



Centre d'Information sur les Médias A.S.B.L.
Centrum voor Informatie over de Media v.z.w.

REGLEMENT AUTHENTIFICATION DE LA PRESSE

Approuvé par l'Organe d'Administration du CIM le 08/09/2020

CHAPITRE 1. REGLES COMMUNES A L'ENSEMBLE DES OPERATIONS D'AUTHENTIFICATION .4

Article 1. Activités	4
Article 2. Publications du CIM	4
a. Procès-verbaux d'authentification annuels.....	4
b. Déclaration annuelle sur l'honneur	4
Article 3. Organisation des opérations de contrôle	4
Article 4. Secret des opérations de contrôle	5
Article 5. Périodes authentifiées	5
Article 6. Première authentification partielle.....	5
Article 7. Conditions d'authentification	6
Article 8. Composition de la Commission Technique Presse-Cinéma.....	6
Article 9. Tâches de la Commission Technique Presse-Cinéma en matière d'Authentification.....	6
Article 10. Procédures en cas de conflits et fraudes.....	6
a. Conflits entre éditeur et expert	6
b. Fraudes	7
c. Sanctions.....	7
Article 11. Procès-verbaux	7
a. Délais de contrôle	7
b. Contenu du procès-verbal	8
c. Modalités pratiques.....	8
Article 12. Reproduction ou publication des procès-verbaux.....	8
Article 13. Impossibilité d'établissement de procès-verbal	9
Article 14. Labels.....	9
Article 15. Utilisation du label	9
Article 16. Déclarations annuelles sur l'honneur	9
a. Contenu	9
b. Délais de déclarations.....	9
c. Modalités pratiques.....	10
d. Première déclaration partielle.....	10
Article 17. Certification relative à des modes de distribution non usuels	10
a. But du contrôle.....	10
b. Modalités de participation.....	10
c. Modalités de contrôle chez le distributeur.....	10
d. Arrêt de la participation	10
e. Déclarations annuelles sur l'honneur.....	11
f. Certificat "Distributeur Certifié" pour un mode de distribution non usuels.....	11

CHAPITRE 2. REGLES PARTICULIERES12

Article 18. Authentification des titres avec deux ou plusieurs éditions linguistiques	12
Article 19. Reprise d'un portefeuille d'abonnement	12
Article 20. Période gratuite liée à l'achat d'un premier abonnement.....	12
Article 21. «Grace-copies»	12
Article 22. Les éditions du dimanche	12
Article 23. Les suppléments	13
Article 24. Les supports digitaux.....	13
a. Conditions de forme et de visibilité	13
b. Conditions financières.....	14
Article 25. Exemplaires Pull pick up net	15
a. la mise à disposition des exemplaires	15
b. la reprise des exemplaires non emportés	15
Article 26. Invendus remis en circulation.....	15

CHAPITRE 3. DEFINITIONS DU PROCES-VERBAL D'AUTHENTIFICATION16



Article 27 : Eléments du procès-verbal d'authentification	16
a. Périodicité des titres.....	16
b. Définitions des colonnes du procès-verbal et des déclarations annuelles.....	16
ANNEXES.....	21
ANNEXE 1. VADEMECUM EDITIONS PRINT	21
ANNEXE 2. VADEMECUM EDITIONS DIGITALES	22
ANNEXE 3. VADEMECUM RELATIF A DES MODES DE DISTRIBUTION NON USUELS	24

CHAPITRE 1. REGLES COMMUNES A L'ENSEMBLE DES OPERATIONS D'AUTHENTIFICATION

Article 1. Activités

Les activités de la section "Authentifications Quantitatives" du CIM dans le domaine de la presse ont pour objet de contrôler et de certifier le tirage, la diffusion ou la distribution des publications qui demandent son intervention à cette fin (article 1 du Règlement d'Ordre Intérieur).

Ces opérations d'authentification sont confiées à des experts appartenant à un bureau extérieur d'experts-comptables ou de réviseurs d'entreprises sous supervision et coordination de la Structure Permanente du CIM. Ces experts devront préalablement être agréés par le CIM et devront appartenir à un Institut d'experts-comptables ou de réviseurs d'entreprises.

Les experts choisis devront jouir d'une entière indépendance vis-à-vis des entreprises auprès desquelles le CIM est appelé à procéder à des authentifications. Les experts pourraient être éventuellement récusés s'ils ne remplissaient pas cette condition.

Article 2. Publications du CIM

Le CIM publie sur son site Internet www.cim.be les procès-verbaux issus des contrôles d'authentification annuels ainsi que les données des déclarations annuelles sur l'honneur dont question ci-dessous. Le site est mis à jour minimum une fois par mois par le CIM.

a. Procès-verbaux d'authentification annuels

Les procès-verbaux d'authentification rédigés par l'expert à la suite des contrôles sont adressés aux éditeurs concernés. Copies de ceux-ci peuvent être obtenues par les souscripteurs à l'authentification presse du CIM, sur demande expresse de ceux-ci et à prix coûtant. Les résultats sont également repris sur le site.

b. Déclaration annuelle sur l'honneur

Les déclarations annuelles sur l'honneur établies par l'éditeur sont envoyées électroniquement au moyen d'une application web au CIM, selon un calendrier établi par la Commission Technique Presse-Cinéma du CIM, et validées avant publication sur le site du CIM. A chaque publication annuelle, les chiffres publiés par titre sur le site du CIM seront les moyennes par numéro des 12 mois de l'année civile précédente.

Mention sera faite des déclarations non reçues en temps utile ainsi que des différences apparues lors des opérations de contrôle.

Les données sont transmises aux souscripteurs de l'étude Authentification Presse du CIM.

Embargo

Après publication sur le site du CIM, et sauf avis contraire émanant de la Structure Permanente du CIM, les éditeurs auront la faculté de faire usage en faisant référence au CIM, des données relatives à leur publication.

Tout éditeur souscrivant à l'Authentification Presse du CIM s'interdit de faire référence au CIM pour tout chiffre n'étant pas directement issu des procès-verbaux ou des déclarations publiées sur le site du CIM.

Article 3. Organisation des opérations de contrôle

Si souhaité par l'éditeur et le CIM les opérations d'authentification effectuées par les experts peuvent se dérouler en présence d'un ou de deux observateurs neutres choisis de commun accord par l'éditeur de la publication faisant l'objet de l'authentification et par le CIM. Ces observateurs n'interviendront pas dans les opérations d'authentification elles-mêmes. Ils ne pourront s'immiscer dans la comptabilité de la publication authentifiée.

Article 4. Secret des opérations de contrôle

Les personnes autorisées (les experts et observateurs) à participer ou à assister aux authentifications en vertu des articles 1 et 3 du présent règlement sont tenues au secret le plus absolu. Elles ne peuvent en être relevées que par le Président de la Commission Technique Presse-Cinéma dont question à l'article 9 ci-après devant lequel elles pourront être appelées pour être entendues et, en ce qui concerne les experts, dans la limite de leur déontologie professionnelle.

Article 5. Périodes authentifiées

Les authentifications du CIM doivent porter sur une période correspondant à une année civile, sauf s'il s'agit d'un premier contrôle qui pourra s'étendre sur douze mois à cheval sur deux années calendrier. Il ne peut y avoir d'intervalle entre deux périodes sur lesquelles portent les authentifications.

Les authentifications du CIM portant sur douze mois donnent lieu à l'établissement d'un procès-verbal et à l'attribution d'un label conformément aux articles 11, 14 et 15 du présent règlement.

Article 6. Première authentification partielle

Les publications qui n'ont pas encore paru pendant une période de douze mois consécutifs ou celles qui n'auraient pas encore fait l'objet d'une authentification, peuvent éventuellement faire l'objet d'une première authentification partielle par le CIM.

Celle-ci se fera dans les conditions ci-après :

- a. l'éditeur qui désire obtenir pour une telle publication une authentification portant sur une période inférieure à douze mois mais de six mois au moins prend l'engagement irrévocable d'effectuer une authentification à l'expiration de la première année civile de publication pour une période débutant avec celle de l'authentification partielle et se terminant à la fin de l'année civile dont question. Eventuellement, il sera tenu compte du temps nécessaire pour le retour des invendus afin de pouvoir déterminer les résultats nets de vente au numéro du dernier mois sur lequel portera l'authentification ;
- b. le résultat d'une première authentification portant sur une période inférieure à douze mois sera signifié à l'éditeur sous la forme de lettre dans laquelle il sera précisé qu'il s'agit d'une première authentification d'un nouveau support. Cette lettre indiquera la date limite de son utilisation par l'éditeur ainsi que la date avant laquelle une nouvelle authentification devra être effectuée par le CIM ;
- c. la lettre relative à une première authentification donnera les résultats ventilés sous les mêmes rubriques que celles des procès-verbaux établis par le CIM ;
- d. si l'éditeur désire utiliser les chiffres constatés par le CIM, il ne pourra le faire qu'en stipulant qu'il s'agit d'un contrôle partiel, mentionnant la période concerné et reprenant les chiffres et les dénominations des rubriques telles qu'ils sont mentionnés dans le pv ;
- e. il sera délivré un label partiel après une première authentification portant sur moins de douze mois afin d'éviter toute confusion avec les authentifications régulières du CIM portant sur une période de douze mois consécutifs. Ce label contiendra la période sur laquelle porte le contrôle ;
- f. après l'obtention du label de première authentification, l'éditeur devra déposer des déclarations annuelles sur l'honneur ;
- g. si l'éditeur, après avoir bénéficié d'une première authentification portant sur moins de douze mois, s'abstenait de faire procéder à une nouvelle authentification à l'issue de la première année civile de publication dont question au paragraphe a. ci-dessus, le CIM serait autorisé de plein droit et sans aucune mise en demeure à faire état de cette carence dans ses publications ou sur son site Internet pour autant que la publication en cause soit encore éditée à cette date.

Article 7. Conditions d'authentification

Les éditeurs qui font l'objet d'une authentification du CIM doivent obligatoirement être membres effectifs de l'association et souscrire sans réserve à ses Statuts, au Règlement d'Ordre Intérieur des Commissions Techniques et aux dispositions prises par la Commission Technique Presse-Cinéma ainsi qu'au présent règlement. Ceux qui, malgré cet engagement, y contreviendraient, s'exposeraient aux sanctions prévues par l'article 10 du présent règlement.

Au cas où l'authentification est sollicitée à l'intervention d'une régie, cette régie et l'éditeur sont solidairement tenus du coût de l'authentification. Le tarif est consultable sur le site du CIM.

Article 8. Composition de la Commission Technique Presse-Cinéma

La Commission Technique Presse-Cinéma est composée conformément aux Statuts du CIM et au Règlement d'Ordre Intérieur des Commissions Techniques (cfr article 3 du Règlement d'Ordre Intérieur des Commissions Techniques).

Article 9. Tâches de la Commission Technique Presse-Cinéma en matière d'Authentification

La Commission Technique Presse-Cinéma (aussi en charge de l'étude d'Audience Presse et de l'étude Cinéma) dont les membres sont nommés par l'Organe d'Administration du CIM suivant les dispositions du Règlement d'Ordre Intérieur des Commissions Techniques, exerce les tâches suivantes :

- a. suivre pour les supports presse l'évolution des méthodes de diffusion et de promotion sur le marché belge. Elle en tirera les conclusions qui s'imposent dans le domaine du contrôle de l'authentification ;
- b. formuler, à l'intention du Bureau, un avis chaque fois que le présent règlement devra être amendé par l'Organe d'Administration ;
- c. répondre à des demandes relatives à l'utilisation de l'agrément préalable souhaitée par un éditeur (application du ruling) ;
- d. en cas de doute et en cas de divergence de vue au cours d'une authentification, interpréter en première instance, le présent règlement. Dans ce cas, elle observera la procédure décrite à l'article 10 du présent règlement.

A la demande d'un éditeur, la Commission Technique Presse-Cinéma est habilitée à formuler une interprétation technique du présent règlement. La Commission Technique Presse-Cinéma peut, de sa propre initiative, prendre une décision. Elle peut y être invitée soit par le Président de la Commission Technique Presse-Cinéma, soit par le Directeur général du CIM, les experts, le Bureau et l'Organe d'Administration.

Article 10. Procédures en cas de conflits et fraudes

a. Conflits entre éditeur et expert

Toute divergence entre l'expert et l'éditeur sur les pièces et données fournies par celui-ci ou toute divergence d'interprétation du présent règlement sera réglée par la Commission Technique Presse-Cinéma.

En cas de divergence entre l'éditeur et l'expert lors d'un contrôle, ce dernier terminera ses opérations d'authentification en dressant, dans un délai de 15 jours, en lieu et place du procès-verbal d'authentification, un procès-verbal de carence mentionnant les raisons de la divergence.

Ce procès-verbal de carence sera envoyé par les soins du CIM à l'éditeur par lettre recommandée avec accusé de réception.

L'éditeur dispose d'un délai d'un mois à dater du procès-verbal de carence pour saisir la Commission Technique Presse-Cinéma.

A défaut de réaction de sa part, la Structure Permanente du CIM soumettra le dossier à la Commission Technique Presse-Cinéma, qui statuera dans un délai d'un mois.



Notifications du passage en Commission et de la décision prise seront envoyées à l'éditeur.

Dans le cas où, après l'établissement d'un procès-verbal, un éditeur désire le faire modifier pour des raisons techniques nouvelles, il dispose d'un délai d'un mois après la clôture de l'authentification pour saisir la Commission Technique Presse-Cinéma.

Pour toute divergence entre l'expert et l'éditeur, la Commission Technique Presse-Cinéma entendra, lors de la première réunion qui suit, l'éditeur qui en fait la demande par écrit auprès de la Structure Permanente. La Commission Technique est également libre d'entendre l'expert.

Si l'un des membres de la Commission Technique Presse-Cinéma est concerné par le conflit, il ne participera pas à la délibération au sein de celle-ci.

b. Fraudes

Tout abus, toutes fausses déclarations, tout usage de faux documents, toutes manipulations comptables ou toute omission des éléments pertinents, toute abstention du contrôle annuel,... concernant les documents fournis par l'éditeur sera traité par le CIM comme de la fraude. Tout abus concernant l'utilisation des procès-verbaux d'authentification et des labels délivrés par le CIM, sera traité par le CIM comme de la fraude. La fraude sera communiquée par l'expert à la Structure Permanente et à la Commission Technique par application des dispositions visées au paragraphe précédent qui sont relatives au procès-verbal de carence.

c. Sanctions

Toute entrave au présent règlement sera, comme toute entrave à l'article 3 (Code de conduite) et à l'article 8 (Confidentialité des données) du Règlement d'Ordre Intérieur, sanctionnée de la manière définie à l'article 10 du Règlement d'Ordre Intérieur.

En outre, les sanctions financières suivantes pourront être appliquées, sans préjudice de tous autres dommages et intérêts et des éventuelles astreintes à infliger le cas échéant par les juridictions ordinaires ou un processus d'arbitrage.

En cas de faux en écriture reconnus comme tels par la Commission Technique Authentification Presse après audition de l'éditeur et de l'expert ou en cas d'utilisation du procès-verbal ou du label délivré par l'expert du CIM hors des limites de temps définies aux articles 14 et 15 ; le coût de l'authentification sera doublé de plein droit, sans préjudice de l'application de la majoration définie au paragraphe suivant.

En cas d'utilisation par l'éditeur dans l'une de ses publications de chiffres autres que ceux figurant sur le procès-verbal délivré par l'expert du CIM, l'éditeur fera l'objet d'un avertissement et devra faire la preuve auprès du Directeur général du CIM de la rectification ou de la suppression de l'information lors de la publication suivante. Si l'avertissement reste sans effet, l'éditeur sera tenu de régler au CIM une somme proportionnelle au volume de la fraude positive ou négative, calculée de la manière suivante :

$$\frac{\text{Chiffre transformé} - \text{chiffre authentifié} \times 100 \times 125 \text{ EURO}}{\text{Chiffre authentifié}}$$

Si un éditeur non-membre du CIM fait usage de quelque manière d'un label CIM ou fait référence à une quelconque authentification d'un de ses titres par le CIM, celui-ci saisira immédiatement les Tribunaux ordinaires.

Enfin, le CIM se réserve le droit de publier dans la forme qu'il estime la plus appropriée la rectification des informations erronées et la Commission Technique Presse-Cinéma se réserve le droit de faire publier les sanctions prononcées suivant les modes de communication du CIM en vigueur.

Article 11. Procès-verbaux

a. Délais de contrôle

A l'initiative de l'éditeur, la diffusion est soumise, annuellement, à un contrôle, et ce dans un délai qui ne dépasse pas les 12 mois à dater du dernier contrôle effectué.



En cas de retard ou d'absence de contrôle annuel, outre la fin de validité du label prévue à l'article 14, aucune déclaration ne sera acceptée par le CIM. Les déclarations annuelles seront donc considérées comme absentes, et les règles définies à l'article 16b. seront d'application.

b. Contenu du procès-verbal

Le résultat de ce contrôle fera l'objet d'un procès-verbal mentionnant les renseignements suivants :

- la périodicité du support ;
- le nombre de numéros ;
- la quantité par type de diffusion ;
- le tirage ;
- le pourcentage de diffusion étrangère.

Les quantités seront toujours exprimées en moyenne par numéro.

Les moyennes annuelles sont le résultat de la division des totaux annuels par le nombre de numéros parus durant cette période. Pour plus de développement, consultez le chapitre 3 ci-après.

Les modifications du prix de vente de l'abonnement et de la vente au numéro sont mentionnées avec leur date de mise en application.

Les chiffres de répartition géographique dûment authentifiés peuvent être mentionnés à la demande de l'éditeur.

Si le titre est diffusé sous différentes appellations, celles-ci sont mentionnées au procès-verbal.

Dans le cas où des exemplaires seraient diffusés à l'étranger, leurs proportions seront indiquées dans le procès-verbal à chaque fois qu'elles dépasseront 5% dans les catégories « diffusion payante », « autres diffusions » et/ou « diffusion totale » sur base annuelle.

c. Modalités pratiques

Un procès-verbal définitif sera établi en double exemplaire dans un délai de quinze jours à dater de la clôture de l'authentification. Les procès-verbaux seront signés par le ou les expert(s) qui ont procédé au contrôle, éventuellement assortis par la signature du responsable du bureau d'expertise. Un exemplaire du procès-verbal établi est destiné à l'éditeur intéressé, l'autre est versé aux archives du CIM, qui se réserve le droit d'en faire l'usage approprié.

Il ne peut être fait usage de ce procès-verbal que pendant une période de douze mois suivant sa date.

Toute divergence dans la diffusion payante et/ou la diffusion totale mesurable de plus de 3% entre les données déclarées et les données contrôlées sera signalée sur le site du CIM, au 01/01 de l'année qui suit le contrôle.

En cas de deuxième infraction, l'éditeur sera convoqué par la Commission Technique pour fournir d'éventuelles explications sur les différences constatées. Si les explications ne suffisent pas, un nouveau signalement sera indiqué sur le site du CIM et l'éditeur recevra un avertissement officiel du CIM.

En cas de troisième infraction, l'éditeur encourt une réprimande assortie de la non-publication de ses résultats pendant 12 mois.

Ces divergences seront également soumises par la Structure Permanente du CIM à l'avis de la Commission Technique Presse-Cinéma. Celle-ci prendra une décision qui, si elle n'a pas été contestée par l'éditeur dans les délais prévus à l'article 10, sera publiée dès le mois suivant sur le site Internet du CIM.

Article 12. Reproduction ou publication des procès-verbaux

Le droit de reproduire ou de publier les procès-verbaux de contrôle appartient tant au CIM qu'à la publication ayant fait l'objet de l'authentification.



En outre, le CIM dispose du droit d'utiliser ces données dans le cadre de tous travaux de statistique ou de synthèse. Sous peine des sanctions prévues par l'article 10, toute reproduction d'un procès-verbal du CIM sur l'initiative de l'éditeur authentifié doit être strictement conforme à l'original.

Article 13. Impossibilité d'établissement de procès-verbal

En cas d'impossibilité de réaliser l'authentification, les experts établissent un procès-verbal de carence qu'ils adressent à la Structure Permanente du CIM et à la Commission Technique, tout en respectant les règles du secret professionnel sauf si l'éditeur les en a expressément déliés.

Si l'éditeur s'abstenait de faire procéder à l'authentification annuelle de sa publication, le CIM appliquera les sanctions prévues à l'article 10 du présent règlement.

Article 14. Labels

Un label sera délivré à la publication ayant fait l'objet de l'authentification. Sa durée de validité et d'utilisation est de douze mois à partir de la date du procès-verbal d'authentification correspondant.

Si une publication demande une nouvelle authentification à la limite du délai de validité du label, cette dernière pourra être prorogée par le Directeur général du CIM pour une durée qui ne pourra excéder trois mois, la nouvelle authentification devant être effectuée dans ce délai.

Le CIM est tenu de rappeler aux éditeurs des publications en temps utile, la date limite de validité de leurs labels et de leurs procès-verbaux d'analyse; ce rappel est adressé par simple lettre ou par e-mail.

Article 15. Utilisation du label

Lorsqu'un éditeur utilise le label que le CIM lui a attribué, que ce soit dans une ou plusieurs de ses publications ou dans tout autre document (tarif, dépliant, circulaire, etc.), celui-ci doit être reproduit dans son intégralité, sans coupure ni modification. De plus, les chiffres de diffusion, de distribution ou de tirage cités en relation avec ce label doivent correspondre à la période qui y est mentionnée. Toute utilisation de chiffres devra être mentionnée de la façon suivante : « Catégorie (telle qu'indiquée dans le procès-verbal) – Chiffres ».

Le non-respect de ces modalités d'utilisation du label sera constitutif d'une fraude passible des sanctions prévues à l'article 10.

Article 16. Déclarations annuelles sur l'honneur

a. Contenu

L'éditeur déclare sur l'honneur, suivant le modèle prévu (voir vademecum), le détail des données de diffusion et de tirage et ce pour chacun des mois constituant l'année écoulée.

b. Délais de déclarations

Les éditeurs sont tenus de respecter le délai de remise de la déclaration annuelle qui est établis par la Commission Technique à la fin de chaque année civile. Il ne peut y avoir d'intervalle entre deux années déclarées.

En cas de retard ou d'absence de déclarations pour une année :

- mention sera faite dans la publication des déclarations non reçues en temps utiles
- l'éditeur devra se mettre en ordre de déclaration au plus vite.

En cas retard de déclarations de plus de 3 mois :

- l'ensemble des titres de l'éditeur concerné seront retirés de l'authentification
- le titre concerné sera retiré de l'étude d'audience Presse.
- L'éditeur ne pourra plus utiliser le label délivré dans le cadre de l'authentification, sauf exception accordée par la Commission Technique, à la demande de l'éditeur.

Ces sanctions seront d'application jusqu'à la mise en ordre des déclarations manquantes par l'éditeur. En cas de retard de plus de 6 mois pour une déclaration, le dossier sera remis à l'Organe

d'Administration du CIM pour une suspension ou une procédure de radiation de l'éditeur concerné (cfr. Art.10).

c. Modalités pratiques

L'éditeur mentionnera les moyennes annuelles par numéro de chacune de ces données.

Les moyennes annuelles correspondent au résultat de la division du total par le nombre de numéros parus au cours de cette même année.

Ces données seront établies suivant le règlement d'authentification et seront communiquées online à la Structure Permanente du CIM.

Ces déclarations annuelles ne peuvent être établies et publiées que lorsqu'un premier procès-verbal d'authentification couvrant une période minimale de six mois, ne commençant pas nécessairement un premier janvier, aura été effectué, les dispositions de l'article 6 du présent règlement étant d'application.

d. Première déclaration partielle

Les publications qui n'ont pas encore paru pendant une période de douze mois consécutifs mais de six mois au moins peuvent éventuellement faire l'objet d'une première déclaration partielle au CIM.

Celle-ci se fera dans les conditions ci-après :

- a. Le titre aura dû faire l'objet d'une première authentification partielle.
- b. La déclaration devra porter sur la période démarrant au premier mois de parution jusqu'à la fin de l'année civile concernée.
- c. la déclaration partielle suivra les mêmes rubriques que celles des déclarations annuelles.
- d. Dans la publication des résultats d'une déclaration partielle par le CIM, il sera précisé qu'il s'agit d'une déclaration partielle d'un nouveau support, avec mention de la période concernée.

Article 17. Certification relative à des modes de distribution non usuels

Dans le cas où les éditeurs, membres effectifs du CIM, distribuent des exemplaires en dehors des canaux de distribution usuels et souhaitent les faire valider lors du contrôle d'authentification CIM, le distributeur de ces exemplaires doit également être soumis à un contrôle CIM.

a. But du contrôle

Ce contrôle CIM, auprès du distributeur concerné, a pour but de vérifier la cohérence entre les quantités reçues ou les quantités acquises par le distributeur auprès des éditeurs et les quantités livrées au destinataire final.

D'autre part, la cohérence entre les quantités d'exemplaires reprises par le distributeur et les exemplaires qui sont rapportés à l'éditeur par ce distributeur, sera également contrôlée.

b. Modalités de participation

Chaque distributeur qui désire faire réaliser un contrôle doit introduire un dossier complet auprès de la Structure Permanente du CIM. Ce dossier doit contenir le formulaire « demande de contrôle distributeurs » et une présentation des services et canaux de distribution proposés. Ce dossier doit être introduit avant la fin du mois d'octobre de l'année en cours afin qu'il puisse être présenté pour approbation à la Commission Technique, au Bureau et à l'Organe d'Administration du CIM. Les éditeurs et le distributeur concernés seront avertis par écrit de l'acceptation de leur dossier. De tels contrôles doivent obligatoirement se dérouler au premier trimestre de l'année qui suit l'année de la demande.

c. Modalités de contrôle chez le distributeur

Ce contrôle se déroule toujours sur base annuelle. Une fois par an, deux experts se rendent chez les distributeurs qui ont introduit le dossier et dont ce dossier a été approuvé par le CIM.

Pendant ce contrôle, les pièces justificatives en annexe 2 doivent être présentées.

d. Arrêt de la participation

Après un premier contrôle, le distributeur est obligé de réitérer ces contrôles dans l'avenir annuellement. Si ce dernier ne désire plus le faire, il doit le signaler par le biais d'un courrier recommandé adressé à la Structure Permanente du CIM pour la fin du mois d'octobre de l'année en cours. La demande d'arrêt de la procédure de contrôle sera présentée à la Commission Technique, au Bureau et à l'Organe d'Administration. Une communication au marché se fera après acceptation officielle de cette demande. Tout distributeur qui désire mettre fin à un contrôle CIM, doit être en ordre de paiement des factures concernant les contrôles déjà effectués.



e. Déclarations annuelles sur l'honneur

Le distributeur a l'obligation de communiquer aux éditeurs concernés, dans le mois qui suit chaque trimestre, les données concernant les exemplaires qu'il a distribués, et ce afin que ces derniers puissent indiquer les exemplaires dans leurs déclarations sur l'honneur du CIM. La reprise de ces chiffres dans les déclarations annuelles ne peut être faite qu'après un premier contrôle couronné de succès auprès du distributeur concerné.

f. Certificat "Distributeur Certifié" pour un mode de distribution non usuels

Le CIM accordera un certificat "distributeur certifié" au distributeur qui aura fait la demande d'un contrôle comme décrit ci-dessus et qui aura satisfait à toutes les conditions mentionnées dans cet article.

CHAPITRE 2. REGLES PARTICULIERES

Article 18. Authentification des titres avec deux ou plusieurs éditions linguistiques

Si un titre a différentes éditions linguistiques, celles-ci pourront, à la demande de l'éditeur, faire l'objet d'une authentification groupée (un seul chiffre pour les différentes éditions) si les conditions suivantes sont remplies :

- le titre dispose d'un tarif national regroupant ces différentes éditions
- les différentes éditions doivent avoir un concept identique et un contenu comparable

Les conditions tarifaires d'une authentification groupée sont définies sur le site du CIM.

Article 19. Reprise d'un portefeuille d'abonnement

Au cas où suite à une reprise de titre, un nouvel éditeur assurerait le service des abonnements payants de l'ancien éditeur sans recevoir en contrepartie la valeur de ces abonnements, ces abonnements seront pour le nouvel éditeur considérés comme payants, malgré l'absence de recettes, en tout ou en partie, dans son chef, à la condition qu'il soit établi que le premier éditeur a perçu le prix des abonnements transférés.

Article 20. Période gratuite liée à l'achat d'un premier abonnement

Au cas où un abonnement prévoit une période gratuite et une période payante, la règle de 50% pour être pris en considération en tant qu'exemplaire payant, s'applique au total des exemplaires des deux périodes.

Article 21. «Grace-copies»

Dans le cas où après l'échéance de l'abonnement, celui-ci continuerait à être servi au souscripteur, les exemplaires ainsi diffusés seront considérés comme servis à des abonnés (abonnements payants) pendant une période maximale d'un mois pour les quotidiens, de deux mois pour les hebdomadaires (huit numéros) et les bimensuels, et de trois mois pour les mensuels, ceci pour autant que ce service fasse suite à un abonnement normal d'au moins six mois pour les quotidiens, d'un an pour tous les périodiques. Après cette période, ces exemplaires seront considérés comme des exemplaires gratuits à reprendre en colonne « Autres Diffusions Adressées ».

L'organisation comptable de l'éditeur devra être adaptée pour pouvoir identifier les bénéficiaires de ces avantages.

Article 22. Les éditions du dimanche

Pour qu'une édition du dimanche soit incluse dans la diffusion du samedi, elle doit répondre aux conditions suivantes :

1. l'édition du dimanche doit être une extension « produit » des autres éditions de la semaine (éditions du lundi au samedi). Le(s) nom(s) du titre(s) original(aux) doit(doivent) être mentionné(s) dans la titraille ;
2. l'édition du dimanche doit être un quotidien à part entière, avec information nationale et internationale, sport, rubriques diverses. La pagination peut être différente de celle d'un jour de la semaine, de même que l'importance relative des diverses rubriques, mais il est impératif que le contenu rédactionnel représente un équilibre proche des éditions de la semaine ;
3. nonobstant le fait que l'édition du dimanche doit reprendre exhaustivement la publicité nationale insérée dans l'édition du samedi, l'éditeur a l'opportunité d'insérer toute autre forme de publicité dans son édition du dimanche ;
4. les canaux de distribution de cette édition doivent rester comparables d'une année à l'autre.

Le CIM et les éditeurs doivent assurer le maximum de transparence sur la diffusion du dimanche. Le commentaire sur le site d'authentification du CIM (1er commentaire) mettra en évidence tant au niveau des déclarations annuelles sur l'honneur que sur les procès-verbaux annuels que la vente au numéro représente X milliers d'exemplaires, répartis à concurrence de Y milliers d'exemplaires pour les éditions du lundi au samedi et Z milliers d'exemplaires pour l'édition du dimanche.

Article 23. Les suppléments

Les suppléments fournis conjointement avec un titre de référence peuvent être authentifiés séparément en suivant les règles suivantes :

1. Les suppléments seront définis en fonction de leur périodicité propre et, non de la périodicité du titre de référence dont ils sont le supplément.
2. Lors de la déclaration annuelle et de l'établissement du procès-verbal, la répartition des exemplaires par type de diffusion du supplément sera assimilée à de la diffusion gratuite.
3. Pour la tarification des contrôles, on distinguera deux cas :
 - a. Les suppléments qui disposent d'une comptabilité distincte, pouvant fournir des éléments de contrôle spécifiques à ce supplément seront considérés comme des 'périodiques mis en vente'.
 - b. Les suppléments ne disposant pas de données comptables propres ne pourront de ce fait pas justifier d'une diffusion payante. Ils seront dès lors assimilés à des titres gratuits et facturés suivant le tarif de la catégorie 'autres supports'.

Article 24. Les éditions digitales

Afin de pouvoir suivre l'évolution des nouvelles techniques digitales, le CIM intègre séparément dans ses procès-verbaux d'authentification les exemplaires digitaux des titres de presse quotidienne et périodique.

Les éditions digitales de presse quotidienne et périodique sont prises en considération moyennant les conditions de forme et les conditions financières suivantes :

a. Conditions de forme et de visibilité

Le terme édition digitale est utilisé pour décrire la distribution d'un titre de presse quotidienne ou périodique via des moyens électroniques (accès web ou interface mobile).

Deux catégories d'éditions digitales sont identifiées dans le procès-verbal d'une publication print :

- Les éditions digitales replica (100% ou enrichi)
- Les éditions digitales non replica

Une édition digitale est définie selon les conditions de forme suivantes :

- L'édition digitale doit être une extension « produit » de l'édition print. Le(s) nom(s) du titre(s) original(aux) doit(doivent) être mentionné(s) dans la titraille ;
- l'édition digitale doit avoir une thématique de rubriques similaire à son support de référence. La pagination de l'édition digitale qualifiée peut être différente de celle de l'édition print, de même que l'importance relative des diverses rubriques, mais il est impératif que le contenu rédactionnel représente un équilibre proche des éditions print ;

Pour être considéré comme Replica, l'édition digitale Replica doit répondre aux conditions de visibilité publicitaire suivantes :

- L'édition Replica doit reprendre exhaustivement la publicité nationale insérée dans l'édition print, y compris celle des suppléments, sauf si l'annonceur ou l'agence ont demandé de ne pas être repris et à l'exception des échanges et auto-promotions. L'éditeur a l'opportunité d'insérer toute autre forme de publicité dans son édition digitale – Replica qualifiée ;
- L'édition digitale Replica peut contenir du contenu additionnel (publicités supplémentaires, hyperliens, audio, vidéos) et/ou des fonctionnalités permettant un autre type de navigation à travers le contenu (sommaire permettant l'accès direct à une rubrique, liens entre articles, etc.).

Dans le cas où un contenu ou une publicité ne pourrait pas être repris dans l'édition digitale pour des raisons légales, techniques, à la demande de l'annonceur ou pour des raisons de taille (inférieure à 100mm/col), le contenu ou la publicité en question pourra être retiré de l'édition digitale qui sera toujours considérée comme Replica.

- La navigation dans la version digitale Replica doit obligatoirement rendre le contenu publicitaire visible pour le lecteur. Les exemplaires lus via des applications permettant des lectures sans visibilité du contenu publicitaire ne seront pas considérées comme Replica (à l'exception des versions smartphone).

Les exemplaires digitaux ne répondant pas à ces conditions de visibilité publicitaires seront considérés comme des exemplaires non Replica et seront pris en considération dans une rubrique dédiée dans les déclarations et les procès-verbaux.

Les éditeurs mettront tout en œuvre pour faciliter le contrôle de la conformité du support digital avec le support papier, notamment, en fournissant un accès permanent à la Structure Permanente du CIM et aux experts. Tout nouveau mode de diffusion doit être notifié par l'éditeur à la structure permanente du CIM et aux experts.

Les publications digitales qui ne répondent pas aux critères de forme définis ci-dessus seront considérés comme nouveaux titres et pourront faire l'objet d'une publication dans un PV propre, sous réserve d'approbation par la Commission Technique.

b. Conditions financières

1. L'éditeur doit communiquer au CIM les tarifs de référence (ventes au numéro et abonnements) pour ces éditions/publications digitales. Ces prix de référence seront égaux au tarif le plus élevé pratiqué par l'éditeur pour ces éditions/publications digitales. Ces tarifs seront pris en compte pour les critères définis à l'article 28 du règlement.
2. L'éditeur devra rendre son information financière aussi transparente et claire que celle du print, afin que le contrôle par l'auditeur puisse se réaliser dans les meilleures conditions. En d'autres termes, l'éditeur devra apporter la transparence voulue sur l'état des recettes, la dette abonnement et son compte de chiffre d'affaires.
3. L'offre combinée qui consiste à proposer à la même personne la souscription d'un abonnement «Digital» et d'un abonnement «Print» ne sera prise en compte que pour un abonnement «Print» pour autant que les dispositions de la règle des **50%** du tarif «Print» aient été respectées.
4. L'offre alternée qui consiste à proposer à la même personne la souscription d'un abonnement alternant des exemplaires papier et des exemplaires digitaux sera calculée au prorata du nombre de jours par type d'abonnement.
5. Les exemplaires digitaux faisant partie d'une offre combinée cross-titres et cross-plateformes ne pourront être considérés. Un éditeur ne peut justifier deux exemplaires payants en scindant la recette d'un titre digital couplé à la version papier d'un autre titre.

Article 25. Les accès payants au site du titre

Le CIM intègre séparément dans ses procès-verbaux d'authentification les accès payants au site du titre, dits accès « web only ».

Les accès « web only » sont pris en considération moyennant les conditions suivantes :

a. Conditions de forme et de visibilité

Le terme « web only » est utilisé pour décrire l'accès payant à un site de presse quotidienne ou périodique via des moyens électroniques (browser internet ou application) ne permettant pas l'accès à l'édition digitale Ad Replica et n'étant pas couplé à l'édition papier.

L'accès « web only » doit être une extension « produit » de l'édition print. Le(s) nom(s) du titre(s) original(aux) doit(doivent) être mentionné(s) dans la titraille.

b. Conditions financières

1. L'éditeur doit communiquer au CIM les tarifs de référence (ventes à l'accès et abonnements) pour ces accès. Ces prix de référence seront égaux au tarif le plus élevé pratiqué par l'éditeur pour ces accès. Ces tarifs seront pris en compte pour les critères définis à l'article 28 du règlement.
2. L'éditeur devra rendre son information financière aussi transparente et claire que celle du print et des éditions/publications digitales replica, afin que le contrôle par l'auditeur puisse se réaliser dans les meilleures conditions. En d'autres termes, l'éditeur devra apporter la transparence voulue sur l'état des recettes, la dette abonnement et son compte de chiffre d'affaires.
3. L'accès aux éditions Web Only étant lié à la création d'un compte avec login et mot de passe, seuls les accès avec création de compte associé seront considérés.
4. L'offre combinée qui consiste à proposer à la même personne la souscription d'un accès « web only » et d'un abonnement « Digital » (uniquement) ne sera prise en compte que pour un abonnement « Digital » pour autant que les dispositions de la règle des 50% du tarif « Digital » aient été respectées.
5. L'offre combinée qui consiste à proposer à la même personne la souscription d'un accès « web only » et d'un abonnement « Print » (indépendamment d'une combinaison ou non avec un abonnement « Digital »), ne sera prise en compte que pour un abonnement « Print » pour autant que les dispositions de la règle des 50% du tarif « Print » aient été respectée.
6. L'offre alternée qui consiste à proposer à la même personne la souscription d'un abonnement alternant des exemplaires papier, des exemplaires digitaux ou des accès « Web only » sera calculée au prorata du nombre de jours par type d'abonnement.
7. Les accès « Web only » faisant partie d'une offre combinée cross-titres et cross-plateformes ne pourront être considérés. Un éditeur ne peut justifier deux exemplaires payants en scindant la recette d'un accès "web only" couplé à la version papier ou l'édition digitale d'un autre titre.

Article 26. Exemplaires Pull pick up net

Les exemplaires mis à disposition diminués de ceux repris par le distributeur/ éditeur constituent les exemplaires Pull pick up net. Ceci correspond aux exemplaires qui sont réellement pris en main par le destinataire final.

Pour rendre ce contrôle possible, il est nécessaire que l'éditeur démontre l'utilisation d'un système de distribution transparent. De plus, il est indispensable de fournir les pièces justificatives suivantes par point de distribution :

- a. la mise à disposition des exemplaires**
- b. la reprise des exemplaires non emportés**

Autant le système de distribution que ces pièces justificatives spécifiques devront être validés par les experts.

Article 27. Invendus remis en circulation

Les invendus remis en circulation via un distributeur certifié selon l'article 17 de ce règlement pourront être déclarés à condition que la date de parution de ces exemplaires ne soit pas antérieure de plus de six mois par rapport au début du trimestre de la déclaration.

Par ex. : les exemplaires déclarés dans le premier trimestre doivent nécessairement avoir une date de parution comprise entre le 1^{er} juillet et le 31 décembre de l'année précédente.

CHAPITRE 3. DEFINITIONS DU PROCES-VERBAL D'AUTHENTIFICATION

Article 28 : Eléments du procès-verbal d'authentification

a. Périodicité des titres

Les titres sont catégorisés selon les périodicités suivantes :

- Périodicité quotidienne : 5 à 7 parutions par semaine (au moins 210 parutions par année)
- Périodicité bihebdomadaire : 2 parutions par semaine (au moins 80 parutions par année)
- Périodicité hebdomadaire : 1 parution par semaine (au moins 40 parutions par année)
- Périodicité bimensuelle : 1 parution toutes les deux semaines (au moins 20 parutions par année)
- Périodicité mensuelle : 1 parution par mois (au moins 9 parutions par année)
- Périodicité bimestrielle : 1 parution tous les deux mois (au moins 4 parutions par année)
- Périodicité trimestrielle : 1 parution par trimestre (au moins 3 parutions par année)
- Périodicité biannuelle : 2 parutions par année
- Périodicité annuelle : 1 parution par année

Pour les titres avec des interruptions de publications dans leur calendrier (ex : juillet-août), les minimums définis seront appliqués au prorata du nombre réel de semaines de diffusion.

Exception pour les suppléments diffusés conjointement avec un titre de référence :

Les suppléments hebdomadaires doivent avoir au moins 36 parutions par an et les suppléments mensuels au moins 6 parutions par an.

b. Définitions des colonnes du procès-verbal et des déclarations annuelles

1. TIRAGE

Le tirage désigne le nombre d'exemplaires sortant des machines en bon état de lecture correspondant aux exemplaires régulièrement mis en vente ou distribués gratuitement et ceux correspondant à des utilisations bien définies et justifiées y compris la réserve, mais à l'exclusion de la passe inutilisable et des exemplaires maculés. Les exemplaires non complets (édition de lancement par exemple), les exemplaires dont le contenu ne correspond pas à celui des exemplaires mis régulièrement en vente et les éditions "fac-similé" (mini-journaux par exemple) ne peuvent en aucune façon être, compris dans le tirage authentifié.

2. DIFFUSION PAYANTE PRINT

Sont compris sous cette rubrique, les exemplaires print, distribués via les canaux traditionnels de distribution, qu'il s'agisse d'abonnements et de ventes au numéro.

2.1. Ventes au numéro print (>50%)

Ventes au numéro via les canaux traditionnels de distribution.

Sont compris sous l'appellation "Ventes au numéro", y compris les éditions du dimanche, les exemplaires vendus en kiosques, en librairies, par messageries, porteurs, aux guichets de la publication ou à tout autre point de vente déduction faite des numéros invendus.

Par invendus, il faut entendre les exemplaires repris par l'éditeur et crédités aux revendeurs ou grossistes. La détermination du nombre d'invendus d'une publication doit être faite selon la méthode des affectations par numéro pour chaque période de douze mois authentifiée. Si la manière de constater les invendus est modifiée pendant la période liée à l'authentification, cela doit être mentionné dans le PV.

Seuls sont retenus comme ventes au numéro payés, ceux qui sont réglés à un prix qui n'est pas inférieur à 50% de celui qui est indiqué sur la publication (tarif du colophon).

Dans la détermination de la valeur des 50%, il faut tenir compte des cadeaux et des primes en valeur d'achat (TVA incluse) qui sont accordés à la vente au numéro.



Dans les déclarations annuelles, les numéros vendus sont toujours déclarés sur le mois de vente. Les ventes de numéros de millésimes antérieurs ne seront pas considérées.

Les exemplaires d'un journal dont le jour de publication est un dimanche sont ajoutés à la diffusion payante du samedi. Le nombre d'exemplaires afférant à cette édition du dimanche est mentionné en remarque sur le procès-verbal d'authentification et la déclaration annuelle sur l'honneur.

2.2. Abonnements print payés (>50%)

Sont compris sous cette rubrique les ventes d'abonnements individuels achetés par des particuliers et adressés via les canaux traditionnels de distribution aux abonnés (postes, portages,...) et les abonnements groupés (minimum 25 destinataires) souscrits par une personne morale tierce, autre que l'éditeur ou filiale, pour une durée minimale de six mois (ces abonnements sont destinés à leur personnel).

L'abonnement résulte du paiement à l'avance d'une somme en contrepartie de laquelle le lecteur-abonné reçoit régulièrement chaque numéro de la publication et ce pendant une période dont la durée est déterminée par le montant payé.

Seuls sont retenus comme abonnements, ceux qui sont réglés à un prix qui n'est pas inférieur à 50% du prix nominal de l'abonnement (tarif du colophon).

Dans la détermination de la valeur des 50%, il faut tenir compte des cadeaux et des primes en valeur d'achat (TVA incluse) qui sont accordés à la souscription de l'abonnement et à la vente au numéro et ajouter toute notion d'échange.

En cas de vente d'abonnements couplés, les recettes seront réparties entre les publications proportionnellement à leur prix d'abonnement respectif, même lorsqu'une publication authentifiée est couplée à une publication non authentifiée.

Les exemplaires d'un journal dont le jour de publication est un dimanche sont ajoutés à la diffusion payante du samedi. Le nombre d'exemplaires afférant à cette édition du dimanche est mentionné en remarque sur le procès-verbal d'authentification et la déclaration trimestrielle sur l'honneur.

2.3. Autres ventes individuelles payantes

Sont compris sous cette rubrique : les ventes au numéro et les abonnements (individuels ou groupés) qui sont réglés à un prix inférieur à 50% du tarif de référence mentionné aux articles 2.1 et 2.2.

Le prix moyen par exemplaire sera indiqué pour cette catégorie au niveau du procès-verbal et dans les déclarations sur l'honneur faites par les éditeurs.

2.4. Distribution aux affiliés

Correspond à la distribution aux affiliés.

Sont comprises sous cette rubrique, les publications d'organes de groupement distribuées aux membres de l'association en règle de cotisation.

2.5. Ventes à tiers

Sont compris sous cette rubrique : les ventes à tiers adressées ou non adressées aux conditions reprises ci-dessous.

Les ventes à tiers sont des ventes d'exemplaires payés par un tiers et distribués à des destinataires identifiés ou non, moyennant une facture payée (règlement du montant total de la facture) qu'il y ait ou non des contreparties en espaces publicitaires, échanges, sponsoring.

Le prix moyen par exemplaire sera indiqué pour cette catégorie au niveau du procès-verbal et dans les déclarations sur l'honneur faites par les éditeurs.

Le recyclage d'invendus ne peut être repris dans cette rubrique « Ventes à tiers », voir art. 26 du présent règlement

3. DIFFUSION GRATUITE PRINT

3.1. Exemplaires Push

Exemplaires remis individuellement, sans intervention du destinataire et qui ne sont pas repris dans les rubriques précédemment mentionnées.

Par ex. : distribution aux toutes-boîtes, distribution par des hôtesse, chèques libraires gratuits

3.2. Exemplaires Pull (Pick up net)

Exemplaires mis à disposition du public (par ex. via displays) dont l'initiative émane du destinataire et qui répondent aux définitions de l'article 25 de ce règlement.

4. DIFFUSION NON MESURABLE

Exemplaires mis à disposition du public dont l'initiative émane du destinataire et pour lesquels la reprise des exemplaires non emportés ne peut être démontrée (cfr article 25b).

La nature des exemplaires repris sous cette catégorie sera précisée au niveau du procès-verbal et dans les déclarations sur l'honneur faites par les éditeurs en distinguant :

4.1. les exemplaires mis à disposition du public (Pull raw quantities)

Tous les exemplaires pull (par ex. via displays) pour lesquels les retours ne sont pas mesurés et qui ne peuvent pas être déclaré dans catégorie 3.2.

4.2. la diffusion différée

Les exemplaires (éventuellement des invendus) mis à la disposition des lecteurs dans des salles de lecture ou d'attente, via un distributeur non usuel certifié selon l'article 17 de ce règlement.

5. EXEMPLAIRES DIGITAUX PAYANTS

Sont compris sous cette rubrique, les exemplaires digitaux distribués via les canaux traditionnels de distribution, qu'il s'agisse d'abonnements et de ventes au numéro.

La règle de 50%

Seuls sont retenus comme abonnements et ventes au numéro payés, ceux qui sont réglés à un prix qui n'est pas inférieur à 50% du tarif de référence digital.

Dans la détermination de la valeur des 50%, il faut tenir compte des cadeaux et des primes en valeur d'achat (TVA incluse) qui sont accordés à la souscription de l'abonnement et à la vente au numéro et ajouter toute notion d'échange.

5.1 Abonnements digitaux (>50%)

Sont compris sous cette rubrique les ventes d'abonnements individuels d'exemplaires en version digitale et les abonnements d'exemplaires en version digitale groupés (minimum 25 destinataires) souscrits par une personne morale tierce, autre que l'éditeur, pour une durée minimale de six mois (Ces abonnements sont destinés à leur personnel). La règle de 50% du prix nominal de l'abonnement (tarif de référence) étant d'application.

En cas de combinaison ou couplage d'un abonnement à la version digitale et d'un abonnement print, c'est ce dernier qui est pris en compte.

En cas de vente d'abonnements couplés, les recettes seront réparties entre les publications proportionnellement à leur prix d'abonnement respectif, même lorsqu'une publication authentifiée est couplée à une publication non authentifiée.

5.2. Ventes au numéro digitales (>50%)

Ventes au numéro d'exemplaires en version digitale à des individus (y compris les éditions du dimanche).

5.3. Autres ventes individuelles payantes digitales

Sont compris sous cette rubrique les ventes au numéro et les abonnements d'exemplaires en version digitale qui sont réglés à un prix inférieur à 50% du tarif de référence mentionné aux articles 5.1 et 5.2.

Le prix moyen par exemplaire sera indiqué pour cette catégorie au niveau du procès-verbal et dans les déclarations sur l'honneur faites par les éditeurs.

5.4 Distribution aux affiliés

Correspond à la distribution aux affiliés.

Sont comprises sous cette rubrique, les publications en version digitale d'organes de groupement distribuées aux membres de l'association en règle de cotisation.

5.5. Vente à tiers digitale

Ventes d'exemplaires digitaux payés par un tiers moyennant une facture payée (règlement du montant total de la facture), qu'il y ait ou non des contreparties en espaces publicitaires, échanges, sponsoring.

Le prix moyen par exemplaire sera indiqué pour cette catégorie au niveau du procès-verbal et dans les déclarations sur l'honneur faites par les éditeurs.

Ne seront reprises que les ventes d'exemplaires dont la fréquence sera de minimum 12 parutions pour les quotidiens endéans une période de 3 mois (l'édition du dimanche ne peut être prise en compte pour le calcul de la fréquence de parution), 6 parutions pour les hebdomadaires endéans une période de 6 mois, 3 parutions pour les bimensuels et mensuels endéans une période de 9 mois et 1 parution pour les autres publications.

Toute opération ne répondant pas à ces conditions pourra faire l'objet d'une demande de ruling préalable auprès de la Commission Technique.

6. ACCES WEB ONLY

La règle de 50%

Seuls sont retenus comme accès payés, ceux qui sont réglés à un prix qui n'est pas inférieur à 50% du tarif de référence web only.

Dans la détermination de la valeur des 50%, il faut tenir compte des cadeaux et des primes en valeur d'achat (TVA incluse) qui sont accordés à la souscription à un accès Web only et ajouter toute notion d'échange.

6.1. Abonnements Web only (>50%)

Sont compris sous cette rubrique les ventes d'abonnements individuels d'accès web only et les abonnements web only groupés (minimum 25 destinataires) souscrits par une personne morale tierce, autre que l'éditeur, pour une durée minimale d'un mois (Ces abonnements sont destinés à leur personnel). La règle de 50% du prix nominal de l'abonnement (tarif de référence) étant d'application.

En cas de combinaison ou couplage d'un accès Web Only et d'un abonnement print ou digital, ce sont ces derniers qui seront pris en compte.



En cas de vente d'abonnements couplés, les recettes seront réparties entre les publications proportionnellement à leur prix d'abonnement respectif, même lorsqu'une publication authentifiée est couplée à une publication non authentifiée.

6.2. Ventes à l'accès « Web only » (>50%)

Ventes à l'accès « Web only » à des individus (pour une durée limitée, inférieure à un mois). Pour rappel, l'accès Web only est l'accès payant au site et n'inclus pas des achats à l'article.

6.3 Autres ventes individuelles payantes

Sont compris sous cette rubrique les ventes à l'accès et les abonnements web only qui sont réglés à un prix inférieur à 50% du tarif de référence mentionné aux articles 6.1 et 6.2.

Le prix moyen par accès sera indiqué pour cette catégorie au niveau du procès-verbal et dans les déclarations sur l'honneur faites par les éditeurs.

6.4. Distribution aux affiliés

Correspond à la distribution aux affiliés.

Sont compris sous cette rubrique, les accès web only d'organes de groupement rendus possibles aux membres de l'association en règle de cotisation.

6.5. Ventes à tiers

Ventes d'accès web only payés par un tiers moyennant une facture payée (règlement du montant total de la facture), qu'il y ait ou non des contreparties en espaces publicitaires, échanges, sponsoring.

Le prix moyen par exemplaire sera indiqué pour cette catégorie au niveau du procès-verbal et dans les déclarations sur l'honneur faites par les éditeurs.

Ne seront reprises que les ventes d'exemplaires dont la durée d'accès sera de minimum 2 semaines pour les quotidiens et 4 semaines pour les autres périodicités.

Toute opération ne répondant pas à ces conditions pourra faire l'objet d'une demande de ruling préalable auprès de la Commission Technique.

ANNEXES

ANNEXE 1. VADEMECUM EDITIONS PRINT

Les données techniques indispensables au contrôle. Cette énonciation n'est pas limitative.

a. Données générales

- Accès à la base de données comptable et à toutes les pièces comptables ;
- Accès au bilan approuvé par l'Assemblée Générale ;
- Accès aux documents administratifs nécessaires dans le cadre du contrôle.

b. Tirage

- Les bons de tirage et les rapports de tirage de l'imprimerie revêtus des signatures des responsables ;
- Les comptes et l'inventaire permanent relatifs aux consommations de papier tenant compte du tirage et de la pagination ;
- Les affectations de papier consommé ;
- Les contrats, les bons de commande, factures et preuves de paiement des imprimeurs indépendants ;
- Faire le lien entre le tirage papier et la diffusion papier ;
- La mise à disposition d'une collection complète des exemplaires contrôlés.

c. Abonnements

- Le listing des abonnés et accès à la base de données abonnements ;
- Les preuves des expéditions (bordereaux postaux, factures de sous-traitants...) ;
- Le détail de la dette abonnement en quantité et en valeur ;
- La justification du chiffre d'affaires comptabilité par rapport à l'ensemble des promotions réalisées par l'éditeur ;
- Le détail des services fournis après échéance de l'abonnement ;
- Le détail des services fournis avant souscription et paiement de l'abonnement ;
- La justification des promotions gratuites ;

d. Ventes au Numéro

- Les comptes et bordereaux des dépositaires, des messageries de presse et des revendeurs ;
- Les pièces se rapportant aux ventes au numéro, exemplaires gratuits, envois sous bande, etc. ;
- Les pièces concernant les retours d'invendus ;
- Les détails relatifs aux ventes caisse, comptoir ;
- La concordance entre le chiffre d'affaires comptabilité et le chiffre d'affaires théorique sur base des ventes déclarées et réconciliation de l'écart éventuel ;
- La distinction entre les numéros de l'année et les vieux numéros (de millésime antérieur) ;
- La mise à disposition des statistiques commerciales des dépositaires ou messageries de presse par points de vente et réconciliation avec les quantités de l'éditeur ;

e. Ventes à Tiers

- Les contrats, copies de factures plus les preuves de paiement.

ANNEXE 2. VADEMECUM EDITIONS DIGITALES

a. Données générales

- Accès à la base de données comptable et à toutes les pièces comptables ;
- Accès au bilan approuvé par l'Assemblée Générale ;
- Accès aux documents administratifs nécessaires dans le cadre du contrôle ;
- Preuve de conformité entre les versions papier et digitales Replica.

b. Abonnements

- Le listing des abonnés digitaux et accès à la base de données abonnements ;
- La corrélation entre le chiffre d'affaires issu des abonnements digitaux et le nombre d'abonnements vendus et déclarés au CIM ;
- Le chiffre d'affaires par tarif digital ;
- La justification du chiffre d'affaires comptabilisé issu des abonnements digitaux par rapport à l'ensemble des promotions réalisées par l'éditeur ;
- Justification de la dette abonnement digital par tarif (quantité et valeur) ;
- La justification des promotions gratuites ;
- Identification des abonnements gratuits ;
- Identification des ventes d'abonnements Replica partiels.

c. Ventes au numéro

- La corrélation entre le chiffre d'affaires comptabilisé issu des ventes au numéro digital, le nombre de numéros digitaux vendus et les déclarations annuelles CIM ;
- En cas de sous-traitance de la vente au numéro digital, veiller à obtenir du sous-traitant le nombre d'exemplaires digitaux vendus, le prix obtenu par exemplaire, la commission contractuelle du sous-traitant et une confirmation du sous-traitant attestant que l'ensemble des quantités mentionnées dans leurs rapports destinés aux éditeurs est bien relatif à des ventes Replica ou Replica enrichi ;
- En cas de promotion, justification du chiffre d'affaires manquant.

d. Ventes à tiers

- Les ventes à tiers digitales doivent se conformer aux points 3 et 4 qui précèdent ;
- Les contrats, copies des factures plus les preuves de paiement.

ANNEXE 3. VADEMECUM WEB ONLY

e. Données générales

- Accès à la base de données comptable et à toutes les pièces comptables ;
- Accès au bilan approuvé par l'Assemblée Générale ;
- Accès aux documents administratifs nécessaires dans le cadre du contrôle ;

f. Abonnements

- Le listing des abonnés digitaux et accès à la base de données abonnements ;
- La corrélation entre le chiffre d'affaires issu des abonnements Web only et le nombre d'abonnements vendus et déclarés au CIM ;
- Le chiffre d'affaires par tarif web only ;
- La justification du chiffre d'affaires comptabilisé issu des abonnements web only par rapport à l'ensemble des promotions réalisées par l'éditeur ;
- Justification de la dette abonnement web only par tarif (quantité et valeur);
- La justification des promotions gratuites ;
- Identification des abonnements gratuits ;

g. Ventes à l'accès

- La corrélation entre le chiffre d'affaires comptabilisé issu des ventes à l'accès Web only le nombre d'accès vendus et les déclarations annuelles CIM ;
- En cas de sous-traitance de la vente à l'accès Web only, veiller à obtenir du sous-traitant le nombre d'accès vendus, le prix obtenu par accès, la commission contractuelle du sous-traitant.
- En cas de promotion, justification du chiffre d'affaires manquant.

h. Ventes à tiers

- Les ventes à tiers web only doivent se conformer aux points 3 et 4 qui précèdent ;
- Les contrats, copies des factures plus les preuves de paiement.



ANNEXE 3. VADEMECUM RELATIF A DES MODES DE DISTRIBUTION NON USUELS

a. Au niveau administratif

- Factures de l'éditeur ;
- Factures d'éventuels intermédiaires, notes de crédit de l'éditeur ;
- Notes de crédit des intermédiaires éventuels ;
- Factures du destinataire final ;
- Notes de crédit du destinataire final ;
- Bons de livraison ;
- Reçus ;
- Bons d'emballage ;
- Documents de transport ;
- Et tous les autres documents comptables et rapports internes.

b. Au niveau financier

- Extraits de compte ;
- Toute forme de preuves de paiement.

Toutes les procédures internes seront également contrôlées sur place.