



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

BUREAUX D'AUDIT MEDIA ACCES AUX RESULTATS DES ETUDES D'AUDIENCE CIM

Objectif

Les annonceurs font de plus en plus appel à des bureaux d'audit média pour faire auditer leurs investissements médias. Pour pouvoir réaliser un audit média de façon professionnelle, un bureau d'audit doit disposer des éléments suivants :

- les chiffres d'audience média les plus actuels possible,
- un benchmark pool représentatif des résultats et des conditions de campagnes de tiers.

Les chiffres d'audience des médias sont et demeurent la propriété intellectuelle du CIM. Seuls peuvent en disposer les membres du CIM souscripteurs des études et participant à leur financement. Ils s'engagent à n'utiliser les informations confidentielles que pour les besoins de leur activité sans toutefois en faire commerce et à ne les utiliser que pour leur propre compte sans transfert à des tiers autrement que dans les cas nécessités par les besoins internes. Le traitement et l'analyse de ces chiffres par les agences médias dans le cadre d'un service payant pour leurs clients n'est pas considéré comme une utilisation commerciale inadmissible.

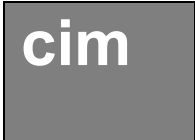
Ce document a pour objectif de déterminer l'accès des Bureaux d'Audit Média aux chiffres d'audience média CIM.

Conditions d'accès

C'est le Conseil d'Administration du CIM qui décide de façon autonome de chaque demande d'accès.

Afin de pouvoir entrer en ligne de compte pour l'accès aux études CIM, un Bureau d'Audit Média doit au minimum satisfaire aux conditions suivantes :

- Posséder un numéro de TVA belge.
- Afin d'éviter tout conflit d'intérêt, travailler uniquement pour des annonceurs. De plus, le Bureau d'Audit Média ne développe lui-même aucune activité de media buying, media planning ou conseil en communication et n'a pas de participation dans des sociétés actives dans ces domaines.



- Informer le CIM, pour le 15 février ou au début de la période de contrat, du pourcentage des investissements publicitaires que représente le benchmark pool audité pour la dernière année complète. Les investissements publicitaires sont ici valorisés comme investissements CIM MDB bruts. A cet effet, le CIM met à disposition un fichier avec les investissements publicitaires totaux de tous les annonceurs.

Utilisation des données CIM

L'utilisation des données CIM par les Bureaux d'Audit Média et leurs collaborateurs indépendants est soumise aux règles suivantes :

- Les données ne peuvent être analysées que par un logiciel certifié par le CIM, selon les cahiers des charges d'exploitation en vigueur. Le Bureau d'Audit Média doit fournir au CIM la preuve de l'acquisition du logiciel.
- Le Bureau d'Audit Média mentionne clairement dans chaque rapport la source de ses données.
- Le Bureau d'Audit Média conserve une absolue discrétion à propos de toutes les données individuelles de chaque annonceur individuel (sauf accord écrit formel de cet annonceur).
- Le Bureau d'Audit Média ne peut sous aucun prétexte ni commercialiser ni utiliser d'une autre manière les données CIM, ni sur le marché belge ni en dehors de celui-ci.

Toute utilisation des données CIM en dehors de ce cadre réglementaire est interdite, sauf pour les données de campagnes et des groupes cibles spécifiques faisant l'objet de ces campagnes, fournies, pour les besoins de l'audit, par l'agence média en charge du buying ou du planning de la campagne auditée.

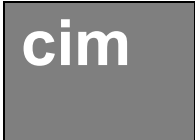
Si un Bureau d'Audit Média certifié ne respecte pas ces règles, le CIM se réserve le droit de refuser à ce Bureau d'Audit l'usage des données CIM, d'annuler sa certification et d'informer le secteur de la situation par le biais d'un communiqué de presse ou tout autre moyen de communication.

Structure tarifaire

Les données achetées couvrent une année complète.

Le Bureau d'Audit Média achète:

- soit les données TV,
- soit les données de toutes les études d'audience média (TV, Radio, Internet, Presse, Affichage, Cinéma),
- et éventuellement en complément les données MDB.



Le tarif est composé de:

- une partie fixe,
- une partie variable en fonction du % du benchmark pool audité dans les investissements publicitaires CIM MDB totaux pour la dernière année complète, avec un minimum de 1%.

Les tarifs seront chaque année indexés sur base de l'index belge de santé.

Tarifs pour les données TV à partir du 1/1/2009

Partie fixe: 20.000 €

Partie variable par %: 12.000 €

Le total minimum pour un benchmark pool qui représente 1% des investissements MDB s'élève à 32.000 €.

Tarifs pour tous les médias à partir du 1/1/2009

Partie fixe: 40.000 €

Partie variable par %: 15.000 €

Le total minimum pour un benchmark pool qui représente 1% des investissements MDB s'élève à 55.000 €.

Tarifs pour la MDB à partir du 1/1/2009

Partie fixe: 10.000 €

Bruxelles, 21/01/2009.