aux articles 9.27, 9.30 et 9.31 que la fonction « duettiste » est rémunérée de la même manière que la fonction « voix hors champ » et emporte le même nombre d'heures incluses.
4. Tous les tarifs de l'entente sont majorés de trois pour cent (3%) à l'exception des tarifs applicables aux annonces commandites.

De plus, cette augmentation ne s'applique pas aux articles suivants :

- 5.11 a) 7a
 - 5.11 a) 7b
 - 5.16
 - 6.18
 - 7.27
 - 11.01
 - 12.13
5. La présente Lettre d'entente entre en vigueur à compter du 17 mars 2008 et ce pour une durée de un (1) an ou jusqu'à l'entrée en vigueur d'une nouvelle entente collective entre les parties

EN FOI DE QUOI, les parties ont signé à Montréal, le ____^e jour du mois de février de l'an 2008.

UNION DES ARTISTES

**L'ASSOCIATION DES PRODUCTEURS
CONJOINTS**

Raymond Legault, président

Sylvain Morissette, président directeur général
Association des agences de publicité du Québec
(AAPQ)

Parise Mongrain, secrétaire générale

Paul Hétu, vice-président
Association canadienne des annonceurs inc. (ACA)

LETTRE D'ENTENTE INTERVENUE ENTRE

d'une part : **L'UNION DES ARTISTES**, syndicat professionnel constitué en vertu de la *Loi sur les syndicats professionnels*, L.R.Q., c. S-40, association d'artistes reconnue tant en vertu de la *Loi sur le statut professionnel et les conditions d'engagement des artistes de la scène, du disque et du cinéma*, L.R.Q., c. S-32.1 que de la *Loi sur le statut de l'artiste*, L.R.C. (1985), c. S-19.6, ayant son siège social au 1441, boul. René-Lévesque Ouest, bureau 400, Montréal (Québec) H3G 1T7, téléphone : (514) 288-6682, télécopieur : (514) 285-6762. Site Internet : www.uniondesartistes.com

L'UDA a également des sections régionales sises à :

Québec : 580, Grande Allée Est, bureau 350, Québec (Québec) G1R 2K2

Toronto : 625 Church Street, Suite 103, Toronto, Ontario M4Y 2G1

ci-après appelée l'« *Union* »

et d'autre part : **L'ASSOCIATION DES PRODUCTEURS CONJOINTS**, représentante des membres de l'Association canadienne des annonceurs inc. (ACA), l'Association des agences de publicité du Québec inc. (A.A.P.Q.), ainsi que l'Institut des communications et de la publicité (ICP), sise au 2015 rue Peel, Bureau 925, Montréal (Québec) H3A 1T8, ci-après appelée le « *Producteur* » ;

OBJET : NOUVEAUX MÉDIAS

PRÉAMBULE

ATTENDU QUE les pratiques de production et de diffusion des annonces par les nouveaux médias dépassent les discussions ayant eu cours entre les parties ;

ATTENDU QUE l'intérêt mutuel des parties est de s'assurer que les conditions de travail des artistes interprètes soient équitables tout en s'harmonisant à la réalité des nouveaux médias et en assurant le développement des annonces publicitaires diffusées par les nouveaux médias ;

ATTENDU QUE les parties sont soucieuses de maintenir une relation empreinte de coopération, de confiance, de transparence et de respect ;

LES PARTIES CONVIENNENT DE CE QUI SUIT :

1. Le préambule fait partie intégrante de la présente.
2. Les parties conviennent de se rencontrer périodiquement dans le but de concevoir des modèles de conditions de travail applicables aux annonces diffusées par les nouveaux médias.
3. Les parties devront convenir d'une méthode d'analyse afin de notamment, dégager des constats de la situation, définir les objectifs, construire des modèles de conditions de travail et trouver des moyens d'application et de vigie efficaces.
4. La présente Lettre d'entente entre en vigueur à compter du 17 mars 2008 et ce, pour une durée de un (1) an.

EN FOI DE QUOI, les parties ont signé à Montréal, le ____^e jour du mois de février de l'an 2008.

UNION DES ARTISTES

Raymond Legault, président

Parise Mongrain, secrétaire générale

L'ASSOCIATION DES PRODUCTEURS CONJOINTS

Sylvain Morissette, président directeur général
Association des agences de publicité du Québec

Paul Hétu, vice-président
Association canadienne des annonceurs inc.