



CIM

Centre d'Information sur les Médias  
Association Sans But Lucratif

Règlement d'Ordre Intérieur

Approuvé en Assemblée Générale du 26.03.2002 et modifié en

- A.G. du 25.04.2006,
- A.G. du 29.04.2008,
- A.G. du 27.04.2010,
- A.G. du 26.04.2011,
- A.G. du 24.04.2012,
- A.G. du 30.04.2013,
- A.G. du 29.04.2014,
- A.G.E. du 23.02.2016,
- A.G.E. du 24.03.2020.

A partir de la modification des statuts du 20/02/2024, le Règlement d'Ordre Intérieur est établi et approuvé par l'Organe d'administration du CIM. L'Organe d'administration a modifié et approuvé le Règlement d'Ordre Intérieur lors de la réunion du 20/02/2024.

## Table des matières

Article 1 – Modification du Règlement d’Ordre Intérieur .....	3
Article 2 – Membres .....	3
Art. 2.1 Conditions d’admission et engagement .....	3
Art. 2.2. Registre des membres.....	3
Art. 2.3 Cotisation des membres .....	4
Article 3 – Organe d’administration .....	4
Art. 3.1 Catégories .....	4
Art. 3.2 Modification des catégories.....	5
Art. 3.3 Candidatures.....	5
Article 4 – Bureau, Comités et Commissions .....	6
Art. 4.1 Bureau.....	6
Art. 4.2. Comités .....	7
Art. 4.3 Commissions Techniques et Taskforces .....	10
Art. 4.4. La Commission d’achat.....	11
Art. 4.5. Litiges .....	12
Article 5 - Valeurs et Code de conduite .....	14
Art. 5.1 Le respect des valeurs du CIM .....	14
Art. 5.2. Le respect pour le CIM .....	14
Art. 5.3. Le respect pour la valeur de référence des chiffres CIM.....	14
Art. 5.4 Le respect pour les chiffres CIM.....	14
Art. 5.5 Le respect pour la méthodologie des études CIM .....	16
Article 6 - Budget d’une étude.....	17
Article 7 - Financement .....	17
Article 8 - Accès aux données – Utilisation et protection des données.....	17
Art. 8.1 Membres.....	17
Art. 8.2 Non-membres .....	18
Article 9 - Confidentialité des données.....	18
Art. 9.1 Objet .....	18
Art. 9.2 Informations confidentielles .....	18
Art. 9.3 Obligations .....	19
Art. 9.4 Modalités particulières concernant certains types de données .....	19
Art. 9.5 Divulgence forcée des données confidentielles .....	20
Article 10 – Rôle du CIM dans les relations avec les instituts réalisant des études .....	20

## Article 1 – Modification du Règlement d’Ordre Intérieur

Ce Règlement d’Ordre Intérieur a été adopté par l’Organe d’administration du Centre d’Information sur les Médias ASBL, en abrégé "le CIM", le 20/02/2024.

Le présent Règlement d’Ordre Intérieur remplace le texte modifié la dernière fois par l’assemblée générale extraordinaire des membres du CIM du 24 mars 2020.

Conformément aux stipulations de l’article 30 des Statuts du CIM, ce Règlement d’Ordre Intérieur pourra être amendé par l’Organe d’administration. Toute modification du Règlement d’Ordre Intérieur est communiquée aux membres par courrier électronique conformément aux articles 2:59 et 2:32 du CSA.

Une annexe est jointe au présent Règlement d’Ordre Intérieur contenant les définitions de certains termes utilisés dans les Statuts du CIM et/ou dans le présent Règlement d’Ordre Intérieur.

## Article 2 – Membres

### Art. 2.1 Conditions d’admission et engagement

Pour devenir membre du CIM, il faut appartenir à l’une des familles suivantes :

- les annonceurs,
- les agences de publicité et les agences médias, ci-après dénommés "les intermédiaires",
- les médias et les régies de médias, ci-après dénommés "les médias".

Les membres eux-mêmes, leurs administrateurs et leurs actionnaires doivent jouir d’une réputation irréprochable au moment de leur nomination et tout au long de leur adhésion.

Le CIM est basé sur un partenariat qui démontre et résulte des intentions solidaires de ses membres. Le CIM existe par ses membres, pour ses membres et grâce à ses membres. En se présentant comme membre, le candidat souscrit aux objectifs du CIM et chaque candidat s’engage à donner la priorité et la préférence en tant que membre à toute proposition raisonnable permettant d’atteindre les objectifs du CIM, et à contribuer de son mieux au développement, à l’utilité et à l’efficacité de l’association.

### Art. 2.2. Registre des membres

L’Organe d’administration est responsable de la tenue du registre des membres du CIM.

#### Changement d’adresse des membres

Les membres ont l’obligation de notifier tout changement d’adresse à l’Organe d’administration. Toutes les modifications concernant les membres de l’association doivent être consignées dans le registre des membres dans les huit (8) jours suivant leur notification à l’Organe d’administration. L’original du registre

des membres est conservé au siège de l'association. L'Organe d'administration peut décider que le registre est tenu sous forme électronique.

### Consultation

Tous les membres peuvent consulter le registre des membres au siège de l'association.

## Art. 2.3 Cotisation des membres

Chaque année, l'Assemblée Générale fixe le montant de la cotisation sur proposition de l'Organe d'administration.

Elle peut également fixer des taux réduits. Au moment de la rédaction du présent Règlement d'Ordre Intérieur, il existait des taux réduits pour :

- les agences créatives liées par contrat à une agence média déjà membre du CIM,
- les filiales dont la majorité des actions (50%+1) est détenue par une société déjà membre du CIM,
- les indépendants liés par un contrat de service à une société déjà membre du CIM.

## Article 3 – Organe d'administration

### Art. 3.1 Catégories

L'Organe d'administration du CIM comprend un minimum de huit et un maximum de dix administrateurs, et est composé de quatre (ou cinq) administrateurs élus parmi les représentants du Sell Side et de quatre (ou cinq) administrateurs élus parmi les représentants du Buy Side, comme indiqué dans le schéma de structure ci-après, dans lequel chaque case correspond à une catégorie.

- 4 administrateurs du Sell Side

<b>1 Read</b> 1 LaPresse.be/WEMEDIA/Vlaamse Nieuwsmedia
<b>1 Watch</b> 1 VIA
<b>1 Listen</b> 1 VIA
<b>1 Out-of-Home</b> 1 AEA

- 4 administrateurs du Buy Side

<b>2 Intermédiaires</b> 2 ACC / UMA
<b>2 Annonceurs</b> 2 UBA

## Art. 3.2 Modification des catégories

La liste des catégories figurant dans le schéma de structure de l'article précédent, ainsi que le nombre de leurs représentants, pourront être modifiés conformément à l'article 24 des Statuts du CIM.

## Art. 3.3 Candidatures

Le Président s'efforcera de réunir, en consultation avec les membres et les associations qui les représentent, un certain nombre de candidats qui pourront être présentés à l'Assemblée Générale en tant qu'équipe de gestion cohérente et performante.

Outre l'exigence d'un équilibre entre le nombre d'administrateurs représentant le Buy Side et le nombre d'administrateurs représentant le Sell Side, les critères suivants seront pris en compte :

- Du côté du Sell Side, les candidats seront désignés en concertation avec le Président par les associations représentant les quatre plus grands médias (en ligne et hors ligne). A la date d'adoption du présent Règlement d'Ordre Intérieur, il s'agit de VIA pour Watch & Listen, AEA pour Out of Home, et WEMEDIA/LaPresse.be/Vlaamse Nieuwsmedia pour Read.
- Du côté du Buy Side, les candidats seront désignés par les associations UBA et UMA en concertation avec le Président.
- Des efforts seront faits pour attirer/proposer des candidats qui placent les intérêts du CIM au premier plan, avec une priorité sur les intérêts des membres qu'ils représentent.
- Les candidats doivent être « fit and proper », de préférence de niveau C dans leur propre organisation, et avec suffisamment d'expérience et de volonté pour penser et décider dans le meilleur intérêt du CIM, et avec la capacité de jouer un rôle de liaison entre les différents membres et familles membres du CIM.
- Les candidats doivent s'engager à participer à un minimum de 75 % des réunions de l'Organe d'administration et des comités ou commissions dont ils feraient partie.

Il appartient au Président de proposer à l'Assemblée Générale la nomination de deux administrateurs supplémentaires (soit dix administrateurs au lieu de huit) s'il estime que cela peut être nécessaire ou utile dans l'intérêt de l'association, en tenant compte, entre autres, de la réalisation des critères susmentionnés ou de l'expérience recherchée, de la langue, d'un bon équilibre entre les représentants des grands et des petits membres, d'un bon équilibre entre les médias audiovisuels et les médias non audiovisuels, afin d'éviter la surreprésentation d'un sexe, etc. Ces deux administrateurs supplémentaires peuvent également être nommés si l'évolution est telle que de nouveaux membres ayant un impact significatif sur l'écosystème rejoignent ou ont rejoint le Buy Side et le Sell Side. Lorsqu'il est décidé de proposer deux administrateurs supplémentaires à l'Assemblée Générale, il sera veillé à ce qu'il y ait un représentant du Buy Side et un représentant du Sell Side.

Les associations susmentionnées représentant le Buy Side et le Sell Side notifieront leurs candidats au Président au moins 6 semaines avant l'Assemblée Générale qui désignera l'Organe d'administration ou une partie de celui-ci. Le Président et les associations proposant évalueront alors conjointement si les critères susmentionnés ont été respectés.

La convocation à une Assemblée Générale dont l'ordre du jour est l'élection des administrateurs comprendra la liste des candidats, avec un bref CV de chaque candidat, et indiquera pour chaque candidat s'il appartient au Sell Side ou au Buy Side.

## Article 4 – Bureau, Comités et Commissions

### Art. 4.1 Bureau

L'Organe d'administration peut constituer un Bureau composé de six (6) membres. À l'exception du Président et du Directeur général, les membres du Bureau sont nommés pour une période (renouvelable) de 12 mois et doivent être membres de l'Organe d'administration ou représenter un membre de l'association. Les membres du Bureau doivent avoir une expertise fonctionnelle dans un ou plusieurs des domaines suivants :

- ressources humaines
- finance et droit
- produits et médias
- trading et data
- communication

Le Bureau est alors composé comme suit :

- le Président qui en fait partie de plein droit,
- le Directeur général,
- deux membres représentant le Buy Side
- deux membres représentant le Sell Side

Le Bureau apporte un soutien opérationnel au Directeur général de l'association, en se concentrant sur les domaines susmentionnés.

Le Bureau propose notamment un arbre de décision à l'Organe d'administration, avec des règles claires sur le pouvoir de signature en matière de ressources humaines et les engagements contractuels du CIM.

Sur proposition du Directeur général, le Bureau crée des Commissions Techniques.

Le Bureau se réunit mensuellement. Le Bureau se réunit également chaque fois que le Président ou le Directeur général le juge nécessaire. Sauf en cas de conflit d'intérêt potentiel, le Bureau se réunit sous la présidence du Directeur général.

Le Bureau peut inviter, pour consultation, toute personne dont l'avis lui paraît utile.

## **Art. 4.2. Comités**

### **4.2.1. Comité d'audit**

À la demande d'un administrateur et sous réserve de l'approbation de la majorité des administrateurs au sein de l'Organe d'administration, ce dernier peut créer un comité d'audit (ad hoc), qui se compose du Président et de deux membres de l'Organe d'administration possédant l'expertise nécessaire (un administrateur du Sell Side et un administrateur du Buy Side). Le comité d'audit peut inviter des experts (internes ou externes) à le conseiller si cela s'avère nécessaire ou utile pour qu'il puisse remplir correctement ses fonctions. S'il apparaît que l'un des membres du comité d'audit est confronté à un conflit d'intérêts, il le déclare et l'Organe d'administration le remplace par un autre administrateur (par le Vice-Président si c'est le Président qui est confronté à un conflit d'intérêts).

Un comité d'audit peut être chargé de soutenir le Directeur général de l'association dans les discussions contractuelles, de surveiller et de conseiller sur les conflits d'intérêts éventuels ou autres problèmes de gestion, et de coordonner l'assistance sur les dossiers juridiques.

### **4.2.2. Comité de nomination**

Si l'Organe d'administration décide de créer un comité de nomination (ad hoc), celui-ci se compose du Président et de deux membres de l'Organe d'administration possédant l'expertise nécessaire (un administrateur du Sell Side et un administrateur du Buy Side). Le comité de nomination peut inviter des experts (internes ou externes) à le conseiller, si cela s'avère nécessaire ou utile pour remplir correctement ses fonctions. S'il apparaît que l'un des membres du comité de nomination est confronté à un conflit d'intérêts, il le signale et l'Organe d'administration le remplace par un autre administrateur (par le Vice-Président si c'est le Président qui est confronté à un conflit d'intérêts).

Un comité de nomination peut être chargé d'un rôle consultatif dans la sélection et la présentation d'un Président à l'Organe d'administration et d'un Directeur général et dans la détermination de la rémunération de ces personnes.

### **4.2.3. Comités stratégiques**

#### **4.2.3.1. Mission**

Un Comité Stratégique est un forum où les Buy Side et Sell Side se réunissent pour définir la stratégie du CIM définie dans le cadre des grandes lignes définies par l'Organe d'administration et trouver le bon équilibre entre ce que le CIM doit et peut faire, entre les ressources et les résultats.

Il recueille des informations pour définir les besoins du marché, notamment en ce qui concerne l'analyse du contenu et les besoins en matière de marketing, l'analyse du parcours des consommateurs et la planification et l'exploitation des médias.

Il définit le champ d'application et les objectifs concrets des études et fixe des priorités à cette fin.

Il détermine le budget disponible pour chaque étude et prend des dispositions en matière de financement.

Il évalue les propositions des Commissions Techniques et des Taskforces au niveau des méthodes, use cases et budgets de recherche en fonction de la réalisation des objectifs.

Il fixe les règles d'accès aux données de l'étude, le type de résultats disponibles, les méthodes d'exploitation et les modalités de publication.

Il recherche activement un consensus sur tous ces aspects.

Le Comité Stratégique rédigera un Règlement pour chacune des études qu'il supervise, qui comprendra les paramètres autorisés de l'étude, les modalités d'exploitation et de publication, ainsi que les règles d'accès et de financement.

#### 4.2.3.2. Types de Comités Stratégiques

Le Comité stratégique "CrossMedia, Publishing and Digital" (CPD) est un comité stratégique permanent au sein du CIM (le « Comité CPD »).

Ce Comité CPD veille à ce que les études du CIM restent axées sur les consommateurs et qu'elles aient une dimension cross-média et numérique suffisante à cette fin.

À cette fin, ce Comité évalue également les notes de vision et les propositions budgétaires des autres Comités Stratégiques et peut les rejeter si l'orientation n'est pas respectée ou s'il n'y a pas suffisamment de synergies ou des contradictions avec d'autres plans et visions stratégiques et avec l'ensemble du budget du CIM. Dans ce cas, le Comité Stratégique concerné doit élaborer un nouveau document de vision et/ou un nouveau budget et le soumettre à nouveau. Le Comité CPD ne peut pas modifier la note de vision ou le budget lui-même.

Le Comité CPD est représentatif des parties prenantes au sein du CIM et est équilibré entre le Buy Side et le Sell Side. Il comprend au moins tous les présidents des différents Comités Stratégiques du CIM.

L'Organe d'administration peut, sur proposition du Directeur général, créer un Comité Stratégique chargé de superviser une ou plusieurs études currency.

Ce Comité remplit toutes les fonctions attendues d'un Comité Stratégique pour cette ou ces étude(s) spécifique(s).

Chaque Comité Stratégique est un reflet représentatif des parties prenantes au sein du CIM et comprend toujours au moins des représentants des principaux financiers de l'étude currency spécifique.



#### 4.2.3.3. Fonctionnement des Comités Stratégiques

Le Directeur général compose le Comité et sa composition est confirmée par l'Organe d'administration. Si l'Organe d'administration ne confirme pas la composition d'un Comité Stratégique, le dossier est renvoyé au Directeur général qui fait alors une nouvelle proposition à l'Organe d'administration.

Les membres du Comité sont nommés personnellement et doivent participer aux débats et aux votes.

Aucune procuration ne peut être donnée à un autre membre du Comité.

Si un membre du Comité ne peut pas assister à une réunion du Comité Stratégique, il peut envoyer un observateur. L'observateur ainsi désigné peut assister à la réunion mais n'a pas le droit de vote. Toutefois, l'observateur peut exprimer la position du membre du Comité absent.

Les membres du Comité sont nommés pour un mandat de trois ans. Leur mandat peut être renouvelé. Toutefois, le Directeur général peut à tout moment réorganiser le Comité. Dans ce cas, il doit faire confirmer l'ajustement proposé par l'Organe d'administration. Si l'Organe d'administration ne confirme pas la composition modifiée d'un Comité Stratégique, le dossier est renvoyé au Directeur général qui fait alors une nouvelle proposition à l'Organe d'administration.

Le président de la Commission Technique est invité à chaque réunion mais n'a pas le droit de vote.

Le Directeur général et d'autres membres de la Structure Permanente peuvent également y assister.

Le président et le Directeur général peuvent inviter des experts extérieurs au Comité Stratégique à participer aux débats, mais sans droit de vote.

L'ordre du jour et le nombre de réunions sont déterminés par le Directeur général en fonction des besoins du Comité et de l'organisation générale.

Le Comité Stratégique informe régulièrement l'Organe d'administration de l'évolution de ses travaux. Plus précisément, le Comité Stratégique fournit au moins les informations suivantes à cette fin :

- Il résume sa vision dans une note au moins tous les deux ans. Cette vision globale résume les connaissances et les besoins du marché et définit la mission avec les objectifs concrets de chaque étude.
- Le budget de chaque étude. Un (re)budget est établi au moins une fois par an.
- Il entreprend également une évaluation de l'étude et de ses activités au moins tous les deux ans. Il s'agit notamment d'analyser la qualité et la pertinence de la vision stratégique et de la mission au moyen d'une analyse de l'environnement, y compris une analyse des parties prenantes, et d'évaluer la mise en œuvre de la vision et de la mission au moyen d'une analyse de l'efficacité (les objectifs ont-ils été atteints) et de l'efficacité (l'équilibre entre les ressources et les résultats est-il satisfaisant).
- Pour des Request for Proposals (RFP) pour de nouvelles études, le Comité Stratégique fournit un texte sur le cadre stratégique et élabore un schéma qui peut être utilisé pour évaluer et classer les propositions.

En principe, les décisions au sein du Comité seront prises par consensus. Si un vote est nécessaire, les décisions seront prises selon le principe de la triple (3x) majorité des deux tiers (2/3) : au sein du Comité Stratégique, ainsi que du Buy Side et du Sell Side.

A l'initiative du Président du CIM, le président d'un Comité Stratégique peut être invité à assister aux réunions du Bureau ou de l'Organe d'administration qui traitent de questions concernant sa mission. Toutefois, il ne participe pas aux décisions du Bureau ou de l'Organe d'administration.

## **Art. 4.3 Commissions Techniques et Taskforces**

### **4.3.1. Mission**

Pour chaque type d'étude, le Bureau peut, sur proposition du Directeur général, constituer le cas échéant une Commission Technique. Les Commissions Techniques peuvent déléguer une partie de leurs activités à des Taskforces Techniques également créées par le Bureau.

Les Commissions Techniques et les Taskforces sont chargées de définir les modalités techniques, telles que l'élaboration du research design, la définition des use cases à remplir, la recommandation de mesures et de méthodes d'exploitation possibles, l'évaluation et la budgétisation des solutions techniques possibles, le soutien à la passation de contrats avec les fournisseurs de solutions, ainsi que le suivi et le compte rendu de la gestion du projet.

### **4.3.2. Fonctionnement des Commissions Techniques et Taskforces**

Le Directeur général compose la Commission et sa composition est confirmée par le Bureau. Si le Bureau ne confirme pas la composition d'une Commission Technique, le dossier est renvoyé au Directeur général qui fait alors une nouvelle proposition au Bureau.

Chaque Commission est un reflet représentatif des parties prenantes au sein du CIM et comprend toujours au moins des représentants des principaux financiers de l'étude currency spécifique.

Les membres de la Commission sont nommés personnellement et doivent prendre part aux débats et aux votes.

Aucune procuration ne peut être donnée à un autre membre de la Commission.

Si un membre de la Commission ne peut pas assister à une réunion de la Commission Technique, il peut envoyer un observateur. L'observateur ainsi désigné peut assister à la réunion mais n'a pas le droit de vote. Toutefois, l'observateur peut exprimer la position du membre de la Commission absent.

Les membres de la Commission sont nommés pour un mandat de trois ans. Leur mandat peut être renouvelé. Toutefois, le Directeur général peut à tout moment réorganiser la Commission. Dans ce cas, il doit faire confirmer par le Bureau le changement proposé. Si le Bureau ne confirme pas la composition modifiée d'une Commission Technique, le dossier est renvoyé au Directeur général qui fait alors une nouvelle proposition au Bureau.

Le Directeur général et les autres membres de la Structure Permanente peuvent assister aux réunions.

Le président et le Directeur général peuvent inviter des experts extérieurs à la Commission à participer aux débats, mais sans droit de vote.

L'ordre du jour et le nombre de réunions sont déterminés par le Directeur général en fonction des besoins de la Commission et de l'organisation générale.

La Commission Technique informe régulièrement le Comité Stratégique de l'évolution de ses travaux. Plus précisément, elle fournit au moins les informations suivantes à cette fin :

- Rapport continu sur la mise en œuvre des projets.
- Examen annuel ou bisannuel des modalités techniques, y compris des modèles et des use cases, avec des suggestions d'optimisation (le cas échéant sur la base des travaux des taskforces techniques).
- Recommandations sur les types de résultats possibles et les méthodes d'exploitation.
- Le cadre technique dans les documents RFP.

Les décisions de la Commission seront en principe prises par consensus. Si un vote est nécessaire, les décisions seront prises selon le principe de la triple (3x) majorité des deux tiers (2/3) : au sein de la Commission, du côté du Buy Side et du côté du Sell Side.

A l'initiative du Président du CIM, le président d'une Commission Technique peut être invité à assister aux réunions du Bureau ou de l'Organe d'administration qui traitent de questions concernant sa mission. Toutefois, il ne participe pas aux décisions du Bureau ou de l'Organe d'administration.

## **Art. 4.4. La Commission d'achat**

### **4.4.1. Mission**

Lors de l'acquisition d'une nouvelle Currency ou d'une étude stratégique, l'Organe d'administration, sur proposition du Directeur général, met en place une Commission d'achat.

Elle est responsable de l'attribution de l'étude. A cette fin, la Commission d'achat classera les fournisseurs potentiels en fonction du rapport qualité/prix sur la base des recommandations du Comité Stratégique et de la Commission Technique concernés. Le cas échéant, elle détermine la marge de négociation qui peut être convenue avec le(s) fournisseur(s), toujours dans le cadre des grandes lignes définies par l'Organe d'administration.

La Commission d'achat résume et justifie ses décisions dans un rapport adressé à l'Organe d'administration.

### **4.4.2. Fonctionnement de la Commission d'achat**

La Commission d'achat est composée par le Directeur général à partir d'une sélection de membres du Comité Stratégique et de la Commission Technique concernés et peut être complétée par d'autres experts. La composition doit être confirmée par l'Organe d'administration, avec un consensus du Sell Side sur ses représentants et un consensus du Buy Side sur les siens. Si l'Organe d'administration ne

confirme pas la composition de la commission d'achat, le dossier est renvoyé au Directeur général qui fait alors une nouvelle proposition à l'Organe d'administration.

Les membres de la Commission d'achat sont nommés personnellement et doivent participer aux débats et aux votes. Aucune procuration ne peut être donnée à un autre membre de la Commission d'achat.

Le Directeur général et les autres membres de la Structure Permanente peuvent assister aux réunions.

Les décisions de la Commission d'achat sont prises en principe par consensus. Si un vote est nécessaire, les décisions seront prises selon le principe de la triple (3x) majorité des deux tiers (2/3) : au sein de la Commission d'achat, du côté du Buy Side et du côté du Sell Side.

Pour le vote sur les études currency, chaque média qui contribue à hauteur d'au moins 10 % au financement de l'étude dispose d'une voix. Le nombre de voix du côté Sell Side est égal au même nombre de voix du côté Buy Side.

La même approche est suivie pour l'achat des études stratégiques, sauf qu'il y a toujours 12 votes, 6 pour le Buy Side et 6 pour le Sell Side (2 pour le digital et read, 1 pour watch, 1 pour listen, 1 pour le cinéma et 1 pour out of home).

L'Organe d'administration doit confirmer l'attribution par la Commission d'achat. L'Organe d'administration ne peut pas modifier la décision. En cas de non-approbation, la Commission d'achat doit se remettre au travail pour parvenir à une décision différente.

## **Art. 4.5. Litiges**

Les membres s'engagent, en cas de différends ou de conflits au sens de l'article 33 des Statuts, à rechercher une solution par le dialogue.

### **4.5.1. Général – Médiation et Commission de Litiges**

En cas de litige non couvert par l'article 4.5.2 ci-dessous, et si le dialogue entre les parties concernées n'aboutit pas à une solution, l'Organe d'administration, conjointement avec le Directeur général, tentera une médiation. Si l'association, les membres de l'Organe d'administration ou le Directeur général sont eux-mêmes parties au litige, il sera fait appel à un médiateur agréé qui sera désigné d'un commun accord par les parties concernées.

Si la médiation reste également infructueuse, l'Organe d'administration peut, sur proposition du Président ou du Directeur général du CIM, constituer une Commission ad hoc de litiges.

Chaque Commission de litiges est présidée par un avocat indépendant désigné par l'Organe d'administration, assisté d'un certain nombre d'assesseurs. Leur nombre et l'expertise requise sont déterminés par l'Organe d'administration au moment où la Commission doit être composée, en tenant compte de la nature et de l'ampleur du litige et du statut des parties concernées.

L'Organe d'administration veille toujours à ce que les principes d'impartialité, de discrétion et de droit de la défense (y compris le droit d'être entendu) soient respectés.

La décision de la Commission de litiges est sans appel.

Si la médiation reste également infructueuse, les membres acceptent que le litige soit définitivement tranché conformément au règlement d'arbitrage du CEPANI, par un ou plusieurs arbitres désignés conformément à ce règlement d'arbitrage.

#### **4.5.2. Spécifique - Infraction aux statuts et règlements - Sanctions**

Lorsqu'une infraction aux Statuts ou au Règlement d'Ordre Intérieur est suspectée ou constatée, une personne intéressée peut déposer une plainte auprès du Directeur général. La Structure Permanente peut également engager une procédure d'infraction de sa propre initiative. Le Directeur général, en collaboration avec la Structure Permanente, prépare un dossier à soumettre au Comité Stratégique compétent ou, s'il n'y a pas de Comité Stratégique compétent, à l'Organe d'administration. Le Comité Stratégique ou, le cas échéant, l'Organe d'Administration, peut imposer à un membre des sanctions allant de la publication d'une correction par le contrevenant, à la publication d'une correction sur le site internet du CIM, à la non-publication temporaire des résultats du contrevenant, à un avertissement ou à une lettre de blâme. Seul l'Organe d'administration peut décider de suspendre temporairement les services du CIM au contrevenant ou de suspendre temporairement le contrevenant en tant que membre. Le Comité Stratégique compétent a le droit de proposer ces sanctions à l'Organe d'administration et, le cas échéant, l'Organe d'administration se prononce sur cette proposition lors de sa réunion suivante, après avoir invité le membre à se faire entendre.

Lorsqu'une infraction à un règlement d'étude d'un Comité Stratégique est suspectée ou établie, la procédure prévue par le règlement d'étude est suivie et le Comité Stratégique peut imposer les sanctions prévues dans ce règlement. Si un règlement d'études ne prévoit pas de procédure spéciale d'infraction ni de sanctions spéciales, la procédure du paragraphe ci-dessus s'applique.

Les Comités Stratégiques et l'Organe d'administration veillent à ce que les droits de la défense soient toujours respectés à tout moment de la procédure : le membre contre lequel une procédure est engagée est invité à être entendu et a le droit de présenter une défense écrite. Le membre peut être assisté et représenté par un avocat.

Tout membre auquel une sanction est imposée par un Comité Stratégique a le droit, sous peine de déchéance, de faire appel auprès de l'Organe d'administration par lettre recommandée dans les 14 jours civils suivant le jour où la sanction imposée a été notifiée par écrit.

Tout membre auquel une sanction est imposée par l'Organe d'administration a le droit, sous peine de déchéance, de faire appel par lettre recommandée dans les 14 jours civils suivant le jour où la sanction imposée a été notifiée par écrit en informant l'Organe d'administration que le membre soumettra le litige au CEPANI en vue d'un règlement définitif conformément au règlement d'arbitrage du CEPANI, par un ou plusieurs arbitres désignés conformément à ce règlement d'arbitrage. Pour être recevable, la demande d'arbitrage doit être introduite auprès du secrétariat du CEPANI dans le mois qui suit l'envoi de la lettre recommandée précitée.

## Article 5 - Valeurs et Code de conduite

### Art. 5.1 Le respect des valeurs du CIM

Les membres du CIM acceptent que le CIM évalue son fonctionnement sur la base des valeurs suivantes et soutiennent pleinement le CIM dans cette démarche :

1. Le CIM sera consumer centric.
2. Le CIM travaillera d'une manière co-créative.
3. Le CIM sera always on.
4. Le CIM créera de la valeur pour toutes les parties prenantes, en fonction des besoins de l'ensemble de ces parties.
5. Le CIM sera ouvert et inclusif.
6. Le CIM restera neutre et digne de confiance, mais contribuera également à guider l'écosystème local.

### Art. 5.2. Le respect pour le CIM

Les membres du CIM éviteront d'adopter un ton négatif dans leur communication sur l'association et veilleront à ce que leur communication avec le monde extérieur ne nuise pas aux intérêts de l'association.

### Art. 5.3. Le respect pour la valeur de référence des chiffres CIM

Chaque membre du CIM accepte les données d'audience du CIM comme Currency dans son secteur. Les données CIM relatives à l'audience et aux paramètres média y afférents (telles que couverture, part de marché, contacts, GRP, OTS, rating, durée d'écoute, visites, ...), ainsi qu'aux profils sociodémographiques correspondants sont acceptées comme valeurs de référence uniques pour tous les médias étudiés par le CIM. Tout membre du CIM utilisera les études d'audience CIM de façon loyale, en respectant les algorithmes publiés.

### Art. 5.4 Le respect pour les chiffres CIM

Chaque membre du CIM est libre d'organiser ou d'utiliser, en dehors du cadre du CIM, tout type d'étude média. Il s'abstiendra toutefois d'actions ou de publication qui mineraient la crédibilité des données d'audience CIM. Tout membre du CIM accepte dès lors les règles de publication suivantes en matière de chiffres d'audience, de mesures média y afférentes (telles que couverture, part de marché, contacts, GRP, OTS, rating, durée d'écoute, visites...) et de données de profil sociodémographique :

*a. Un référencement systématique et correct des chiffres*

Pour toute utilisation des chiffres CIM, la source sera mentionnée de la façon suivante :  
 “Source : CIM, le média ou le nom de l’étude, la période de la mesure (ou la date de publication, si ce n’est que la modélisation de données existantes qui a été actualisée)”

Ex. Source : Etude CIM TV, 1/3 – 28/3 2019.

Ex. Source : CIM Internet, Jan 2019.

Ex. Source : Etude CIM Out-of-Home, 2019-1.

Chaque fois que sont utilisés des chiffres d’audience, issus d’études alternatives, il sera mentionné :

“Paramètre” estimé sur base de “Source – la méthode de mesure, la période et la taille de l’échantillon”

Ex. Audience estimée sur base de l’Institut X – étude online, 5/12 – 19/12 2019, n = 1.500.

Ex. Rating estimé sur base de l’Institut Y – carnet d’écoute, février 2019, n = 304.

Ex. % de Profil estimé sur base d’une étude interne – enquêtes en face à face, janvier 2019, n = 434.

*b. La priorité des données CIM.*

Si, dans la dernière publication du CIM, des données sont disponibles pour un média individuel, tous les membres du CIM utiliseront, dans leurs publications, ces chiffres-là, et pas les chiffres d’études alternatives.

Cette règle générale n’est pas d’application pour :

- les publications à usage exclusivement interne,
- les publications à caractère scientifique,
- les publications destinées à l’enseignement,
- la publication de paramètres médias complémentaires qui ne sont pas repris dans les publications du CIM,
- la publication de paramètres médias identiques, pour une séquence de temps non publiée (p.ex. l’été pour la presse) ou pour une émission à caractère événementiel et limitée dans le temps,
- la publication de paramètres médias identiques pour un nouveau média qui est mesuré dans une étude CIM dont la publication n’est pas attendue avant au moins deux mois,
- la publication de données relatives à la consommation média par un groupe-cible spécifique qui obtient moins de 1.000 observations au sein d’un échantillon CIM adéquat, et moins de 500 observations dans un panel CIM, pour autant qu’elles soient significativement mieux mesurées dans l’étude alternative,
- les publications utilisant des données CIM dans des projets non CIM, selon la procédure élaborée par l’Organe d’administration le 06/12/2016,

- toute publication pour laquelle une autorisation préalable du Bureau du CIM a été obtenue.

Même dans ces cas exceptionnels, aucune publication de chiffres alternatifs ne sera faite pendant la période d'embargo de deux semaines avant et deux semaines après une publication CIM officielle pour ce qui concerne les études sans publication quotidienne.

Ces lignes de conduite sont d'application pour les communiqués de presse, newsletters, publicités, présentations commerciales et toute autre forme de communication, peu importe le groupe-cible. Un Comité Stratégique peut approuver des règles supplémentaires, spécifiques qui seront reprises dans un règlement d'une étude spécifique.

*c. Le respect des règles de comparaison entre les données.*

Tout membre CIM s'engage à ne comparer les médias que sur base d'une seule et même étude, et à ne jamais combiner, dans une comparaison, des chiffres issus de sources différentes.

La priorité des chiffres CIM est également d'application pour les comparaisons entre médias individuels. La seule exception admise concerne les situations où un ou plusieurs médias individuels importants ne sont pas repris dans la publication CIM, ou encore, quand un non-membre du CIM, actif dans le marché, utilise une étude alternative pour se comparer avec des membres du CIM.

## **Art. 5.5 Le respect pour la méthodologie des études CIM**

Tout membre est responsable des commentaires publics faits par ses collaborateurs relativement aux études CIM et aux résultats du CIM.

Les doutes quant à l'exactitude des données et les questions sur la méthode de l'étude sont discutés au sein du CIM avec la Structure Permanente et la Commission Technique compétente. A cet effet, tout membre peut prendre contact avec la Structure Permanente ou avec le président de la Commission Technique compétente. La Structure Permanente se basera sur la concertation qui suivra pour répondre ensuite à toutes les questions.

Si une publication du CIM contient une erreur, le CIM publiera des chiffres corrigés ou, si une nouvelle publication n'est pas possible, il communiquera une note méthodologique sur l'origine et l'impact du problème.



## Article 6 - Budget d'une étude

Pour être adoptée, toute décision de l'Organe d'administration relative au budget d'une étude devra, d'une part recueillir la majorité des voix de l'ensemble des membres de l'Organe d'administration présents ou représentés, et d'autre part :

- l'unanimité des membres présents ou représentés du média concerné s'il s'agit d'une étude currency,
- la majorité des deux tiers des membres présents ou représentés s'il s'agit d'une étude qui traite d'une ou de plusieurs catégories dans leur entièreté.

## Article 7 - Financement

Les cotisations de l'ensemble des membres contribuent au financement du CIM, qui est en plus principalement basé sur le principe de la solidarité entre médias et intermédiaires.

- Les études stratégiques sont en principe financées à 50 % par le Buy Side et à 50 % par le Sell Side.
- Les études tactiques sont financées en grande partie par le Sell Side, avec une contribution du Buy Side, en fonction de l'étude spécifique. Le financement exact d'une étude tactique (avec détermination des contributions spécifiques) est déterminé par le Comité Stratégique.
- Pour les études mixtes, qui comportent à la fois une composante stratégique et une composante tactique, le Buy Side et le Sell Side prennent des dispositions au sein du Comité CPD.
- Le fonctionnement de la Structure Permanente est financé à 50 % par le Buy Side et à 50 % par le Sell Side.

D'autres détails concernant le financement, en fonction de la nature du coût, seront discutés et définis dans les règlements financiers par le Comité Stratégique.

## Article 8 - Accès aux données – Utilisation et protection des données

### Art. 8.1 Membres

Être membre du CIM ne donne pas automatiquement accès aux données fournies par le CIM.

L'accès aux données d'une étude est réservé aux membres ayant supporté leur part des coûts selon les principes de financement évoqués à l'article 7 et les règlements financiers qui les mettent en œuvre, et qui s'engagent à respecter les conditions d'utilisation des études.

L'utilisation de ces données est soumise aux règles de confidentialité, décrits à l'article 9.

## Art. 8.2 Non-membres

Des non-membres peuvent avoir accès à des données CIM pour autant qu'ils aient été acceptés par l'Organe d'administration et que ce dernier ait approuvé le type de données qui leur seraient fournies.

La Structure Permanente élabore des tarifs pour des catégories de non-membres, sur la base des conditions FRAND, qui sont approuvées par le Bureau.

## Article 9 - Confidentialité des données

### Art. 9.1 Objet

Conformément à l'article 32 des Statuts du CIM, les données, publications et études que le CIM transmet à ses membres dans le cadre de l'exécution de ses différentes missions restent sa propriété exclusive et sont confidentielles.

Le Membre du CIM s'engage à respecter le caractère confidentiel de ces données conformément aux modalités fixées par le présent règlement.

### Art. 9.2 Informations confidentielles

Par "informations confidentielles", on entend toutes informations, de quelque forme qu'elles soient (orales, écrites, graphiques, électroniques, etc.), communiquées par le CIM dans le cadre de la publication des résultats/données des études.

Cette confidentialité n'est pas applicable si le Membre du CIM peut apporter la preuve que les informations confidentielles :

- sont entrées dans le domaine public préalablement à leur divulgation ou après celle-ci pour autant que cette circonstance ne résulte pas d'une faute qui lui soit imputable;
- ont été obtenues légitimement d'un tiers non lié par une obligation de confidentialité ni par le secret professionnel ;
- sont déjà connues de celui-ci, cette connaissance devant être démontrée par l'existence de documents appropriés dans ses dossiers;
- ont été développées indépendamment par le Membre du CIM, sans violation du présent règlement, pour autant que ce développement indépendant puisse être clairement documenté et vérifié.

## Art. 9.3 Obligations

Tout Membre du CIM s'engage à :

- n'utiliser les informations confidentielles que pour les besoins de son activité sans toutefois en faire commerce. N'est pas considérée comme étant commerce : toute intervention financière requise auprès de ses clients pour traitement ou analyse particuliers ;
- n'utiliser les informations confidentielles que pour son propre compte sans transfert à des tiers autrement que dans les cas nécessités par les besoins internes ;
- n'autoriser l'accès aux informations confidentielles qu'aux seuls membres de son personnel qui doivent absolument être mis au courant pour pouvoir en évaluer le contenu;
- inclure une clause de confidentialité dans le contrat de travail de tous ses employés ayant accès aux informations confidentielles communiquées par le CIM;
- inclure une clause de confidentialité dans les contrats conclus avec ses sous-traitants;
- ne copier les informations confidentielles communiquées par le CIM qu'en cas d'absolue nécessité ;
- informer immédiatement le CIM s'il constate ou présume que des informations confidentielles ont été divulguées à des personnes non autorisées;
- restituer immédiatement au CIM, sur simple demande, toutes les informations confidentielles, y compris les copies qui en ont été faites et ce quel qu'en soit le support (papier, informatique, etc.).

Tout Membre du CIM reconnaît expressément que l'obligation de confidentialité est une condition essentielle à son statut de membre, dans la mesure où son non-respect est susceptible de causer un important préjudice au CIM.

En cas de doute sur la portée de la confidentialité ou des autres modalités établies par le présent règlement, le Membre du CIM est tenu de demander, préalablement à toute initiative, l'avis du Bureau du CIM.

## Art. 9.4 Modalités particulières concernant certains types de données

Le Comité Stratégique, assisté des Commissions Techniques concernées, précise les modalités spécifiques des obligations précitées en fonction notamment du type de données communiquées par le CIM, et toujours dans le cadre des grandes lignes définies par l'Organe d'administration.

Ces modalités concernent notamment l'accès même aux données, le type de traitement de données qui peut leur être appliqué, la validation des logiciels de traitement de données. Elles sont précisées dans le Règlement de chaque étude qui sera approuvée par le Comité Stratégique. Ces règlements seront accessibles sur le site de l'association. Les Comités Stratégiques peuvent aussi décider de délais

d'embargo déterminant la date à laquelle le Membre du CIM peut utiliser et/ou communiquer ces données. Ces délais seront notifiés au Membre du CIM par la Structure Permanente ou publiés le cas échéant en même temps que les données.

Pour certaines études, le CIM fournit deux types de fichiers de données, dits A et B. Les membres ayant accès aux fichiers A sont tenus de ne pas en divulguer tout ou partie à des tiers.

### **Art. 9.5 Divulgence forcée des données confidentielles**

Dans tous les cas où le Membre du CIM serait contraint, par une autorité ou autrement, de divulguer tout ou partie des informations confidentielles qu'il détient, celui-ci en informera le CIM sans délai par écrit pour permettre au CIM de prendre toutes les mesures conservatoires judiciaires ou extrajudiciaires qu'il jugerait opportunes.

En toute hypothèse, le Membre du CIM se limitera à ne fournir que les informations confidentielles strictement nécessaires et attirera l'attention des autorités compétentes à laquelle il aura dû communiquer les données, sur le caractère confidentiel de celles-ci.

## **Article 10 – Rôle du CIM dans les relations avec les instituts réalisant des études**

En souscrivant à une étude du CIM, le membre accepte que le CIM passe un accord avec un institut qui réalisera l'étude en question pour le compte du CIM. C'est le CIM qui est le mandant dans la convention avec l'institut. Les membres qui ont souscrit à une étude du CIM ne disposent pas de droits et/ou obligations contractuels vis-à-vis de l'institut qui réalise l'étude.

Si un membre se sent lésé dans le cadre d'une étude menée, ou s'il souhaite déposer une plainte à cet égard, il contactera d'abord le Directeur général et la question sera discutée au sein de la Commission Technique compétente. Si la Commission Technique décide qu'il serait approprié de prendre des mesures à l'encontre d'un institut, le dossier sera soumis au Comité Stratégique et toute décision de prendre d'autres mesures devra être confirmée par l'Organe d'administration.

Si le CIM parvient à un accord ou à un règlement à l'amiable avec l'institut concerné, qui a été discuté et approuvé au sein des instances du CIM, les membres devront en respecter toutes les dispositions et ne pourront prendre aucune mesure individuelle à l'encontre de l'institut en violation de ces dispositions.

Si le CIM ne parvient pas à régler le problème à l'amiable avec l'institut, les membres sont libres de prendre leurs propres mesures à l'encontre de l'institut concerné.

Le CIM, dont le rôle se limite à la conception et au suivi de la réalisation des études, ne peut en aucun cas être tenu pour responsable des erreurs commises par l'institut chargé de réaliser l'étude.