

REGLEMENT DE L'ETUDE CIM INTERNET

Version avril 2016

Approuvé par le Conseil d'Administration du 24/05/2016

Avenue Herrmann-Debrouxlaan 46 | Brussel 1160 Bruxelles | België - Belgique
Tel.: +32 (0)2 661 31 50 | Fax: +32 (0)2 661 31 69 | E-mail: info@cim.be | www.cim.be

BTW/TVA: BE 0407.594.592 | ING BE02 3101 5396 3540 – BBRUBEBB



Contenu

1. Objectif	3
2. L'étude Trafic CIM Internet	4
2.1. Définitions	4
2.2. Tagging	6
2.3. Groupements de résultats.....	7
2.4. Statut des sites souscripteurs.....	7
2.5. Fonctionnement de l'étude trafic CIM Internet	8
3. L'étude d'audience CIM Internet sur base de cookie panel.....	9
3.1. Objectif	9
3.2. Définitions	9
3.3. Fonctionnement de l'étude d'audience CIM Internet.....	9
4. Résultats	10
4.1. Les rapports de l'étude CIM Internet	10
4.2 gemiusPrism	11
4.3 gemiusOLA.....	11
4.4. gemiusExplorer.....	11
4.5. Fichiers de Media planning	12
4.6. Technical Ranking.....	12
4.7. Publication des données d'audience.....	12
4.8. Communication	13
5. Procédure de lancement	14
6. Résiliation	16
7. Droits et obligations concernant l'accès et l'utilisation	16
8. Protection de la vie privée.....	17
9. Contrôle par le CIM	18
10. Différends et fraude	18
11. Clauses particulières.....	19



1. Objectif

1.1. L'étude CIM Internet est un outil qui mesure le trafic sur Internet pour les membres du CIM. Le CIM souhaite offrir des données neutres et objectives en relation avec le nombre de Requêtes de pages (Page Views ou Page Requests), Visites (Visits), Visiteurs (Visitors) et Surfeurs (Real User), browsers uniques (Unique Browsers – UB) des sites participants, en fonction du planning, de l'achat et de la vente d'espaces publicitaires. Les membres du CIM, médias Internet, régies ou intermédiaires, peuvent souscrire à l'étude CIM Internet.

1.2. La mesure de l'Internet, via l'étude CIM Internet, est une mesure continue et solidaire. L'objectif de l'étude CIM Internet est, à terme, de mesurer la totalité des éléments commercialisés par les éditeurs de contenu sur le marché belge, afin de garantir une mesure la plus objective et réaliste possible.

Les souscripteurs sont donc invités à mesurer l'ensemble des sites (ainsi que leurs versions mobiles), player de streams (audio et vidéo) et applications pour lesquels de l'espace publicitaire est commercialisé. Si un souscripteur inscrit un site, il est tenu d'en mesurer toutes les pages. S'il inscrit un player, il est tenu d'en mesurer tous les streams. S'il inscrit une application, il est tenu d'en mesurer toutes les pages (telles que définies dans le point 2.1.4.).

La Commission Technique Internet peut accepter, à la demande de son propriétaire, le site d'une télévision ou d'une radio publique qui s'adresse à un public général et qui n'est pas autorisée à faire de la publicité sur son site par les pouvoirs publics.

1.3. Les études du CIM sont toutes contrôlées, au sein du CIM, par une Commission Technique représentant les divers pôles de la tripartite du CIM et garantissant la fiabilité des études conduites par le CIM. Le règlement des Commissions Techniques et leur composition sont disponibles sur le site du CIM ainsi que les statuts et la méthode de travail générale du CIM.

1.4. Le présent règlement est fixé par la Commission Technique Internet et approuvé par le Conseil d'administration du CIM. Il est susceptible d'être modifié au cours de l'étude.

2. L'étude Trafic CIM Internet

2.1. Définitions

2.1.1. Site

Ensemble des pages visualisables dans un navigateur formant un contenu distinctif présenté de façon uniforme, générateur d'audience

- dont l'URL contient, derrière l'indication du protocole (p.ex. http://) et avant le premier "/", le même nom de domaine (p.ex. "www.nouvelles.be") et le même topdomaine (.be, .com, .net, etc.) et/ou,
- publiées par le même éditeur dans le même topdomaine, avec un contenu équivalent et un nom de sous-domaine équivalent dans une autre langue, p.ex. "www.nouvelles.be/" et "www.nieuws.be/", et/ou,
- publiées par le même éditeur dans une version mobile du site destinée à être utilisée dans un appareil de type smartphone ou tablette et/ou,
- publiées par le même éditeur dans une version de type « site responsive », et/ou,
- publiées dans une application mobile, et/ou,
- publiées par le même éditeur, mais pour des raisons techniques sous un autre nom de domaine, pour autant que la Commission Technique Internet l'ait permis par écrit après l'analyse de la nature des URL's, du "look and feel" et du contenu.

Afin d'être mesurée dans l'étude CIM Internet, une application doit avoir un nom qui renvoie :

- soit au nom de domaine du site auquel elle est liée ;
- soit au nom de l'une des sections du site auquel elle est liée ;
- soit au nom de l'un des programmes du site auquel elle est liée.

Si un éditeur souhaite faire mesurer une application qui ne respecte pas l'une de ces conditions, il devra en faire la demande à la Commission Technique Internet qui décidera si l'application peut rentrer dans la mesure.

Les renvois immédiats et automatiques vers un ensemble de pages (les "redirects") font par définition partie du même site.

Le propriétaire est libre de choisir si des sites équivalents en langues différentes sont mesurés comme formant un site bilingue ou comme étant des sites séparés.

2.1.2. Section de site

Sous-partie exclusive (p.ex. "belgique") d'un site (p.ex. "www.nouvelles.be") ou combinaison de différentes sous-parties exclusives, ayant un contenu spécifique généralement visible dans l'URL (p.ex. "www.nouvelles.be/belgique/", "belgique.nouvelles.be/", "www.nouvelles.be/.../belgique/"). Le propriétaire est libre de choisir si des sections de site sont mesurées séparément ou pas.

2.1.3. Page

Document spécifique appelé suite à un hyperlien ou à une « Unique Resource Locator » (url). Par page, on entend l'ensemble des fichiers apparaissant à l'écran.



2.1.4. Requête de page (Page View)

Fichier ou combinaison de fichiers envoyés à un Browser ou une application suite à une demande de cet Browser ou cette application reçue par le serveur du site. Une page peut-être vue dans un navigateur (browser) ou dans une application. Sauf mention contraire, le terme « page » utilisé dans le reste de ce document concerne toutes les pages vues, indépendamment du fait qu'elles soient vues dans un navigateur ou dans une application.

2.1.4.1. Requête de page dans un browser

Une nouvelle requête de page est identifiée à chaque fois que l'URL de la page change.

2.1.4.2. Mesure des photos carrousels

Il est permis d'identifier les photos et images vues dans des photos carrousels comme des pages vues, pour autant que les 3 points suivants soient respectés :

- L'URL change à chaque nouvelle photo ;
- Les photos font partie de l'inventaire commercialisé par l'éditeur (il doit donc être possible de voir de la publicité) ;
- Les photos ne défilent pas automatiquement, une action du visiteur est nécessaire pour changer de photo.

2.1.4.3. Requête de page dans une application HTML5

Les applications HTML5 utilisant le même tag que les sites internet (cf. infra pt.2.2.1.), les requêtes de pages sont identifiées de la même manière que les pages vues dans des browsers.

2.1.4.3. Requête de page dans une application hybride

Pour la définition de pages les applications hybrides suivent les règles des applications html5.

2.1.4.4. Requête de page dans une application native

Une nouvelle requête de page est identifiée dans une application native lorsque du contenu susceptible de contenir une nouvelle publicité est chargé. Les actions suivantes sont considérées comme créant une nouvelle page vue :

- Ouverture de l'application ;
- Refresh de la page (dans le cas d'un autorefresh, il doit être de minimum 30 secondes, cf. infra pt. 5.5.) ;
- Ouverture d'un nouvel article
- Résultat d'une recherche
- « Réactivation » de l'application après avoir été en background.
- Affichage d'une nouvelle photo dans un slideshow

D'autres actions par contre ne doivent pas compter pour une nouvelle page vue :

- Ouverture du menu
- Scrolling sur la même page
- Swipe sans ouverture d'un nouveau contenu
- Aperçu général des articles (p.ex. : top 10 des articles les plus lus)



2.1.5. Cookie Gemius – BrowserID

Petit fichier texte, qui contient un numéro unique, le BrowserID, proposé par un serveur Gemius pour installation dans le browser du visiteur. Si accepté, ce cookie est retourné par le browser du visiteur à chaque interrogation suivante d'un serveur de Gemius®. Ce cookie permet ainsi de rattacher de façon anonyme des visites à plusieurs sites ou plusieurs visites à un même browser.

2.1.6. Visiteur unique/Browser unique (Visitor/Unique Browser)

Navigateur identifié par un cookie CIM Internet. Cette définition équivaut à la notion de Unique Browser.

2.1.7. Visite (Visit)

Série de requêtes de pages effectuées par un même visiteur sur un même site sans interruption de plus de trente (30) minutes successives.

2.1.8. Jour

Période commençant à l'heure belge 00:00:00 et finissant à l'heure belge 23:59:59.

2.1.9. Semaine

Période commençant le lundi et finissant le dimanche suivant.

2.1.10. Mois

Un mois calendrier.

2.1.11. Géolocalisation

La géolocalisation permet d'analyser l'origine géographique de vos visiteurs. Les visiteurs non identifiés sont repris sous la catégorie 'UNKNOWN'.

2.2. Tagging

2.2.1. Tag CIM pour les sites et les applications codées en HTML5

Le tag CIM est utilisé pour mesurer les websites, les versions mobiles des websites, les applications développées en HTML5 et les applications natives chargeant des pages en HTML5.

Il s'agit d'un code en JavaScript que le souscripteur utilise pour permettre la mesure de son site ou de sa section. Ce tag doit figurer sur toutes les pages du site du souscripteur.

Le CIM mettra à disposition des souscripteurs des documents techniques pour l'implémentation du tag sur leur site et/ou application.

2.2.2. Tag CIM pour les applications natives

Le code et « Software Development Kit » (SDK) que le souscripteur reçoit du CIM pour permettre la mesure de ses applications en iOS, Android et Windows.

2.2.3. Tag CIM pour les streams audio et vidéo

Il s'agit du code que le souscripteur reçoit du CIM pour permettre la mesure de ses streaming audio et/ou vidéo et qui doit être intégré dans le lecteur (c.-à-d. l'application qui joue les streams).

2.2.4. Keyword

Le keyword est la description du contenu d'un groupe de pages en un seul mot, par exemple :



- Le nom d'un regroupement commercial ;
- La structure d'un site web si ce site n'utilise aucun tag de section.

Le keyword est un paramètre libre qui est repris dans le tag. Le nombre de keywords qu'il est possible d'utiliser pour chaque site et section est limité à 200.

2.3. Groupements de résultats

2.3.1. Propriétaire de Site

Propriétaire légal, total ou partiel, direct ou indirect (via d'éventuelles participations dans l'actionnariat) d'un site.

2.3.2. Cobranding

Contenu fourni par un éditeur de contenu à un « diffuseur ». En général, le contenu co-brandé correspond à une section du site du « diffuseur ». Typiquement « le diffuseur » publie ce contenu avec mention de la marque de l'éditeur.

2.3.3 Vidéo syndication

Contenu vidéo d'un éditeur de contenu diffusé sur le site internet d'une tierce partie.

2.3.4. Régie publicitaire (Media Sales House)

Intermédiaire commercialisant des sites d'éditeurs différents sous un même regroupement.

2.3.5. Groupes Thématiques

Groupement de sites, de sections de sites ou bien de groupes Média d'un même éditeur ou bien commercialisés par la même régie publicitaire et dont le contenu est orienté autour du même thème. Le regroupement est choisi par l'éditeur ou par la régie publicitaire.

2.3.6. Groupe Régie/pack

Groupement de sites non-exclusifs faisant partie de différentes régies, et regroupés au sein d'un même package.

2.3.7. Média

Groupement de sites propres appartenant au même éditeur.

2.3.8. Editeur (Publisher)

Groupement de sites ou de sections de sites, qui reprend des sections co-brandées, dont le contenu est fourni par le même éditeur.

2.4. Statut des sites souscripteurs

2.4.1. Active Room

Ensemble des sites et sections de sites des souscripteurs à l'étude dont la mesure CIM Internet a été contrôlée et approuvée par la Commission Technique Internet du CIM. Les contrôles impliquent que le site a été, dans son entièreté, correctement taggué, que le trafic est stable et que les logos et disclaimer du CIM se trouvent sur le site. Les résultats des sites en Active Room sont publiés et accessibles à l'ensemble des souscripteurs.



2.4.2. Waiting Room

Ensemble des sites et sections de sites qui sont en période probatoire dans le système CIM Internet en cas : de nouvelle souscription ou de demande de l'éditeur pour modifications importantes au site ou de sanction. Leurs données CIM Internet ne sont pas accessibles aux autres souscripteurs, ne peuvent pas être communiquées à des tiers, notamment dans la communication externe, et ne peuvent faire l'objet d'aucune utilisation commerciale. Ils ne sont pas non plus repris dans les résultats de l'étude d'audience.

2.5. Fonctionnement de l'étude trafic CIM Internet

2.5.1. Sur une page d'un site mesuré se trouve un tag CIM Internet qui, lorsque la page est appelée par un navigateur, demande un mini fichier texte au serveur de Gemius.

Si le navigateur a déjà reçu un cookie de Gemius®, le BrowserID (numéro identifiant chaque cookie) de celui-ci permet l'identification.

Si le navigateur n'a pas encore reçu de cookie de Gemius un cookie lui est envoyé.

2.5.2. Cette technique permet :

- De distinguer et de compter précisément les unique browsers à l'aide des cookies ;
- De compter les requêtes de pages à l'aide du nombre de demandes des mini-fichiers texte ;
- De calculer les visites a posteriori.

2.5.3. Les visiteurs ont la possibilité de ne pas participer à l'étude CIM Internet en installant un « anti-cookie » qui empêche leurs requêtes de pages d'être enregistrées. Cet « anti-cookie », fourni par Gemius, peut être téléchargé à l'adresse suivante : <http://optout.hit.gemius.pl/removeEN.php>



3. L'étude d'audience CIM Internet sur base de cookie panel

3.1. Objectif

Le deuxième volet de l'étude CIM Internet permet de mesurer l'audience nette et de déterminer le profil sociodémographique des visiteurs des sites et sections.

3.2. Définitions

3.2.1. Cookie panel

Le cookie panel est un échantillon de surfeurs qui ont répondu de façon positive à une invitation à participer à la mesure de leur trafic sur les sites inscrits, qui ont indiqué leur profil sociodémographique et déclaré leur consommation internet.

3.2.2. Surfeur (Real User)

Personne ayant visité un website depuis le territoire Belge. Le nombre de surfeurs est obtenu via l'algorithme Real User incluant les données trafic publiées en gemiusOLA et les données de la population provenant des études structurelles CIM Internet. Les surfeurs sont limités aux groupes d'âges tels que définis dans l'univers couvert par l'étude structurelle et le cookie panel.

3.2.4. L'audience quotidienne et mensuelle (Daily/Monthly Audience)

Après la fin du mois, l'audience nette est recalculée pour chaque jour du mois précédent et pour le mois précédent dans son ensemble. Ces données définitives forment l'input pour les outils de planning.

3.3. Fonctionnement de l'étude d'audience CIM Internet

3.3.1. Tout site souscripteur du CIM est repris dans la mesure trafic de l'étude CIM Internet et participe automatiquement à l'étude d'audience CIM Internet pour autant qu'il remplisse les conditions techniques nécessaires. Ce principe ne s'applique qu'aux souscripteurs belges de l'étude trafic CIM Internet.

A cause de limites méthodologiques, ces données de profil ne sont pas disponibles pour les sites luxembourgeois.

3.3.2. Chaque souscripteur participant à l'étude trafic CIM Internet est tenu d'afficher sur chacun de ses sites le pop-up invitant les surfeurs à s'inscrire en ligne pour le panel utilisé pour l'étude d'audience CIM Internet.

3.3.3. Ce principe ne s'applique pas aux sites qui ont pour groupe cible les < 12 ans. Chaque souscripteur peut demander que son site n'affiche plus le pop-up. A cet effet, le souscripteur enverra à la Commission Technique une demande motivée. La Commission Technique décidera si le site peut être placé sur liste noire ou pas.

3.3.4. Les résultats sont publiés pour tous les sites faisant partie de l'étude CIM Internet, sous respect des conditions suivantes :

- Les sites ou sections de sites doivent avoir un minimum de 40 observations (surfeurs mesurés) pour le mois mesuré ;
- Les sites doivent être en ordre de paiement envers le CIM.

4. Résultats

4.1. Les rapports de l'étude CIM Internet

4.1.1. Les résultats de l'étude CIM Internet sont disponibles sur le site du CIM, rubrique « Résultats ». La fréquence de publication des rapports est différente pour les souscripteurs Luxembourgeois et Belges. La fréquence de publication peut être modifiée par la Commission Technique.

4.1.2. Les résultats publics pour les sites et sections belges sont accessibles via la version publique du programme gemiusOLA (cf. infra pt. 4.3). Les résultats publics donnent, pour chaque site et section, les résultats des pages vues et des sessions pour le trafic belge seulement et pour le trafic « ALL » (belge et international). Les résultats publics pour les sites et sections luxembourgeois sont disponibles sur le site internet du CIM.

4.1.3. Les résultats complets sont disponibles pour les sites individuels et pour les groupements « Publisher », « Media », « Media Sales House » et « Régie pack » pour autant que les conditions de souscription et de paiements soient rencontrées.

4.1.4. Tous les souscripteurs ont accès avec leur mot de passe aux rapports officiels publiés sur le site du CIM.

4.1.5. Les rapports officiels pour les souscripteurs belges sont les suivants :

- “[Date]_Monthly_BEL_[site, section or group name]” : rapport mensuel individuel avec les résultats pour le trafic belge, les Real Users et les profils sociodémographiques ;
- **STREAM**: “[Date]_Monthly_BEL_STREAM_[site, section or group name]” : rapport mensuel individuel avec les résultats pour le trafic belge, les Real Users et les profils sociodémographiques pour le streaming ;
- **GLOBAL** : “[Date]_Monthly_ALL_GLOBALMonthly” : rapport mensuel avec tout le trafic (belge et étranger) pour les sites et sections.

Contrairement à l'ancienne étude, la nouvelle étude CIM Internet ne publie plus que des rapports mensuels pour les souscripteurs belges.

4.1.6. Les rapports officiels pour les souscripteurs luxembourgeois sont les suivants :

- “[Date]_Daily_LUX_[site, section or group name]” : rapport quotidien individuel reprenant tout le trafic (luxembourgeois et étranger) pour les sites et applications luxembourgeois ;
- “[Date]_Weekly_LUX_[site, section or group name]” : rapport hebdomadaire individuel reprenant tout le trafic (luxembourgeois et étranger) pour les sites et applications luxembourgeois ;
- “[Date]_Monthly_LUX_[site, section or group name]” : rapport mensuel individuel reprenant tout le trafic (luxembourgeois et étranger) pour les sites et applications luxembourgeois ;
- “[Date]_Monthly_LUX TOTAL” : rapport mensuel univers intégrant tout le trafic mesuré sur tous les sites et applications luxembourgeois ;
- **GLOBAL** : “[Date]_Monthly_LUX_GLOBAL” : rapport mensuel global intégrant tout le trafic mesuré sur les sites et applications luxembourgeois.



4.1.7. Tous les rapports sont téléchargeables depuis le site du CIM (format xls).

4.2 gemiusPrism

4.2.1. Chaque souscripteur reçoit un accès à l'outil de reporting en ligne gemiusPrism. Ce logiciel permet à chaque souscripteur d'analyser le trafic sur son (ses) propre(s) site(s). Les résultats complets sont disponibles en gemiusPrism 120 minutes après la collecte des données. Tous les résultats visibles plus tôt peuvent ne pas être complets.

4.2.2. Les résultats disponibles en gemiusPrism n'étant pas filtrés (pas de filtre sur l'origine du trafic, les autorefresh, etc.), ils ne peuvent être utilisés qu'à des fins de contrôle du tagging. Il est strictement interdit de communiquer vers l'extérieur les résultats trafic issus de gemiusPrism.

4.3 gemiusOLA

4.3.1. gemiusOLA est un site web où le trafic de tous les sites, sections groupes médias, groupes thématiques et régies est publié quotidiennement sur base des chiffres agrégés :

- Les résultats journaliers agrégés sont disponibles en Jour + 1 à 12h30 ;
- Les résultats hebdomadaires agrégés sont disponibles en Semaine + 1 jour à 12h00 ;
- Les résultats mensuels agrégés sont disponibles en Mois + 1 jour à 12h00.

gemiusOLA est constitué d'une section publique et d'une section privée. Cette dernière est uniquement disponible pour les souscripteurs. Les résultats de la version publique sont détaillés au point 4.1.2.

4.3.2. Les metrics suivantes sont disponibles en gemiusOLA pour les souscripteurs uniquement:

- Unique Browsers (UB)
- Page Views (PV)
- Visits (Visits)
- Total Time Spent / UB
- Total Time Spent / PV

Les mêmes metrics sont également disponibles avec leur évolution par rapport à la période de mesure précédente et la moyenne des intervalles de temps présentés. gemiusOLA permet d'obtenir un résultat trafic total ainsi qu'un détail par plateforme : PC (desktop/laptop), Mobile (= smartphone) et Tablet.

4.3.3. Les souscripteurs auront la possibilité d'utiliser une API (Application Programming Interface), disponible sur le site du CIM, afin de faire des recherches dans les résultats de gemiusOLA. Cette API est disponible sur demande adressée à la Structure Permanente du CIM.

4.4. gemiusExplorer

Chaque souscripteur reçoit un mot de passe et un login pour le programme gemiusExplorer. gemiusExplorer est un programme à installer sur son ordinateur et qui est mis à jour mensuellement avec les résultats trafic et audience des sites participant à l'étude CIM Internet. Il permet d'analyser



les données trafic, le nombre de surfeurs ainsi que les profils sociodémographiques pour tous les sites participant à l'étude CIM Internet.

4.5. Fichiers de Media planning

4.5.1. Les fichiers de Media planning sont délivrés aux fournisseurs de logiciel agréés. Cette base de données intègre les résultats de trafic journaliers pour le mois précédent, le nombre de surfeurs ainsi que les profils sociodémographiques. Les fichiers de Media planning sont délivrés au CIM au plus tard 11 jours ouvrables après la fin du mois et aux fournisseurs de logiciels agréés au plus tard 12 jours ouvrables après la fin du mois s'il n'y a pas eu de changement méthodologique majeur par rapport à la publication du mois précédent. Dans le cas contraire, les fichiers de Media planning seront livrés aux fournisseurs de logiciels agréés au plus tard le 13^{ème} jour ouvrable du mois.

4.5.2. La liste officielle des fournisseurs de logiciel peut être consultée sur le site du CIM : <http://www.cim.be/fr/internet/fournisseurs-de-logiciel>.

4.6. Technical Ranking

4.6.1. Le classement technique (« Technical Ranking ») est une agrégation des données techniques (navigateurs, systèmes d'exploitation, etc.) de tous les sites web faisant partie de l'étude CIM Internet. Les résultats sont montrés à l'échelle du pays tout entier, aucune information concernant un site particulier n'est disponible.

4.6.2. Les résultats du classement technique sont accessibles à tous, membres et non-membres du CIM. Ce classement est accessible à l'adresse suivante :

- Résultats pour la Belgique : <http://www.rankingbe.com/>
- Résultats pour le Luxembourg : <http://www.ranking.lu/>

4.7. Publication des données d'audience

4.7.1. Les données d'audience sont livrées dans les outils de médiaplanning et gemiusExplorer sur base mensuelle. Le jour de la publication est variable et dépend de la méthodologie. Si celle-ci est différente du mois précédent, elles seront livrées plus tard, afin de laisser aux fournisseurs de logiciel le temps d'adapter leurs outils et à la Structure Permanente de faire les contrôles nécessaires. La date de la publication est annoncée dans une communication au marché le 12^{ème} ou 13^{ème} jour ouvrable de chaque mois.

4.7.2. Les données d'audience sont dans un premier temps publiées sous embargo, c'est-à-dire qu'elles sont livrées à tous les souscripteurs mais avec interdiction de les utiliser dans une communication externe. Elles sont ensuite publiées officiellement. Lors de la publication officielle, tous les souscripteurs ont le droit d'utiliser les données d'audience dans leur communication externe.

4.7.3. Le tableau ci-dessous synthétise les délais de communication et de publication selon la méthodologie utilisée :

	Jours ouvrables	
	Méthodologie existante	Nouvelle méthodologie
Communication envoyée au marché par la Structure Permanente	12	12 - 13
Publication sous embargo (pas de communication autorisée)	16 à 09h00	18 à 09h00
Publication officielle (communication autorisée)	16 à 13h00	20 à 13h00

4.8. Communication

Les souscripteurs de l'étude CIM Internet doivent suivre, en ce qui concerne la communication externe des résultats, certaines règles. Selon le principe de base, il est uniquement possible de communiquer sur les sites, sections et regroupements qui se trouvent en Active Room (cf. 2.4.1.).

4.8.1. Référence correcte aux sources

L'utilisation d'une référence correcte aux sources est essentielle. Lors de chaque publication de données, il est obligatoire que la référence aux sources contienne les éléments suivants :

- **Etude** : CIM Internet
- **Site, section ou groupe** : p.ex. CIM.be
- **Période** : p.ex. 1/7 – 31/7 2014
- **Origine géographique** : p. ex. Belgium (cf. 4.8.2.)
- **Metrics** : p.ex. Real users estimates (cf. 4.8.3.)
- **Groupe cible** : p.ex. 12+

4.8.2. Origine géographique des données

Il est obligatoire de mentionner l'origine géographique des données lors de l'utilisation des résultats de l'étude CIM Internet trafic et de l'étude d'audience.

Il y a trois options possibles :

- Trafic en provenance d'adresses IP belges. Lors de l'utilisation de ces données il est obligatoire de mentionner le terme « Belgium » dans la mention des sources ;
- Trafic en provenance d'adresses IP étrangères. Lors de l'utilisation de ces données il est obligatoire de mentionner le terme « Abroad » dans la mention des sources ;
- Trafic en provenance d'adresses IP belges et étrangères. Lors de l'utilisation de ces données il est obligatoire de mentionner le terme « Belgium + Abroad » dans la mention des sources.

Les données profils qui sont disponibles dans l'étude d'audience CIM Internet sont uniquement disponibles pour les surfeurs belges.

4.8.3. Metrics

Il est obligatoire de mentionner les metrics qui sont utilisées lors de chaque communication externe. Il s'agit des metrics définies dans les listes aux points 2.1., 2.3. et 3.2. mais également des autres



metrics se trouvant dans les programmes gemiusOLA et gemiusExplorer ainsi que dans les rapports officiels du CIM. Les données disponibles en gemiusPrism sont uniquement destinées à un usage interne.

5. Procédure de lancement

5.1. Un propriétaire de site est considéré comme ayant souscrit à l'étude CIM Internet, aux trois conditions suivantes :

- S'il est membre du CIM, ou dès que sa demande d'affiliation au CIM a été acceptée par le Bureau du CIM et le Conseil d'Administration du CIM ;
- après envoi au Conseil d'administration de sa demande d'inscription à l'étude CIM Internet ainsi que des tarifs appliqués pour la publicité sur son site et ;
- après paiement des droits de souscription à l'étude CIM Internet.

5.2. Dès réception du paiement des droits d'inscription par le propriétaire du site et de son acceptation du présent règlement, le CIM lui envoie les instructions pour le marquage du site ou des sections du site. Seule la Commission Technique Internet du CIM décide, et peut modifier, les spécifications des instructions de marquage.

Ces instructions, ainsi que les instructions de marquage ultérieures, font partie intégrante du présent règlement. Le souscripteur est tenu de les respecter.

Les instructions comprennent :

- un Tag CIM Internet à placer sur chaque page du site ;
- une aide à l'utilisation relative à la configuration et au placement des Tags CIM ;
- le logo du CIM et l'adresse url de l'hyperlien qui doit y être relié ;
- le disclaimer du CIM (cfr. 8.6) qui doit être placé sur le site à un endroit approprié (sur la page d'entrée, dans les conditions générales ou dans le « privacy policy » du site, par exemple).

Cette liste n'est pas exhaustive.

5.3. Il ne peut y avoir qu'un seul Tag CIM Internet par page.

5.4. Dans le cas d'une page composée de plusieurs frames, un seul élément pourra être tagué. Les iFrames ne peuvent donc pas être tagués.

5.5. Le marquage des pages avec autorefresh est autorisé pour autant que l'autorefresh soit de plus de 30 secondes ; l'autorefresh de moins de 30 secondes sera filtré automatiquement des résultats officiels par Gemius.

5.6. Le placement de codes de mesure sur une page (art. 2.5) sans contenu éditorial mais contenant uniquement des messages publicitaires, n'est pas autorisé.

5.7. En outre, les sites étrangers souscripteurs qui souhaitent connaître le profil de leurs visiteurs belges via le cookie panel de l'étude CIM Internet sont obligés d'installer un filtre sur le site web qui veillera à ce que le script de Gemius ne soit appelé que lorsqu'une adresse IP belge visite le site. Il s'agit



ici des sites qui ont un nom de domaine se terminant par une extension autre que « .be », comme par exemple des sites avec l'extension « .fr », « .com » ou « .org ». Le site reste en waiting room tant que ce filtre n'est pas correctement implémenté. Ce principe ne s'applique pas aux sites luxembourgeois qui eux doivent mesurer le trafic sur les sites avec une extension en « .lu ».

5.8. Pour tester le fonctionnement des Tags CIM et contrôler l'installation, il faut prévoir une période de maximum quinze (15) jours ouvrables en Waiting Room.

5.9. Lors de cette période probatoire, le CIM effectuera certains contrôles. Afin de pouvoir passer à la publication des résultats, le site doit satisfaire aux trois conditions suivantes :

- Le trafic mesuré doit être stable sur une période d'au moins une semaine (7 jours) ;
- Le trafic mesuré doit être comparable avec celui qui est mesuré grâce aux outils internes du souscripteur ;
- Le site doit afficher le logo, texte disclaimer et lien vers le site du CIM (cf. point 5.2).

Si le site remplit ces conditions, il sera alors déplacé en Active Room, et sera dès lors pris en compte pour les rapports officiels.

5.10. Dès l'inscription à l'étude CIM Internet, le CIM donnera accès à gemiusPrism à la personne de contact de l'entreprise afin de contrôler l'implémentation des codes de mesure sur son site. Ces résultats ne peuvent en aucun cas être communiqués en externe, même après la publication du premier rapport.

5.11. Dès la publication du premier rapport, le CIM envoie à la personne de contact du Site son nom d'utilisateur et le mot de passe correspondant lui permettant de pouvoir consulter les résultats sur le site du CIM. Le CIM autorise le souscripteur à transmettre ces informations à toute personne au sein de l'entreprise sous son entière responsabilité (cfr. Engagement de confidentialité des membres du CIM).

5.12. Dès le passage en active room, le souscripteur reçoit également l'accès à l'application en ligne gemiusOLA.

5.13. Les données Real Users ne sont disponibles que pour les sites ayant au minimum un mois de tagging complet. Tous les sites devront donc rester un mois dans la mesure trafic seulement, avant de pouvoir obtenir des résultats pour les Real Users.

5.14 Les éditeurs ayant inscrit des applications dans la mesure sont tenus de prendre contact avec la Structure Permanente à chaque fois qu'une mise à jour de leur application est disponible sur les plateformes de téléchargements.



6. Résiliation

6.1. Un souscripteur peut à tout moment renoncer à la participation à l'étude CIM Internet par envoi d'une lettre recommandée adressée au Directeur Général du CIM. Le souscripteur démissionnaire doit être en règle de cotisation à l'association pour l'année pendant laquelle il notifie son retrait.

6.2. Le site s'engage, dès l'envoi de la démission/retrait de la mesure, à enlever immédiatement tous les Tags CIM Internet installés sur les pages du site.

6.3. Un décompte final pourra alors être établi.

6.4. La démission et le retrait de la mesure ne seront effectifs qu'après approbation par le Conseil d'Administration et le paiement des sommes dues. Une notification de démission/retrait de la mesure sera envoyée au souscripteur.

7. Droits et obligations concernant l'accès et l'utilisation

7.1. Les données provenant de l'étude CIM Internet et les publications du CIM sont la propriété de ce dernier. Elles sont strictement confidentielles et réservées à l'usage exclusif des membres souscripteurs participant au financement du CIM.

Toutefois, certaines modalités d'utilisation et de diffusion des travaux et publications pourront être fixées par le Conseil d'Administration du CIM.

7.2. La distribution des noms d'utilisateur et mots de passe pour gemiusOLA, gemiusPrism et gemiusExplorer est strictement limitée à la communication interne chez le souscripteur. Ces accès ne peuvent en aucun cas être communiqués à des personnes qui ne seraient pas membres du CIM, et/ou qui n'auraient pas souscrit à l'étude CIM Internet.

7.3. Il appartient à la Commission Technique Internet du CIM de soumettre à l'approbation du Conseil d'Administration du CIM la liste des catégories de membres auxquels s'adressent spécifiquement les services, travaux et publications de son étude.

7.4. Toute communication qui utilise des rapports CIM Internet ou des calculs sur base des données CIM Internet portera une identification de la source des données.

7.5. Les limitations suivantes, relatives à l'utilisation des données, s'appliquent aux outils livrés par Gemius :

- En gemiusPrism, les données pour les propres sites ne sont pas filtrées. Elles sont par conséquent exclusivement destinées à être utilisées en interne et ne peuvent en aucune manière être communiquées à des parties tierces ;
- En gemiusOLA, les analyses sur base hebdomadaire ne peuvent être menées que pour des périodes qui commencent un lundi et se terminent un dimanche ;
- En gemiusOLA, les analyses sur base mensuelle ne peuvent être menées que pour des périodes qui commencent le premier jour du mois et se terminent le dernier jour du mois.



8. Protection de la vie privée


8.1. Le CIM déclare avoir pris toutes les mesures techniques et organisationnelles nécessaires pour que les produits CIM Internet communiqués aux souscripteurs ne contiennent que des données anonymes (ne permettant pas d'établir le lien avec une quelconque personne identifiée ou identifiable).

8.2. Le souscripteur s'engage à ne pas procéder au croisement d'une quelconque base de données dont il disposerait avec les données issues de l'un ou l'autre produit CIM Internet, ce qui constituerait une infraction à la loi, et en particulier à la loi du 8 décembre 1992 sur la protection des données à caractère personnel, ni à tenter de le faire.

8.3. Le souscripteur accepte et reconnaît que le CIM ne pourra en aucun cas être tenu responsable de l'utilisation par le souscripteur de tout ou partie des produits CIM Internet et dérivés en contradiction avec la loi, et en particulier avec la loi du 8 décembre 1992 sur la protection des données à caractère personnel, ni d'une telle utilisation par tout tiers à qui le souscripteur aurait transmis tout ou partie de l'un des produits CIM Internet.

8.4. Le souscripteur s'engage à afficher le label du CIM et le disclaimer du CIM en permanence sur son site. A ce label sera relié un hyperlien vers une note explicative du projet CIM Internet sur le site du CIM. Le label et le disclaimer seront communiqués au souscripteur par le CIM. L'installation technique du label, de l'hyperlien et du disclaimer sur chaque site incombe au souscripteur.

8.5. Le disclaimer du CIM (tel que figurant ci-après) doit être placé à un endroit approprié sur le site du participant. Le disclaimer du CIM que les propriétaires de sites doivent impérativement placer sur leur site est le suivant :

« Avertissement : A chaque fois que vous vous rendez sur les sites portant le logo , le CIM, le Centre d'Information sur les Media, collecte, à l'aide d'un cookie, des informations à travers les pages que vous consultez (nombre de requêtes de pages, visites, etc.). Ces informations sont recueillies à des fins purement statistiques et ne permettent en aucun cas de vous identifier. Pour plus d'information et pour consulter les résultats mis à jour de cette enquête, cliquez sur le logo du CIM ou veuillez voir sur <http://www.cim.be/fr/media/Internet> ».

8.6. Le logo du CIM ne peut être placé que sur les sites participants et uniquement pendant le temps de la participation à l'étude CIM Internet.

8.7. En cas d'infraction par un souscripteur à la présente clause, le CIM, soucieux de respecter strictement la législation relative à la protection de la vie privée, se réserve le droit d'exclure ce souscripteur du service CIM Internet, sans préjudice du droit du CIM de postuler la réparation de tout dommage, s'il échet. L'exclusion du service CIM Internet est prononcée par le Conseil d'Administration du CIM sur avis de la Commission Technique Internet du CIM, conformément à l'article 13 de ce règlement.



9. Contrôle par le CIM

9.1. Chaque souscripteur accepte la possibilité d'un contrôle du site et de l'utilisation des données CIM Internet par le CIM ou son mandataire. Chaque souscripteur s'engage à tout mettre en œuvre pour faciliter un pareil contrôle.

9.2. Le CIM effectue régulièrement des contrôles sur différents sites web.

10. Différends et fraude

10.1. Tout différend sera tranché en dernière instance par la Commission Technique Internet du CIM, après avoir invité les parties à faire entendre leur point de vue, pour autant que cette audition ne soit pas pratiquement impossible, ou incompatible avec l'urgence que présenterait la situation. Les données recueillies par CIM Internet seront conservées par Gemius pendant toute la durée du contrat. Les rapports mensuels publiés seront conservés par le CIM.

10.2. En cas de fraude, manquement, falsification dans les déclarations ou documents, ou autres pratiques illicites, le souscripteur s'expose aux sanctions suivantes :

1. la mise en Waiting Room ;
2. un avertissement ;
3. un blâme ;
4. une réprimande valant dernier avertissement ;
5. une suspension des services du CIM et du contrat ;
6. l'exclusion en tant que membre du CIM.

10.3. La mise en Waiting Room peut être appliquée par la Structure Permanente du CIM en cas de pratique fautive pour non-respect des règles CIM Internet, dès que le site n'apporte pas les corrections nécessaires dans les cinq (5) jours calendrier après la première (1ère) notification par la Structure Permanente du CIM. La Structure Permanente du CIM lèvera la sanction dès que les corrections nécessaires seront faites.

10.4. A titre d'exemple du non-respect des règles CIM Internet :

- le double tagging de pages ;
- le placement de tags sur des sites ou des sections de sites qui n'appartiennent pas au domaine pour lequel le tag a été créé ;
- le tagging des pages autorefresh à moins de trente (30) secondes ;
- le refus de mettre le paramètre langage dans le Tag CIM Internet ou de corriger si ce paramètre est faux dans une portion importante du site ;
- Le marquage des pages sans contenu éditorial ;
- Le refus par un site belge ayant un nom de domaine autre que « .be » de filtrer l'appel du tag sur l'origine géographique des adresses IP ;
- Le non-respect de l'embargo sur la publication des données mensuelles d'audience.
- La communication commerciale sur des données non commercialisables (comme par exemple les players de Media Groups)



Cette liste n'est pas exhaustive.

La mise en Waiting Room sera appliquée sans délai si la faute mène à une augmentation artificielle de la mesure du trafic. Par la mise en Waiting Room, les données ne sont automatiquement plus accessibles aux autres souscripteurs, les données ne peuvent plus être utilisées commercialement.

La Commission Technique Internet du CIM sera informée de cette sanction. Le propriétaire du site a le droit de contester cette sanction auprès de la Commission Technique Internet du CIM qui en décidera lors de sa réunion mensuelle suivante.

10.5. L'avertissement, le blâme et la réprimande sont prononcés par le Bureau du CIM sur proposition de la Commission Technique Internet du CIM.

10.6. La suspension est prononcée par le Conseil d'Administration du CIM sur avis de la Commission Technique Internet du CIM.

10.7. L'exclusion est prononcée par l'Assemblée Générale du CIM sur avis du Conseil d'Administration du CIM, conformément à l'article 8 des statuts du CIM.

10.8. La distribution non autorisée du nom d'utilisateur et du mot de passe correspondant mène automatiquement à la mise en Waiting Room, en attendant une décision sur une suspension pendant six (6) mois ou une exclusion définitive.

11. Clauses particulières

11.1. La mesure du trafic Internet par les produits CIM Internet n'est pas figée dans le temps et est susceptible d'évoluer ou d'être modifiée notamment en fonction de l'évolution des caractéristiques techniques propres à Internet ou de l'évolution du comportement des utilisateurs d'Internet. Les souscripteurs sont tenus de suivre les adaptations de marquage demandées sauf impossibilité technique acceptée par la Commission Technique Internet du CIM.

11.2. Les délais mentionnés dans ce règlement le sont à titre purement indicatif. Le CIM ne peut être tenu pour responsable de tout dépassement de délai qui lui serait imputable ou non.

11.3. Le CIM se réserve le droit de suspendre ou d'exclure de la mesure tout site ayant directement ou indirectement un contenu à caractère raciste, xénophobe, pédophile ou pornographique, et de manière générale ayant un contenu contraire à l'ordre public ou aux bonnes mœurs, ce sans préjudice du droit du CIM d'obtenir la réparation de tout dommage subi. L'exclusion est prononcée par le Conseil d'Administration du CIM conformément à l'article 8 des statuts du CIM.

11.4. Le CIM est tenu à une obligation de moyens.

11.5. Si la Commission Technique estime qu'une faute dans les données doit être corrigée et qu'un souscripteur bien précis est responsable de cette faute, ce souscripteur devra prendre en charge tous les coûts éventuels des corrections de cette faute.