

RÈGLEMENTS DES MAGAZINES DE CONSOMMATION

BPA Worldwide

ADHÉSION

C1.0 Obligations d'adhésion

C1.1

Tous les membres doivent respecter les statuts et règlements de la société.

C1.2

Si la société doit engager une poursuite interne ou un litige, appliquer les statuts et règlements ou percevoir des montants qui lui sont dus, le membre ou l'ex-membre, contre qui cette poursuite est engagée, est responsable de tous les coûts et dépenses encourus par la société et de leur remboursement à la société en rapport avec la poursuite, y compris, sans limite, les frais d'emploi du temps du vérificateur et ceux des autres employés requis pour les procédures d'application, d'expédition, d'impression, de fournitures, et les frais légaux raisonnables, qu'ils soient encourus pour une procédure interne, un litige devant les tribunaux ou une commission d'arbitrage, incluant les débours légaux.

C1.3

Si la société doit prendre part à une poursuite à titre de témoin, le membre ou l'ex-membre, contre qui cette poursuite est engagée, est responsable de tous les coûts et les dépenses et de leur remboursement à la société en rapport avec ladite poursuite, y compris, sans limite, les frais d'emploi du temps du vérificateur et ceux des autres employés à un taux déterminé par le conseil d'administration, les frais d'expédition, de reproduction, de fournitures et les frais juridiques raisonnables. Ces frais doivent être remboursés, qu'ils aient été encourus pour répondre à une citation à comparaître, pour une comparution devant les tribunaux, pour déposition, pour régler un litige en cour, une commission d'arbitrage ou pour toute autre poursuite d'ordre légal.

C1.4 Emploi du personnel de BPA Worldwide

Si un membre ou un fournisseur d'un membre procure de l'information aux fins de vérification du membre, et qu'il emploie le personnel de BPA à l'intérieur de 3 mois après la vérification du membre ou d'un examen de vérification interne, la société sera dans l'obligation de procéder à un examen de la vérification à ses propres frais. Si un tel examen met à jour des problèmes qui nécessitent une nouvelle vérification, cette dernière devra être effectuée. Si cette nouvelle vérification détermine la nécessité de procéder à des ajustements à l'intérieur des diffusions déjà vérifiées, le membre ou le membre associé en question devra rembourser à la société tous les coûts et dépenses (de voyage et autres) en rapport avec la tenue de cette nouvelle vérification.

C2.0 Admissibilité

C2.1

Un magazine qui présente une demande d'adhésion comme membre est admissible selon les dispositions de l'article C2.0 des statuts et doit se conformer aux exigences suivantes:

C2.2

Il peut s'agir d'un magazine de consommation d'intérêt général ou d'un magazine de consommation servant des destinataires qui ont un lien en commun ou un intérêt commun à l'intérieur de critères clairement définis ou un magazine de consommation servant son marché par des canaux de distribution visés.

C2.3

Le magazine doit conserver une continuité de style, format, sujet ou thème d'un numéro à l'autre.

C2.4

Il doit avoir publié pendant une période minimum de trois mois avant d'être éligible à une première vérification, sujette à l'approbation du président.

C2.5

Il doit s'agir d'un magazine qui contient de la publicité.

C2.6.1

Tel que défini par les règlements postaux locaux, lorsqu'un magazine contient un supplément, le président doit déterminer si le magazine doit être considéré comme un seul magazine justifié ou s'il s'agit plutôt de deux ou plusieurs magazines séparés nécessitant des adhésions séparées, des déclarations de la diffusion et des rapports de vérification de la diffusion distincts pour chaque magazine. Afin d'être éligible comme un seul magazine, le magazine principal et le supplément doivent respecter les conditions suivantes:

C2.6.2 POUR TOUS LES MAGAZINES

Le supplément doit avoir les mêmes destinataires admissibles et doit desservir le même domaine dans un marché d'affaires ou de services que celui du magazine principal.

Les destinataires admissibles des listes doivent être dans les mêmes entreprises, emplois, etc. Les destinataires du supplément peuvent être un sous-ensemble de destinataires admissibles du magazine principal.

Le supplément doit être identifié séparément sur le matériel de sources de tarifs publicitaires et dans la promotion de la diffusion. Dans le matériel de sources de tarifs publicitaires, il est obligatoire de donner une référence distincte pour la fréquence, l'émission et la date de tombée de chaque supplément.

Si le supplément augmente ou que sa base de diffusion existante s'amplifie, il devient une diffusion non continue qui ne doit pas être présentée dans la déclaration de la diffusion du supplément.

C2.6.3

Selon les règlements postaux des États-Unis, les magazines basés aux États-Unis doivent aussi se conformer aux exigences suivantes:

Un supplément d'un magazine doit être constitué d'au moins une ou plusieurs pages formées d'une ou plusieurs feuilles imprimées qui ne sont pas reliées à l'intérieur du magazine. Un supplément peut n'avoir qu'un seul sujet et contenir du matériel différent de celui du magazine principal mais il doit avoir une portée éditoriale commune.

Un minimum de 25% du texte contenu dans un supplément détaché d'un magazine relié doit être non-publicitaire et porter la mention de « supplément de » suivi par le titre du magazine ou du nom de l'éditeur. Un magazine relié avec un ou plusieurs suppléments détachés du magazine doit être ensaché. Si un supplément d'un magazine relié contient plus d'une feuille, toutes les feuilles du supplément doivent être reliées entre elles.

Un supplément d'un magazine non relié doit être combiné et être inséré à l'intérieur du magazine. Si le supplément est inclus librement à l'extérieur du magazine non relié, le magazine et son supplément doivent être ensachés dans un emballage ou dans une enveloppe et le supplément doit porter la

mention "Supplément de", suivi du titre du magazine ou du nom de l'éditeur.

C2.6.4

Selon les règlements de *UK Presstream*, les magazines du Royaume-Uni doivent aussi se conformer aux exigences suivantes:

Les suppléments (excluant les catalogues, les répertoires, les brochures, les cartes de produits et les encarts libres) qui ne sont pas des périodiques séparés (disponibles à l'achat ou distribués de leur propre manière) doivent être associés à un périodique et distribués à la même liste d'adresses que le périodique.

Sur la page de couverture, le supplément doit présenter la date, le mois, la saison et le titre du périodique dont il est le supplément. Le supplément doit être publié par le même éditeur que le périodique.

C2.6.5

Pour tous les autres magazines, les règlements postaux locaux s'appliquent ainsi que les conditions relatives à celle de "supplément".

C2.7

Si, après considération des conditions précédentes, le président détermine qu'il ne s'agit que d'un seul magazine, l'éditeur dispose du choix de déclarer la diffusion et toutes les autres données spéciales de marketing du supplément (par ex. emplacements, influences d'achat, etc.) à la fin de la déclaration de la diffusion régulière.

Si la fréquence du supplément ne donne pas lieu de publier le supplément avec le numéro analysé et que l'éditeur choisit de déclarer le supplément à la fin de la déclaration de la diffusion régulière, il doit obligatoirement obtenir une analyse supplémentaire et un test de vérification pour le numéro qui inclut le supplément.

C2.8

Lorsque le président détermine qu'il ne s'agit que d'un seul magazine mais que l'éditeur préfère présenter des déclarations de la diffusion et des rapports de vérification séparés pour chaque édition ou supplément, ce dernier doit obligatoirement présenter des adhésions séparées. Lorsque les éditions ou les suppléments sont déclarés séparément, des frais de vérification supplémentaires doivent être facturés à un taux horaire proportionnel pendant toute la période de vérification qui est attribuable aux heures de la distribution totale combinée pour toutes les éditions ou suppléments, au taux déterminé par le conseil d'administration.

C2.9

Il peut s'agir d'un catalogue opéré et distribué indépendamment, s'il respecte les autres dispositions des statuts et règlements.

C2.10

Il doit effectuer une diffusion justifiée, tel que défini à l'article C7.24 de ces règlements, et doit l'avoir fait pendant au moins trois mois avant d'être éligible pour une première vérification, sujette à l'approbation du président.

C2.11

Les magazines ou le matériel imprimé, y compris sans limite, aux catégories suivantes ne sont pas acceptables pour l'adhésion aux vérifications des magazines de consommation de BPA Worldwide:

calendriers

menus

cartes en paquets

circulaires

guides communautaires de magasinage gratuits

C2.12

Lorsque le magazine inclut des numéros supplémentaires (par ex. répertoires, catalogues ou guides d'achats), le président doit déterminer s'il s'agit d'un seul magazine justifié ou s'il s'agit de deux ou de plusieurs magazines distincts requérant des demandes d'adhésion séparées et des déclarations de la diffusion ainsi que des rapports de vérification de la diffusion distincts pour chaque numéro selon les conditions suivantes:

Le numéro supplémentaire doit être distribué à toute la liste de diffusion du magazine régulier ou à un segment spécifique à l'intérieur de celle-ci.

La page couverture du numéro supplémentaire doit clairement identifier qu'il s'agit d'un numéro spécial du magazine d'origine.

Le bloc technique de chaque numéro doit indiquer la fréquence incluant le numéro supplémentaire.

C2.13

Si après considération des conditions précédentes, le président détermine qu'il ne s'agit que d'un seul magazine, ce dernier doit demander au magazine de déclarer ce numéro supplémentaire (répertoire, catalogue ou guide d'achats) au paragraphe 2 de la déclaration de la diffusion et du rapport de vérification de la diffusion, mais non au paragraphe 1 si le numéro supplémentaire est distribué à moins de destinataires que la liste de diffusion identique à celle du magazine régulier, et une explication raisonnable doit être donnée au paragraphe 8 du magazine sujet à la vérification.

C2.14

Lorsqu'un magazine a des éditions séparées, par exemple en fonction de la démographie ou de la géographie, le président doit déterminer s'il ne s'agit que d'un seul magazine justifié ou de deux ou plusieurs magazines séparés requérant une adhésion séparée, une déclaration de la diffusion et un rapport de vérification distinct. Afin de se qualifier comme un seul magazine, les éditions séparées doivent répondre aux conditions suivantes :

Doivent avoir les mêmes destinataires admissibles présentés dans la déclaration du marché desservi.

Les destinataires admissibles des listes doivent avoir les mêmes critères démographiques, la même entreprise, emploi, etc.

Le contenu éditorial doit être identique à l'exception des sujets éditoriaux requis par une/des audience(s) démographique(s) ou géographique(s) différente(s) étant desservies.

C2.14 (suite)

Les éditions doivent être identifiées séparément sur le matériel de source de tarif publicitaire.

Les éditions séparées sont une sous-catégorie de la diffusion existante qui n'augmentent pas ou n'élargissent pas la base de diffusion du magazine et la fréquence des numéros.

Si l'édition ou les éditions séparées augmentent leur base de diffusion existante et la fréquence des numéros, elles deviennent des diffusions non continues et doivent être déclarées dans une analyse séparée aux paragraphes 2, 4, 5 et 6.

C2.15

Si après considération des conditions précédentes, le président détermine qu'il ne s'agit, en fait, que d'un seul magazine, l'éditeur a le choix de publier séparément les diffusions pour chaque édition. Si l'éditeur décide de déclarer chaque édition séparément, il doit les présenter de façon suivante :

Déclarer les éditions séparément aux paragraphes 2, 4, 6 et 8 de la déclaration de la diffusion et du rapport de vérification de la diffusion.

Déclarer les éditions séparément au paragraphe 5 de la déclaration de la diffusion et du rapport de vérification de la diffusion lorsque des variations dans les données entre les éditions sont égales ou sont supérieures à 10% à l'intérieur de toutes les catégories déclarées au paragraphe 5. Lorsqu'il s'agit de variations inférieures à 10%, l'éditeur a le choix de déclarer ces données séparément.

C2.16

Lorsque le président détermine qu'il ne s'agit que d'un seul magazine mais que l'éditeur veuille publier des déclarations de la diffusion séparées et des rapports de vérification de la diffusion pour chaque édition, des adhésions séparées seront nécessaires.

C3.0 Vérifications outre-mer ou hors-frontières

C3.1

Les vérifications outre-mer ou hors-frontières signifie que toute vérification qui doit être effectuée hors des limites territoriales des États-Unis, du Canada et du Royaume-Uni (où BPA Worldwide a des bureaux).

C3.2

Lorsqu'un vérificateur doit effectuer une vérification outre-mer ou hors-frontières, le membre éditeur doit payer les frais et montants suivants liés à la vérification en question:

Les frais de vérification normaux et supplémentaires pour le magazine selon l'article C3.1.3 des statuts.

Un montant supplémentaire de 50% des frais réguliers de vérification afin de compenser pour le déplacement et le temps perdu du vérificateur.

En ce qui concerne les compagnies d'édition collectives qui effectuent les vérifications en même temps, ce supplément de 50% s'applique aux frais de vérification les plus élevés.

Les frais de transport aérien du vérificateur en classe économique calculés à partir du point de départ du vérificateur jusqu'à l'emplacement réel où la vérification est effectuée.

C3.3

Un membre, effectuant une vérification outre-mer ou hors-frontières, doit remettre à BPA Worldwide un paiement anticipé des frais estimés, calculés selon la formule présentée à l'article C3.2 de ces règlements.

C3.4

BPA Worldwide peut aussi obliger un membre éditeur qui demande une vérification outre-mer ou hors-frontières à signer un contrat pour la vérification, sous la forme déterminée de temps en temps par le conseil d'administration mais qui doit inclure les dispositions de fonds de cet article.

C4.0 Procédure

C4.1

En plus de présenter sa demande, un candidat, admissible à l'adhésion auprès de BPA Worldwide pour la vérification des magazines de consommation, doit procéder comme suit :

Remplir et signer une déclaration de la diffusion de trois ou six mois et la présenter à la société. La déclaration doit être conforme aux articles C8.0, C9.0 et C10.0 de ces règlements et doit aussi constituer la base du premier rapport de vérification de la diffusion.

Fournir, mettre à jour et mettre à la disponibilité des vérificateurs, toutes les pièces justificatives et les registres, comme le stipule l'article C10.0 de ces règlements.

C4.2

Sur réception de la première déclaration de la diffusion du candidat, la société doit rapidement effectuer un examen des dossiers du magazine et compléter une première vérification.

C4.3

Pour la vérification des ventes au numéro, le chiffre final de règlement doit être disponible pour au moins la moitié des numéros de la période. Les autres numéros peuvent être projetés en se basant sur une moyenne historique des numéros déterminés.

Voici des exemples de dates admissibles pour les premières vérifications de la diffusion de trois mois :

Les hebdomadaires doivent avoir sept numéros publiés;

Les magazines mensuels doivent avoir un numéro publié;

Les magazines bimensuels consistent en un numéro publié; et les magazines trimestriels

Ils doivent comporter un numéro publié.

Les magazines semestriels et annuels devraient être publiés.

Un magazine publié peut projeter les ventes au numéro pour un numéro au cours de sa période de première vérification de trois mois en autant que la documentation des pièces justificatives est disponible pour les ventes nettes d'une période minimum précédente de six mois.

C4.4

Sur approbation et publication de ce rapport par la majorité du conseil d'administration, l'éditeur doit être informé qu'il a été accepté comme membre.

C4.5

S'il est trouvé que les dossiers et pièces justificatives de l'éditeur sont incomplets et que la première vérification ne peut pas être effectuée, la société recommandera à l'éditeur de créer et mettre à jour des dossiers et pièces justificatives vérifiables. Un magazine ne peut pas devenir membre avant qu'une déclaration vérifiable ait été présentée et que les dossiers et les pièces justificatives aient été vérifiés selon les instructions de la société (voir l'article C2.9.2 des statuts).

C4.6

Si après une période de temps suffisante, le président considère que les dossiers et les pièces justificatives du candidat éditeur sont incomplets et qu'une première vérification ne peut pas être effectuée, BPA Worldwide peut publier un avis à ses membres les informant officiellement que la demande d'adhésion du candidat a été rejetée. Cette notice peut prendre la forme d'un message sur le site Web de BPA et/ou d'un envoi postal aux membres et à la liste de presse de BPA.

C5.0 – PUBLICITÉ

C5.1

La société possède les droits du nom, des marques de commerce et des chiffres de la société présentés dans les magazines, les déclarations et les rapports diffusés par la société (nommés ci-après "droits de la société").

La société possède les droits d'auteur pour toutes les déclarations, les rapports et les magazines déposés ou publiés par la société incluant, sans exclusion, toutes les déclarations de la diffusion, les déclarations de la diffusion corrigées, les rapports de vérification de la diffusion et les bulletins. En recevant son adhésion, chaque membre assigne et transfère à la société tous les droits, titres ou intérêts en droits d'auteur ou d'autre façon, que le membre peut détenir présentement ou à l'avenir sur toutes les données ou les informations fournies à la société.

L'utilisation des droits de la société à grande échelle et de façon appropriée est souhaitable. L'utilisation des droits de la société par un membre sous-entend que la société a approuvé ou autorisé l'usage de ces droits dans leur forme prescrite. Le membre doit communiquer avec la société s'il désire utiliser les droits de la société d'une manière non prévue au présent règlement.

Puisqu'il est dans l'intérêt de chaque membre de protéger les droits de la société, les directives suivantes ont été établies concernant l'usage des droits de la société. Ces directives n'ont pas été conçues pour limiter l'usage légitime et approprié des droits mais dans le but de protéger l'intégrité et la réputation de la société, ses droits ainsi que la fiabilité des chiffres de diffusion justifiée publiés par celle-ci.

C5.2

Les dispositions des statuts et règlements concernant la publicité doivent s'appliquer également à tous les candidats à l'adhésion.

C5.3

Sauf pour les employés de l'éditeur, les documents imprimés ou électroniques, les publicités, le matériel de promotion ou de communication (incluant les communications et les documents destinés pour usage

interne ou entre les bureaux) qui sont publiés ou distribués de n'importe quelle façon (incluant l'information disséminée par courrier électronique, sur Internet ou le Web) sont sujets aux dispositions des statuts et **C5.3** (suite)

règlements concernant la publicité lors de leur impression ou de leur distribution électronique.

C5.4

Tout document, toute publicité, matériel promotionnel ou communications écrites / électroniques dont les données sont exactes lors de l'impression ou de la distribution électronique ne doivent pas être évalués comme un manquement rétroactif si des changements subséquents sont apportés à la diffusion.

Cependant, si un tel changement prend place à cause du dépôt d'une déclaration de la diffusion subséquente, l'éditeur est responsable de s'assurer que tout nouveau matériel considère le changement en question. La façon dont ces changements sont indiqués est laissée à la discrétion de l'éditeur.

Par contre, si un tel changement prend place à cause d'une vérification, l'éditeur est responsable de noter ces changements dans le matériel en inventaire ou présenté dans une promotion en ligne, à l'intérieur d'une semaine de la réception du rapport de vérification de la diffusion imprimé par BPA Worldwide.

C5.5

Pour les données de diffusion normales (marketing régulier) dont les changements ne sont pas présentés dans la diffusion à cause de la vérification, la période de temps maximum pour laquelle tout document imprimé, publicité, matériel promotionnel ou communication écrite demeure conforme une fois leur impression est de 15 mois. La période maximale à laquelle une communication électronique est considérée conforme est de 6 mois. Lorsque les changements ont lieu suite à l'émission d'une nouvelle déclaration de la diffusion, une promotion électronique doit être mise à jour immédiatement et avant 30 jours (voir les articles C5.33, C5.34 et C5.35 concernant les restrictions sur la promotion des données de vérification du marketing spécial).

C5.6

Un membre ne doit pas faire de fausse déclaration ou qui soit trompeuse concernant tout aspect de la diffusion, de la distribution ou de la couverture. S'il y a des questions concernant la possibilité qu'un document, une publicité, le matériel promotionnel ou qu'une communication écrite/électronique induise en erreur, la décision doit être prise par le président ou un mandataire désigné de BPA Worldwide, selon les informations disponibles (voir l'article C5.48 concernant les plaintes formelles et les demandes d'appels).

Un membre ne doit pas attribuer à BPA Worldwide une autorisation, mentionnée ou supposée, à des produits auxiliaires, à moins que ces produits puissent être retracés à une déclaration de la diffusion ou à un rapport de vérification de la diffusion de BPA Worldwide.

C5.7

La société détient tous les droits relatifs aux logos ou aux marques de commerce et leurs droits d'utilisation constituent un privilège accordé à ses membres. L'usage par un membre du logo ou de la marque de commerce sous-entend que la société a approuvé la publicité ou tout document sur lesquels la marque de commerce apparaît. L'usage non conforme ou non autorisé des logos et des marques de commerce peut nuire à la société, aux droits de la société et à ses membres et peut entraîner pour la société la perte du droit d'utilisation de ces logos et de ces marques déposées.

Lors de toute utilisation par un membre des logos et marques de commerce, celui-ci doit clairement indiquer qu'il ne les utilise qu'à titre exclusif de membre de la société et le membre ne doit pas insinuer qu'il détient des droits sur les logos et les marques de commerce en question.

Comme il est impossible d'établir les différents usages des logos ou marques de commerce qui seraient

ou non appropriés, un membre qui désire utiliser les logos ou marques de commerce de la société d'une manière autre qu'établie dans ces règlements et règlements ou qui doute de leur usage approprié devrait communiquer avec la société pour être conseillé à cet égard.

C5.8

Aucune information contenue dans ces règlements n'enlève au membre la responsabilité de l'exactitude du matériel publié ou disséminé électroniquement, et celle de se conformer aux règlements.

C5.9

Une déclaration de la diffusion ne doit pas être publiée avant que le rapport de vérification de la diffusion de l'année précédente n'ait été complété et publié par BPA Worldwide. Un magazine peut faire la promotion ou publier des données de diffusion d'une déclaration de la diffusion avant leur parution en autant que les données n'ont pas été retenues à cause de la finalisation de la vérification de l'année précédente. Un tel énoncé de la diffusion doit être accompagné de la mention claire : "Données de l'éditeur sujettes à une vérification, [mois/année]."

C5.10

Un éditeur peut faire la promotion de la diffusion projetée d'un numéro ou de plusieurs numéros futurs, en autant qu'un tel énoncé porte la mention claire "Projection de l'éditeur pour [mois/année] à [mois/année]." De telles projections doivent aussi faire référence aux chiffres appropriés de la déclaration de la diffusion ou du rapport de vérification de la diffusion le plus récent. Les projections ne doivent pas être utilisées comme base de comparaison avec un ou plusieurs magazines vérifiés, à moins que le ou les autres magazines aient été publiés comme projection des registres publics pour la même période.

C5.11

Un éditeur peut présenter une attestation provisoire de l'éditeur comme moyen de promotion entre les déclarations de la diffusion. Une telle déclaration doit porter la mention claire et visible : "Attestation de l'éditeur [mois/année]" au début et à la fin, et sur toutes les pages entre elles. Un magazine ne doit pas utiliser le logo de BPA Worldwide pour démontrer son statut de membre, non plus qu'une attestation de l'éditeur ne peut faire référence à une demande d'adhésion à BPA Worldwide. Une attestation de l'éditeur ne peut pas être imprimée sur du papier semblable à celui utilisé pour les rapports de BPA Worldwide et ne doit pas utiliser la même typographie que celle de BPA Worldwide (Franklin Gothic).

Une attestation de l'éditeur peut comporter une terminologie et des classements semblables à ceux utilisés dans les déclarations de la diffusion et les rapports de vérification de la diffusion, mais uniquement pour les expressions et classements selon la manière où ils apparaissent dans la déclaration de la diffusion la plus récente. Une attestation de l'éditeur ne peut pas utiliser l'expression "justifié" pour aucun groupe d'abonnés qui n'a pas été vérifié.

C5.12

Tout membre de la société en bonne et due forme peut publiciser le fait qu'il soit membre. Il peut utiliser le logo de BPA Worldwide sur les entêtes spécifiques de membres, dans le matériel publicitaire, dans les blocs techniques, ou tout autre endroit où:

la phrase "Membre de BPA Worldwide" est aussi utilisée.

le membre a le droit d'utiliser le logo de BPA Worldwide.

l'usage du logo de BPA Worldwide ne nuit pas à la société.

C5.13

Les membres éditeurs en période de suspension de service ne peuvent publier d'énoncés d'adhésion que s'ils stipulent dans l'énoncé en question les mots "en période de suspension de service". D'autre part, aucune donnée de diffusion présentée dans la déclaration de la diffusion ou dans le rapport de vérification de la diffusion ne peut être incluse dans le matériel promotionnel durant la période où le magazine est en **C5.13** (suite)

période de suspension de service.

C5.14

Les promotions et les comparaisons de la diffusion ne peuvent pas faire la promotion ou déclarer uniquement des pourcentages de répondants ou de total justifié. Le calcul de la diffusion justifié doit toujours être divulgué lors de la déclaration des pourcentages, soit comme total ou pour chaque réclamation de numéro individuel. Lors de la déclaration des pourcentages de répondants, la base des répondants à partir de laquelle le pourcentage a été calculé doit aussi être présentée (voir C5.37)

C5.15

Un éditeur ne doit pas annoncer avoir eu recours aux services du marketing spécial de BPA Worldwide à l'exception des considérations prévues subséquemment:

Un éditeur membre, ayant réussi une vérification d'emplacement maintenant publiée, peut annoncer les nouvelles données d'emplacement présentées dans la déclaration provisoire de la diffusion et/ou du deuxième six mois en autant que le membre éditeur a accordé un contrat de vérification de l'emplacement pour la période couvrant les nouvelles données d'emplacement. Les nouvelles données d'emplacement présentées dans une déclaration de la diffusion et utilisées dans tout matériel de promotion doivent noter en bas de page qu'elles sont sujettes à la vérification.

Un éditeur membre qui a réussi à compléter une vérification additionnelle maintenant publiée peut annoncer les nouvelles données additionnelles déclarées dans la déclaration provisoire de la diffusion et/ou de six mois en autant que le membre éditeur a accordé un contrat pour une vérification supplémentaire de la période couvrant les nouvelles données additionnelles. Les nouvelles données additionnelles présentées dans une déclaration et utilisées dans tout matériel promotionnel doivent indiquer en bas de page qu'elles sont sujettes à une vérification.

C5.16

Un candidat éditeur peut annoncer avoir présenté une demande d'adhésion si l'épreuve d'une telle annonce a été soumise au préalable et approuvée par le président. Ce type de promotion est au choix de l'éditeur. Si un magazine choisit d'annoncer son statut de candidat, le seul langage permis doit paraître comme suit:

"Demande d'adhésion pour la vérification d'un magazine de consommation auprès de BPA Worldwide demandée le (insérer le mois et l'année auxquels BPA Worldwide a accepté la demande)".

C5.17

Si un magazine choisit de faire la promotion de son statut de candidat, tous les énoncés relatifs à la diffusion doivent porter la mention claire : "Données appartenant à l'éditeur." Aucune référence n'est permise quant à la première vérification en suspens même si elle a été prévue ou qu'elle est en cours lorsque la promotion est effectuée.

C5.18

Un candidat peut comparer ses chiffres de diffusion totale non vérifiés avec ceux déjà vérifiés des concurrents en autant qu'il s'agit d'un numéro équivalent d'une parution d'un concurrent auparavant

analysée ou vérifiée, par exemple, mai ou novembre. Cette comparaison doit clairement indiquer la différence entre les deux informations des magazines, par exemple, “données appartenant à l’éditeur” ainsi que “vérifiées” ou “sujette à une vérification”. Pour cette comparaison, un candidat doit clairement indiquer le mois/l’année de sa demande d’adhésion à BPA Worldwide.

C5.19

Un candidat peut aussi comparer la future diffusion non vérifiée d’un numéro de lancement avec le plus récent numéro d’un compétiteur. La diffusion du numéro de lancement doit être clairement identifiée comme projection.

C5.20

Le candidat ne peut pas utiliser le logo de vérification des magazines de consommation de BPA Worldwide avant d’avoir complété avec succès une première vérification et avoir obtenu un vote en faveur de son adhésion par le conseil d’administration (voir l’article C2.8.3 des statuts et l’article C5.7 de ces règlements).

C5.21

Un éditeur dont l’adhésion à BPA Worldwide est résiliée à cause d’un manquement à l’article C10.0 des statuts et qui présente une nouvelle demande d’adhésion ne peut pas annoncer le fait qu’il ait présenté de nouveau une demande d’adhésion, et doit compléter sa première vérification à l’intérieur de six mois de la date de la nouvelle demande d’adhésion.

C5.22

Un candidat éditeur dont la demande d’adhésion a été rejetée par la société, selon l’article C2.8 des statuts et qui présente une nouvelle demande d’adhésion à l’intérieur d’un an de son rejet, ne peut pas annoncer le fait qu’il ait présenté une nouvelle demande d’adhésion et doit compléter sa première vérification à l’intérieur de six mois de la date de la nouvelle demande. Suite au rejet de sa demande d’adhésion, si un éditeur présente une nouvelle demande d’adhésion après une année complète, l’éditeur doit utiliser la mention “Présenté une nouvelle demande d’adhésion en mois/an” et ce dernier dispose d’une année complète afin de terminer sa première vérification. Si un candidat éditeur présente une nouvelle demande d’adhésion trois ans après le rejet de sa demande d’adhésion, il n’est plus nécessaire de l’indiquer.

C5.23

Tout membre peut réimprimer, télécopier et/ou publier (voir C5.45 de ces règlements) textuellement tout paragraphe, en entier ou en partie, de la plus récente déclaration de la diffusion ou du rapport de vérification de la diffusion d’un magazine diffusé par la société sauf en ce qui concerne les données supplémentaires au paragraphe 8 (Données supplémentaires).

C5.24

Si des segments d’un paragraphe sont cités, il doit être clairement stipulé que seule une portion est utilisée.

C5.25

La période couverte par la déclaration ou le rapport de vérification de la diffusion d’où provient le paragraphe doit être indiquée.

C5.26

Les segments du paragraphe 8 (données supplémentaires) peuvent être cités mais doivent avoir été

approuvés par écrit au préalable par le président.

C5.27

Un magazine membre ne peut pas "surimprimer" le matériel promotionnel d'aucune déclaration de la diffusion ou d'un rapport de vérification de la diffusion.

C5.28

Un magazine membre ne peut utiliser les termes "lecteurs" ou "lectorat" dans aucune promotion ou autre matériel en énonçant ou sous-entendant l'autorisation de BPA Worldwide en référence à tout aspect de la diffusion, de la distribution ou de la page de couverture par exemple, comme étant interchangeable avec "abonné," "destinataire," ou "diffusion." Un magazine peut cependant faire référence à son lectorat de manière générale, par exemple, de la manière à laquelle le contenu éditorial réponds aux intérêts des lecteurs. Si un éditeur veut faire la promotion des données de lectorat, une telle information doit citer clairement ses sources, par exemple, "Données appartenant à l'éditeur" ou "Sondage du lectorat," en indiquant le mois et l'année appropriés afin de les distinguer de la diffusion vérifiée ou de la diffusion sujette à une vérification.

C5.29

Lorsque des comparaisons sont effectuées entre deux ou plusieurs magazines, des déclarations de la diffusion ou des rapports de vérification des magazines de consommation la diffusion de BPA Worldwide, seules les déclarations les plus récentes ou les rapports de vérification de la diffusion les plus récents publiés à la même période et à la même date peuvent servir de base de comparaison. Un éditeur peut effectuer des comparaisons avec les éditions précédentes si des chiffres comparables existent pour tous les magazines.

Si les déclarations pour la période de temps en cours et semblables ne sont pas disponibles pour tous les magazines aux fins de comparaison, l'éditeur doit se baser sur le cycle de diffusion des six mois précédents. La comparaison doit inclure la période de temps en cours pour ces magazines dont la déclaration de la diffusion est disponible avec la mention "non disponible pour [mois/année]" au sujet des magazines appropriés.

C5.30

Une comparaison doit être interprétée pour inclure un énoncé comparatif ou absolu à l'endroit des concurrents non cités, par exemple, "plus de diffusion que tout autre magazine," ou "plus de diffusion que tout autre magazine desservant le marché."

C5.31

Les données de diffusion d'une première vérification devraient être comparées avec la diffusion vérifiée ou la diffusion sujette à une vérification pour la même période. La moyenne de diffusion déclarée à la moitié du cycle (trois mois) de la première vérification peut être comparée à une moyenne de la diffusion d'une déclaration de la diffusion de six mois (en existence) d'un concurrent ou de ses données vérifiées. Toutes les autres comparaisons doivent se baser sur les prochaines et même déclarations de la diffusion de six mois pour les deux/tous les magazines, par exemple de décembre ou juin.

C5.32

Un magazine membre peut comparer les "données non-vérifiées appartenant à l'éditeur" avec un autre magazine dont la diffusion vérifiée ou les données déclarées dans une déclaration de la diffusion et sujettes à la vérification, en autant que ces "données appartenant à l'éditeur" ne nient ou ne remplacent pas la plus récente déclaration de la diffusion. Ceci comprend les comparaisons incluant les "attestations

de l'éditeur." Toute comparaison incluant les "données appartenant à l'éditeur" et les données vérifiées sujettes à une vérification doivent clairement faire la distinction entre les deux.

C5.33

Lors de comparaisons entre deux magazines, la diffusion continue doit être comparée séparément de la diffusion non continue.

C5.34

Les données de vérification de marketing spécial (par exemple, emplacements, supplémentaires, lectorat secondaire etc.) peuvent être utilisées pendant trois ans à partir de la date du numéro analysé inclus dans la vérification de marketing spécial.

C5.35

Lorsque l'on compare des diffusions, la diffusion imprimée doit être comparée séparément de la diffusion digitale. Les comparaisons de la diffusion totale justifiée doivent inclure les diffusions imprimée et digitale ensemble.

C5.36

Lors de la comparaison de données de marketing spécial, seules les données publiées les plus récentes peuvent être utilisées mais n'ont pas nécessairement à provenir de la même période de temps. (voir C12.12).

C5.37

Les éditeurs qui veulent comparer les données de diffusion à des données repères d'industrie peuvent le faire dans un rapport de vérification de la diffusion supplémentaire. Les données repères d'industrie, par exemple, le recensement américain, les classements publiés des sociétés, etc. peuvent avoir plus de trois ans mais doivent être les données les plus récentes diffusées lors de la vérification, mais elles n'ont pas nécessairement à être diffusées pour la même période de temps que la vérification.

C5.38

Un membre peut énoncer ou insinuer l'autorisation de la vérification des magazines de consommation de BPA Worldwide uniquement en ce qui concerne les chiffres réels, les classements, les répartitions ou les déclarations apparaissant dans les déclarations de la diffusion et les rapports de vérification de BPA Worldwide. Afin d'être bref et clair, un éditeur peut utiliser un langage semblable mais non identique à une déclaration de la diffusion ou un rapport de vérification de la diffusion d'un magazine, en autant que ces changements éditoriaux n'affectent pas le type de diffusion déclarée. S'il y a des questions au sujet de la permission d'effectuer ces changements, il en revient au président de BPA Worldwide d'en décider.

C5.39

Un membre peut regrouper des chiffres, des classements, des répartitions ou des déclarations de BPA Worldwide sans la reproduction littérale de la (des) déclaration(s) de la diffusion en question, en autant que la méthodologie est clairement indiquée.

C5.40

Pour tout document promotionnel, même sans l'usage du logo de BPA Worldwide, mais en utilisant un langage reconnaissable et/ou des données retraçables à une déclaration de la diffusion ou un rapport de vérification de la diffusion de BPA Worldwide – par exemple, "justifié" ou concernant une "demande

personnelle directe” – on peut insinuer ou inférer qu’un tel langage ou ces données sont vérifiés par BPA Worldwide.

C5.41

Un magazine peut utiliser et faire la promotion des chiffres de diffusion non vérifiés s’ils sont clairement indiqués comme “données appartenant à l’éditeur”. Ceci inclut des études de marchés exclusives mais indépendantes sur les données de lectorat et de diffusion obtenues par un éditeur mais non vérifiées par BPA Worldwide. De telles données doivent être basées sur les faits et être mises à la disposition de BPA Worldwide à sa demande. De telles données peuvent augmenter, mais ne doivent pas remplacer ou nier les données de diffusion vérifiées ou celles qui sont sujettes à une vérification. Si de telles données sont utilisées dans la même promotion et mélangées avec des données vérifiées, les différences doivent être facilement distinguables et discernables.

C5.42

Un magazine peut utiliser ses “données appartenant à l’éditeur” comme base de comparaison avec d’autres données vérifiées d’un autre magazine ou sujettes à une vérification (voir C5.31).

C5.43

À moins qu’elles ne soient indiquées comme “données appartenant à l’éditeur” ou l’équivalent, toutes les données et l’information sur la diffusion sont présumées être retraçables à, et être appuyées par, la déclaration de la diffusion ou le rapport de vérification de la diffusion d’un magazine le plus récent, sans respect au fait que le nom de BPA Worldwide soit mentionné comme source ou que le logo de BPA Worldwide soit affiché.

C5.44

En l’absence d’indication de “données appartenant à l’éditeur” ou de toute autre source que BPA Worldwide, toute diffusion qui n’est pas appuyée par une déclaration de la diffusion ou un rapport de vérification de la diffusion est considéré en violation de ces règlements.

C5.45

En aucun temps, l’autorisation de BPA Worldwide ne doit être déclarée ou insinuée pour des chiffres, des données ou des déclarations non vérifiés.

C5.46

Un magazine ne peut pas faire référence à une distribution ou une diffusion non justifiée comme s’il s’agissait d’une diffusion justifiée, non plus qu’elle peut l’insinuer. Si un magazine veut faire la promotion de la somme de sa distribution non justifiée et de sa diffusion justifiée, les données en question doivent indiquer qu’elles comprennent les deux, et elles doivent présenter des répartitions individuelles pour les deux types de distribution. Un magazine ne doit pas insinuer ou imputer à une distribution ou une diffusion non justifiée des répartitions démographiques et géographiques semblables comme elles existent à l’intérieur de la diffusion justifiée, à moins qu’elles ne soient clairement indiquées comme “données appartenant à l’éditeur.” Un tel énoncé doit être fondé sur des faits.

C5.47

Un membre ne doit pas reproduire des déclarations ou des rapports de vérification complets des magazines de consommation de BPA Worldwide ou imiter le format et/ou la typographie utilisée dans les déclarations ou les rapports de vérification des magazines de consommation de BPA Worldwide sans la permission du président de BPA Worldwide. La distribution électronique, (incluant les télécopies, les

courriers électroniques et les magazines sur le site Web) des déclarations de la diffusion ou des rapports de vérification de la diffusion complets de BPA Worldwide est permise. Des pochettes média imprimées sur demande, incluant une déclaration de la diffusion ou un rapport de vérification de la diffusion complet, sont aussi autorisées.

C5.47 (suite)

Pour tous les imprimés sur demande, lorsque le type de papier utilisé n'est pas aux couleurs désignées des rapports de BPA, le commentaire suivant doit être présent sur la copie de l'imprimé sur demande : "POUR UN(E) [TYPE DE DÉCLARATION] ORIGINAL(E) IMPRIMÉ(E) SUR PAPIER [COULEUR], VEUILLEZ ACCÉDER AU SITE DE www.bpaww.com.

C5.48

Un membre ne doit pas reproduire de correspondance, de littérature de la société ou d'extraits à moins qu'une permission écrite spécifique à cet effet soit obtenue du président. Ceci inclut la correspondance entre BPA Worldwide et les parties d'une plainte formelle.

C5.49

Toutes les plaintes concernant la publicité sont considérées confidentielles entre les parties en cause et BPA Worldwide à moins (et jusqu'à ce) qu'une telle plainte ait été résolue et qu'un avis public ait été émis par BPA Worldwide ou le plaignant. Les membres sont enjoins de ne reproduire aucune correspondance en ce qui a trait à une plainte formelle sauf s'il y a permission écrite de BPA Worldwide. L'éditeur est responsable de s'assurer que son personnel ne divulgue aucune plainte à l'extérieur des limites permises par ces règlements.

C5.50

Pour initier une plainte, un plaignant doit:

Une plainte ne peut pas concerner une promotion distribuée à l'intérieur des 12 mois qui précèdent la date de la plainte.

Soumettre au président une déclaration écrite des faits sur lesquels la plainte est fondée ainsi que les articles des statuts et règlements auxquels l'infraction est présumée.

Cette déclaration doit se limiter aux faits réels et doit inclure des copies de tous les documents sur lesquels le plaignant fonde sa plainte, incluant les copies des déclarations de la diffusion ou des rapports de vérification de la diffusion lorsqu'ils sont pertinents.

La plainte doit être accompagnée d'un dépôt de 218 \$ non remboursable afin de contribuer aux coûts de traitement de BPA Worldwide. Aucune plainte ne peut être considérée ou traitée à moins que ces frais ne soient payés à l'avance.

Suite à la décision du président, tel que permis à l'article C9.3 des statuts, un appel doit être accompagné d'un dépôt de 817.50 \$ pour couvrir les coûts supplémentaires de préparation du dossier pour révision du sous-comité des politiques publicitaires du conseil d'administration. Aucun appel ne peut être considéré ou traité à moins que ces frais ne soient payés à l'avance.

C5.51

Sur réception de la plainte, le président doit remettre ou envoyer au sujet de la plainte une copie de la plainte et de tous les documents sur lesquels la plainte est fondée.

C5.52

Afin de répondre à une plainte, le sujet de la plainte doit présenter au président, à l'intérieur de cinq jours ouvrables de la réception de la plainte, une déclaration des faits sur lesquels il se base afin de rebuter ou de limiter la plainte. La réponse doit être limitée aux faits réels et doit inclure des copies de tous les documents sur lesquels le sujet de la plainte se base, incluant des copies des déclarations de la diffusion ou des rapports de vérification lorsqu'ils sont pertinents.

C5.53

Sur réception de la réponse, le président doit remettre ou envoyer au sujet de la plainte une copie de la plainte et de tous les documents sur lesquels la plainte est fondée.

C5.54

Selon les dispositions des statuts, les enquêtes et actions sur les plaintes concernant les manquements à la publicité doivent être effectuées de manière expéditive.

C5.55

Le manquement à toute disposition des statuts ou des règlements concernant la publicité peut être porté à l'attention de tous les membres. Afin de couvrir les coûts liés à l'administration, à l'impression et à la distribution des bulletins de correction de BPA Worldwide, un magazine membre trouvé en manquement aux règlements de publicité doit rembourser BPA Worldwide pour les dépenses encourues.

C5.56

Au lieu du bulletin de correction, le président peut autoriser la publication (aux frais de l'éditeur) d'une lettre de l'éditeur contenant les commentaires administratifs qui feraient l'objet d'une parution dans un bulletin de correction émis par BPA Worldwide. Le texte de la lettre doit être approuvé par le président et ne doit pas contenir de déclarations considérées comme étant promotionnelles. La lettre doit être envoyée par BPA Worldwide à toute la liste promotionnelle du magazine, et/ou aux destinataires du document offensant, et/ou à tous les membres de BPA Worldwide.

C5.57

Les plaignants ont le choix d'obtenir que BPA réimprime la lettre de correction du sujet de la plainte et qu'elle soit distribuée à la liste d'annonceurs/agence du plaignant mais demeure aux frais de ce dernier. La réimpression doit inclure une information qui indiquera aux destinataires que l'avis a été réimprimé à la demande du plaignant.

C5.58

Lorsque des manquements de nature sérieuse sont remarqués dans le matériel promotionnel, une distribution élargie sera considérée à moins que l'éditeur ne donne à BPA Worldwide la preuve du contraire. Lorsqu'une preuve appropriée ne peut pas être présentée, BPA Worldwide demandera à l'éditeur de distribuer une lettre de correction provenant de la liste complète de promotion et des ventes destinées aux annonceurs et aux agences publicitaires de ce dernier.

C5.59

Si un éditeur déclare qu'une promotion trouvée en violation est distribuée de manière limitée, mais qu'une preuve démontre ultérieurement qu'elle était distribuée de manière élargie, une lettre de correction doit être envoyée par l'éditeur à la liste promotionnelle complète d'annonceurs/d'agences de publicité du magazine. BPA Worldwide peut, à la demande du président, distribuer un avis de manquement aux membres de BPA Worldwide.

C5.60

Si la publicité d'un magazine est trouvée en manquement de ces règlements et nécessite une correction publique, le remède approprié doit être une correction de la publicité présentée dans son médium d'origine, par exemple, SRDS, BRAD, CARD ou dans le magazine lui-même. Les commandes d'insertion de la publicité corrigée doivent être placées à l'intérieur de 30 jours de la décision du personnel.

C5.61

Si la promotion d'une diffusion par un magazine sur Internet ou sur un site de la grande toile est considérée en violation, le remède approprié est de présenter la correction sur Internet ou sur le même site pour la période de temps la plus longue entre celle de trente jours ou la période équivalente à celle où la promotion a été disponible.

C5.62

BPA Worldwide doit publier tous les manquements à l'article C5.0 de ces règlements sur son site Web à bpaww.com pour une période d'un mois suivant la date limite d'appel ou par résolution du sous-comité des politiques publicitaires ou du conseil d'administration. Aucune distribution ultérieure d'une version téléchargée et imprimée de cet avis ne sera disponible sans la permission de BPA Worldwide. (Voir 5.54).

C5.63

Les bulletins émis par la société au sujet des manquements de publicité peuvent être réimprimés par la société à la demande des membres qui seront facturés pour les frais de réimpression. La réimpression doit porter la mention spéciale d'identification du membre au haut de l'avis et doit déclarer :

"Cette copie exacte d'un avis original pour corriger les dossiers et pièces justificatives envoyés à tous les membres de BPA Worldwide, est maintenant distribuée par. . .".

C5.64

Tout membre peut distribuer les réimpressions décrites à l'article C5.61 aux conditions suivantes :

Aucune lettre d'accompagnement ou matériel imprimé ne peut accompagner l'avis pour corriger les dossiers et pièces justificatives lorsqu'il est distribué par un membre de la société.

Aucun commentaire concernant l'avis ne doit être fait par un membre de la société dans aucune lettre ou littérature qui peut être distribuée séparément de l'avis.

La réimpression ne peut pas être distribuée par un membre après trente jours de la date d'émission par BPA Worldwide.

C6.0 Appels des décisions administratives

C6.1

Tous les appels ou les demandes de reconsidération d'une décision rendue par le conseil d'administration, un comité, le responsable administratif ou les employés du membre doivent être présentés par écrit. L'appel doit être remis au président au plus tard quatorze jours après que la première décision est annoncée.

C6.2

Un tel appel doit présenter de nouveaux faits et inclure toutes les informations ou circonstances qui justifient que la décision soit reconsidérée par le conseil d'administration.

C6.3

Si la décision est le résultat d'une plainte ou d'une demande faite par un membre ou de membres autres que le membre pour ou contre qui la décision a été rendue, une copie de l'appel ou demande de reconsidération doit être diffusée au(x) membre(s) qui a (ont) initié la plainte ou la demande ainsi qu'à tout autre membre que le président ou le conseil détermine à son gré comme pouvant être directement affecté par tout renversement ou modification de la décision. Avant la considération et l'action du conseil

C6.3 (suite)

d'administration, toutes les parties ont droit à dix jours ouvrables pour faire connaître leur réponse.

C6.4

Le conseil d'administration peut, de sa propre initiative ou à la demande d'un membre, reconsidérer une décision rendue après avoir donné à toutes les parties décrites à l'article C6.3 un avis et une possibilité de répondre par écrit et, à la discrétion du conseil, en personne au cours d'une rencontre où l'appel sera considéré. Suite à ces nouvelles considérations, le conseil peut confirmer, modifier ou renverser la décision précédente.

C6.5

Tout membre en bonne et due forme peut demander la distribution ultérieure d'un avis de censure, de probation ou d'expulsion de la société aux conditions suivantes:

La publication de l'avis doit être sous le contrôle direct de la société.

Tout membre qui demande une distribution supplémentaire de l'avis doit être facturé pour les frais de réimpression et de distribution de l'avis.

La réimpression d'un avis de censure, de probation ou d'expulsion doit porter la mention spéciale au haut de l'avis afin d'identifier le membre qui le distribue. La mention doit déclarer:

"Cette copie exacte d'un avis original pour corriger les dossiers et pièces justificatives envoyés à tous les membres de BPA Worldwide, est maintenant distribuée par. . ."

Aucune lettre de présentation ou matériel imprimé ne doit accompagner l'avis de censure, de probation ou d'expulsion lorsqu'il est envoyé par la société à la demande d'un membre.

Aucun commentaire concernant l'avis ne doit être fait par un membre de la société dans aucune lettre ou littérature qui peut être distribuée séparément de l'avis, non plus qu'aucun employé dudit membre n'est autorisé à distribuer l'avis indépendamment.

Le magazine membre auquel l'avis réfère doit être informé par BPA Worldwide à l'avance de toute distribution supplémentaire de l'avis.

La société doit recevoir par écrit une demande de tout membre pour distribuer la réimpression de l'avis à l'intérieur de trente jours de la date d'émission de BPA Worldwide.

C7.0 – CONDITIONS ET EXIGENCES DES DÉCLARATIONS

C7.1 Renouvellement anticipé

Un abonnement renouvelé avant la date d'échéance de l'abonnement précédent.

C7.2 Copies d'annonceurs et d'agences

Inclut les copies de vérification et les copies d'annonceurs potentiels et doivent être déclarées comme distribution non justifiée au paragraphe 8.

C7.3 Abonnements en souffrance (copies périmées incluses à la diffusion justifiée payée)

Les abonnements déclarés comme payés qui sont retenus sur la liste de diffusion, jusqu'à 25% de la durée originale commandée, pour un maximum de trois mois.

Les copies en souffrance, si desservies, doivent être distribuées avant la distribution du prochain numéro régulier prévu.

Un nombre moyen de copies en souffrance pour la période, exprimé en pourcentage, doit être déclaré au paragraphe 7 (Analyse sur cinq ans) comme "Copies échues incluses dans la diffusion totale justifiée".

Les copies multiples au même abonné et les abonnements d'endroits publics ne peuvent pas être déclarés comme diffusion payée après les dates d'échéance.

Les magazines publiés sur une fréquence régulière mais moins que mensuellement ou qui ont une rupture de services (publications saisonnières), peuvent servir des copies échues comme diffusion payée sujette à l'approbation du président (voir C7.23).

Les magazines publiés hebdomadairement peuvent utiliser un mois d'échéance commun. Suivant cette date d'échéance commune, le service des copies échues est autorisé pour trois mois complets.

Si une date d'échéance commune mensuelle est utilisée par un magazine hebdomadaire, le commentaire suivant doit être inclus au paragraphe 8 en référence au paragraphe 7 :

"Ce magazine fait l'objet d'une fréquence hebdomadaire et d'une date d'échéance commune pour chaque mois de production. En conséquence, il est possible qu'un abonné reçoive une à trois copies supplémentaires au-delà des trois mois de services permis en tant qu' 'Abonnement en souffrance' après que l'abonnement tombe à échéance, et que ces copies ne soient pas déclarées comme tel."

Les abonnements cadeaux peuvent être des copies desservies dans les abonnements en souffrance comme diffusion payée trois mois après la date d'échéance pour la diffusion domestique et six mois après la date d'échéance pour la diffusion internationale.

C7.4 Rapport de vérification de la diffusion

Un rapport annuel diffusé par la société consolidant les déclarations provisoires de la diffusion et du deuxième six mois (voir C.4 et C8.5). Le rapport de vérification de la diffusion atteste l'exactitude et la validité des énoncés de diffusion de l'éditeur dans les déclarations de la diffusion.

C7.5 Ancien numéro d'un magazine

Tout numéro du magazine daté avant le numéro courant doit être considéré comme ancien numéro d'un magazine lorsqu'il est envoyé à un nouveau destinataire (ou un destinataire « justifié » de nouveau ou renouvelé). Le numéro courant est défini comme le numéro le plus récent posté ou mis en vente selon ce qui survient en premier.

C7.5 (suite)

Les anciens numéros peuvent être comptés comme diffusion justifiée payée ou non payée uniquement pour le numéro qui précède immédiatement le numéro courant au moment de l'envoi de la copie précédente au destinataire pour les magazines autres qu'hebdomadaires ou pour les deux numéros s'il s'agit de magazines hebdomadaires.

Lorsque le destinataire demande des anciens numéros d'un magazine spécifique, une telle copie peut être comptée comme diffusion justifiée jusqu'à trois numéros avant la date de la commande de l'abonnement pour tous les magazines.

Si un éditeur veut commencer avec un numéro avant le magazine contrôlé d'une parution, l'éditeur doit demander séparément au destinataire s'il veut débiter son abonnement avec la l'ancien numéro et le destinataire doit répondre par l'affirmative. Cette question doit être séparée de celle pour recevoir le magazine, par exemple:

Voulez-vous recevoir le magazine XYZ ?
oui___ non___

Si oui, voulez-vous commencer votre abonnement avec le numéro (nommer l'ancien numéro)?

Tous les abonnés qui reçoivent des copies précédentes doivent avoir des sources justifiées datées à l'intérieur d'une période de justification de trois ans pour la vérification du numéro desservi (voir C7.26).

Les numéros spéciaux, tel que les bottins d'annonces ou guides d'achat ne sont pas considérés pour déterminer le nombre de copies d'anciens numéros envoyés aux destinataires justifiés.

Pour fins d'exemple, voici l'analyse postale du magazine mensuel XYZ du numéro de mai (date d'expédition mentionnée étant le 7 du mois précédent):

<u>Numéro</u>	<u>1ère copie mise en vente</u>	<u>1ère copie postale</u>	<u>dates d'expéditions suivantes</u>
mai	1er avril	7 avril	9 mai*, 11 juin**, 20 juillet**
juin	11 mai	12 mai	ND
juillet	1er juin	16 juin	ND

* envoi postal en retard (voir l'article C9.20 de ces règlements)

** envoi postal en retard et distribution de copies précédentes non admissibles; les copies précédentes du numéro de mai (postées après que le numéro de juillet est placé en vente) sont de ce fait non justifiées, sans égard au fait que les copies aient été payées ou non, qu'il s'agisse d'une nouvelle diffusion ou que cette dernière soit renouvelée.

C7.6 Prix de base

Ventes d'abonnements– Le prix déterminé pour chaque période d'adhésion tel que défini dans le bloc technique d'un magazine. Seul un prix de base, par pays, peut être déterminé pour chaque période d'abonnements.

Ventes au numéro– Le prix de détail suggéré constitue le prix de base.

C7.7 Avantage d'adhésion à une organisation

Avantage d'adhésion déductible comme membre– Abonnements individuels payés par les frais

d'adhésion **C7.7** (suite)

d'une association qui permet aux destinataires de déduire le prix d'abonnement de leurs frais d'adhésion s'ils ne veulent pas recevoir le magazine.

Avantage d'adhésion non déductible comme membre – Abonnements individuels payés par les frais d'adhésion d'une association qui ne permet pas aux destinataires de déduire le prix d'abonnement de leurs frais d'adhésion, et qui reçoivent automatiquement le magazine.

L'offre non déductible peut consister en une version digitale d'un magazine sans qu'une demande spécifique n'ait été reçue pour recevoir la version digitale. (voir l'article C10.19.14.) Cependant, pour chaque livraison d'une copie digitale (ou son alerte-courriel), le membre doit avoir le choix de ne pas choisir de recevoir la copie en format digital. Ceux qui choisissent de ne pas recevoir la version doivent être enlevés de la liste de diffusion justifiée à l'intérieur de 90 jours de la réception de la communication.

Si vous déclarez le paragraphe 5 pour la source et l'âge, les abonnements déductibles sont basés comme diffusion sur demande; les abonnements non déductibles sont basés comme "Avantage de diffusion d'association ("Benefit of Membership circulation").

Une communication d'adhésion annuelle comme la présentation d'une facture, d'une pochette d'adhésion, d'une lettre promotionnelle doit clairement indiquer le montant des frais alloués pour le paiement de l'abonnement et si le montant de l'abonnement est déductible ou non déductible. On doit inclure cette divulgation si le magazine est envoyé en format digital,

C7.8 Ventes combinées (incluant les ventes en partenariat)

L'abonnement à plusieurs magazines ou à des magazines et des produits ou services vendus ensemble à un prix spécial et des dons de charité combinés à des abonnements non déductibles. (voir C9.25).

Un commentaire doit être donné au paragraphe 8, en renvoi au paragraphe 3d, concernant les détails du nombre de copies vendues pour chaque magazine en combinaison avec un autre magazine, produit ou service.

Un éditeur peut divulguer la valeur de chaque item dans la vente combinée ou simplement la valeur de l'abonnement au magazine. S'il choisit cette deuxième option, la valeur divulguée de l'abonnement au magazine doit être utilisée pour déterminer la "moyenne annuelle du prix de commande d'abonnement pour la période déclarée ("Average Annual Subscription Order Price for the Period Reported") qui doit être indiquée sur la page de couverture de la déclaration de la diffusion et du rapport de vérification de la diffusion. La valeur divulguée ne peut être supérieure au prix total à être payé pour l'ensemble complet qui est offert.

S'il n'y a pas de divulgation d'item individuel ou du prix du magazine, la valeur de l'abonnement devra être calculée comme suit :

Afin de déterminer la valeur de l'abonnement, vous devez faire la somme de la valeur au détail reconnue (valeur de base) de tous les éléments individuels de l'offre combinée. Le ratio du prix de l'offre combinée par rapport à la somme des éléments individuels détermine le taux de rabais. Ce taux est appliqué au tarif de base du magazine pour déterminer la "Moyenne annuelle du prix de commande d'abonnement pour la période déclarée." ("Average Annual Subscription Order Price for the Period Reported". Celle-ci doit être indiquée sur la page de couverture de la déclaration de la diffusion et du rapport de vérification de la diffusion.

Exemple d'offre:

Abonnement de 12 mois à XYZ (tarif de base de 20 \$)
1 gadget (valeur de 15 \$)
3 mois d'accès gratuit à un site Web sans obligation (valeur de base de 25 \$)
Tarif combiné : 25 \$

C7.8 (suite)

Calcul: $20 \$ + 15 \$ + 25 \$ = 60 \$$

Offre = $25 \$/60 \$ = 41,6\%$

Prix de rabais du magazine: $.416 \times 20 \$ = 8,33 \$$

La valeur de 8,33 \$ est ensuite utilisée pour calculer la “moyenne annuelle du prix de commande d’abonnement pour la période déclarée” (Average Annual Subscription Order Price for the Period Reported) (voir C9.22).

Les abonnements aux magazines vendus en combinaison avec d’autres abonnements de magazines doivent être déclarés au paragraphe 3d “Façon commandée” (How Ordered), selon la façon dont ils ont été vendus, par exemple aux individus ou aux commanditaires, comme avantages d’abonnement, etc.

Les abonnements des magazines vendus en combinaison avec d’autres produits ou services doivent être déclarés au paragraphe 3d, Façon commandée (How Ordered) sous “Commandé avec autre produit ou service” (Ordered with other product or service).

C7.9 Magazines digitaux

Magazine digital – Un magazine (avec une version imprimée ou comme produit digital unique) livré périodiquement dans un format digital avec une navigation contrôlée (c.à.d. linéaire) qui est édité, dessinée et qui contient un contenu daté (il n’est pas nécessaire que la publicité soit la même que dans la version imprimée). Bien que les différences soient marquées dans l’édition, l’apparence, et le numéro (c.à.d. contenu daté), la principale distinction entre un magazine digital et un site Web est le contrôle (il peut s’agir de la pagination ou de toute autre méthode permettant de naviguer dans le numéro du début à la fin).

Un magazine digital peut être créé dynamiquement, avoir un contenu ciblé, ou peut exister en parallèle avec un media préalable.

Dynamique – Le contenu éditorial peut être créé et/ou choisi au point de livraison. Pour un magazine digital dynamique, chaque destinataire peut recevoir une copie ayant un contenu différent et le contenu peut changer en tout temps.

Ciblé – Le contenu éditorial est modifié pour des groupes spécifiquement définis et/ou plateformes avant le point de livraison. Pour un magazine digital ciblé, chaque groupe de destinataires, qu’il soit segmenté démographiquement ou parce que la plateforme qu’ils utilisent pour recevoir le produit digital, reçoivent une copie avec un contenu différent spécifiquement sélectionné pour ce groupe. Outre les mises à jour mineures, le contenu ne peut pas changer une fois que le numéro est rendu disponible.

Amélioré– Si une marque imprimée existait auparavant, un contenu éditorial “amélioré” est un contenu qui provient de l’édition originale et qui est redessiné et/ou bonifié. Pour un produit digital amélioré, le contenu de chaque numéro est pris majoritairement (mais non nécessairement totalement) du contenu de l’édition d’origine (imprimée ou digitale). Outre les mises à jour mineures, le contenu ne peut pas changer une fois que le numéro est rendu disponible.

Reproduit – Si une marque imprimée existait auparavant, le contenu éditorial et l’apparence ne sont pas modifiés par rapport à la version originale imprimée. Pour un produit digital reproduit, le contenu et l’apparence de chaque numéro sont identiques à l’édition originale. Outre les mises à jour mineures, le contenu ne peut pas changer une fois que le numéro est disponible.

À compter de juin 2010: Les éditeurs doivent divulguer dans les déclarations de la diffusion dans une “Déclaration de la plateforme de contenu” (“Statement of Content Platform”) la forme ou la combinaison de formes du magazine digital utilisée selon les définitions/descriptions présentées précédemment.

La diffusion des magazines digitaux doit être vérifiée pour que les systèmes des propriétaires médias et leurs fournisseurs soient en conformité avec les règles et politiques de BPA Worldwide relevant que les données puissent être présentées dans les déclarations de la diffusion. Une vérification spéciale peut être effectuée pour vérifier la distribution digitale. L'impression et la sortie d'une vérification doit être au choix du propriétaire média.

Dans tous les rapports de vérification et les déclarations de la diffusion, la diffusion digitale doit être détaillée séparément partout dans le rapport. Les individus qui reçoivent les deux versions (digitale et imprimée) du magazine ne doivent être inclus qu'une seule fois dans les paragraphes 1, 2, 4, 5, 6 et 7.

Si un avertissement ne peut pas être remis à un abonné justifié (payé et non payé), le propriétaire média dispose d'un maximum de 90 jours pour enlever l'abonné du fichier de diffusion ou pour s'assurer que les détails de livraison sont corrigés (voir les articles C7.19, C9.9, C9.18, C9.19, C9.35, C9.39, C10.4).

Les magazines digitaux dont la fréquence est inférieure à quotidienne peuvent fournir à l'abonné le choix de faire partie de la liste d'exclusion afin de ne pas recevoir le courriel d'avis de disponibilité du magazine. Si un éditeur offre ce choix, l'éditeur devra séparément offrir le choix de recevoir le magazine électronique. Les abonnés qui font partie de la liste d'exclusion de courriel d'avis de disponibilité du magazine mais qui ont choisi de recevoir la publication électronique n'ont pas à être déclarés comme distribution justifiée et tous les autres doivent recevoir un courriel d'avertissement pour chaque numéro.

Les éditions électroniques avec une fréquence quotidienne doivent fournir à l'abonné le choix d'être inclus afin de recevoir le courriel d'avis de disponibilité du magazine. Un courriel d'avertissement n'est pas requis pour les publications à fréquence quotidienne.

Les copies digitales d'annonceurs et d'agences et les copies électroniques payées non justifiées (excluant les commanditées) peuvent être déclarées dans les déclarations de la diffusion et les rapports de vérification de BPA Worldwide; toutes les autres copies d'éditions électroniques non justifiées ne doivent pas être déclarées dans les déclarations de la diffusion et les rapports de vérification de BPA Worldwide.

Une seule copie d'un magazine digital par destinataire peut être considérée comme diffusion justifiée. Les licences de sites de magazines digitaux et les accès (individuels) desservis par la licence ne doivent pas être déclarés comme diffusion justifiée. Un éditeur peut choisir de divulguer le nombre de licences de sites d'édition électroniques et d'accès autorisés, incluant les données payées et non payées, la source de la licence et l'âge des données, ainsi que les données géographiques, en utilisant les tableaux standards de BPA Worldwide. Le choix de déclarer le nom de l'entreprise à laquelle l'accès au contenu a été autorisé par licence n'est pas obligatoire. Les licences doivent être déclarés pour des montants précis seulement et les ententes de licences "mondiales" ou "dans toute l'entreprise" ne peuvent pas être déclarés. La diffusion justifiée et les accès aux sites par licence ne doivent pas être additionnés sur les rapports de BPA.

C7.10 Dédoublement

Le même individu apparaissant sur la liste de diffusion justifiée plus d'une fois est considéré comme un dédoublement. Deux ou plusieurs copies envoyées au même nom d'entreprise seulement et à la même adresse sont aussi considérées comme un dédoublement. Toutes ces copies doivent être déclarées comme diffusion de "Plusieurs copies au même destinataire" (règle C7.19) ou les copies en double doivent être enlevées de la liste de diffusion justifiée.

C7.11 Date d'échéance

Fin de la date d'abonnement. Les magazines publiés hebdomadairement peuvent utiliser une date d'échéance commune (voir C7.3).

C7.12 Extension

Il s'agit du rapprochement de la date d'échéance d'un abonnement à cause de la réduction de fréquence des numéros ou d'une réduction du prix d'abonnement (voir C10.50 – C10.53).

C7.13 Date de règlement final

La date à laquelle les comptes de ventes au numéro pour un numéro doivent être fermés après que les copies ne peuvent plus être comptées comme payées.

La date de "*règlement final*" peut être de douze mois à partir de la date de la première vente du numéro subséquent pour les ventes domestiques et de dix-huit mois de la date de vente du numéro subséquent pour les ventes internationales au numéro.

Si des retours sont reçus après la date de règlement final, ils doivent être déclarés en tant que copies non vendues.

Voici un exemple de dates de règlement final pour la diffusion domestique de plusieurs fréquences:

Hebdomadaire: Le premier numéro de janvier a une date de règlement final allant jusqu'à la deuxième semaine de janvier de l'année suivante, qui est de douze mois à compter de la date du premier jour de vente du deuxième numéro de janvier.

Mensuel: Le numéro de janvier d'un magazine mensuel dont la date de vente est une semaine avant la date de sortie du numéro et dont la date de règlement final va jusqu'à la dernière semaine de janvier de l'année suivante qui est de douze mois à compter de la date du premier jour de vente du numéro de février.

Bimensuel: Le numéro de janvier/février en vente la dernière semaine du premier mois et a une date de règlement final allant jusqu'à la dernière semaine de mars de l'année suivante, qui est de douze mois de la date du premier jour de vente du numéro de mars/avril.

Semestriel: Le numéro d'hiver (janvier-mars) d'un magazine semestriel publié le premier de chaque semestre mais mis en vente deux semaines avant (mi-décembre), dispose d'une date de règlement final jusqu'à la troisième semaine du mois de mars suivant, qui est de douze mois à partir de la date de la première vente du numéro du printemps.

Bisannuel: Le numéro hiver-printemps qui est en vente le 1er janvier a une date de règlement final jusqu'en juillet de l'année suivante, qui est de douze mois à partir de la date de première vente du numéro d'été-automne.

Annuel: L'édition courante d'une publication annuelle émise le premier jour de l'an mais en vente six semaines avant (mi-novembre), dispose d'une date de règlement final allant jusqu'à la troisième semaine de mai de l'année suivant l'édition subséquente, qui est de six mois à partir de la date de vente du numéro subséquent.

C7.14 Abonnements cadeaux

L'achat pour des amis ou parents mais non les employés de l'acheteur (voir l'article 7.37).

Les "abonnements cadeaux" doivent être déclarés comme "individuel" au paragraphe 1, seulement lorsque l'éditeur a une évidence documentée qui montre que les copies sont adressées individuellement.

C7.14 (suite)

Sinon, ils doivent être déclarés comme "Plusieurs copies au même destinataire"(Multi-Copy Same Addressee).

Les cadeaux d'un donateur unique qui dépassent 50 copies doivent être notés au paragraphe 8, "Données additionnelles". (voir l'article C9.51).

Si les copies sont achetées et que le donateur a un intérêt financier dans le magazine, ces copies achetées peuvent ne pas être incluses dans la diffusion justifiée à moins qu'il puisse être prouvé, et satisfaire le président, que la vente ait été faite au bénéfice du donateur et non au bénéfice du magazine.

L'argent perçu d'un agent pour les abonnements cadeaux n'a pas besoin d'être remis à l'éditeur en autant que les preuves justificatives nécessaires sont présentes pour documenter l'achat et le prix payé par le donateur d'origine.

Les abonnements cadeaux peuvent desservir des copies échues comme diffusion payée pendant trois mois suite à la date d'échéance pour la diffusion domestique et six mois après la date d'échéance pour la diffusion internationale (voir l'article C7.3).

C7.15 Abonnements de groupes

Achetés en lots de 11 ou plus, payés par l'employeur pour ses employés et expédiés par l'éditeur à des adresses individuelles fournies par l'employeur. Ces abonnements doivent être déclarés comme "Commandites de destinataires individuels" (Sponsored Individually Addressed).

Les copies achetées en lot de 10 ou moins, payées par l'employeur pour ses employés et postées par l'éditeur à des adresses individuelles fournies par l'employeur doivent être déclarées comme "Individuelles" (Individual.).

Les copies achetées en lots de 11 ou plus, payées par l'employeur pour ses employés et expédiées par l'éditeur à la même adresse doivent être déclarées comme "Commandites-Plusieurs copies même adresse" (Sponsored Multi-Copy Same Addressee).

Les copies achetées en lot de 10 ou moins, payées par l'employeur pour ses employés et expédiées par l'éditeur à la même adresse doivent être déclarées comme "Plusieurs copies même adresse" (Multi-Copy Same Addressee.).

C7.16 Rapport de première vérification

Peut être publié pour toute période consécutive de trois ou six mois. Un magazine doit effectuer le transfert à la période de déclaration normale de six mois, terminée en juin ou décembre avec sa première déclaration de la diffusion suivant la première vérification et incluant tout numéro précédemment vérifié durant la période déclarée (voir les articles C8.4 et C8.5 de ces règlements).

C7.17 Déclaration de la diffusion provisoire

La déclaration de la diffusion couvrant la diffusion pour les premiers six mois de l'année de vérification, qui peut se terminer en juin ou décembre(voir C8.5.)

C7.18 Déclaration du marché desservi

Une déclaration par l'éditeur décrivant, en terme de justification, un ou plusieurs marchés sélectionnés, groupes de population ou groupes d'intérêt spécialisé à l'intérieur de limites clairement prédéfinies, à qui le magazine s'adresse. Des pièces documentées vérifiables doivent être disponibles pour supporter la conformité aux conditions de justification.

C7.19 Diffusion de plusieurs copies au même destinataire

C7.19.1 Diffusion de plusieurs copies au même destinataire

Deux ou plusieurs copies non commanditées de la version imprimée du magazine (individuellement emballées et adressées ou non) envoyées à un seul destinataire. La diffusion doit être déclarée séparément aux paragraphes 1, 3d et 4 de la déclaration de la diffusion. (Voir règlement C7.10)

Une seule copie d'une version digitale peut être considérée comme diffusion justifiée pour chaque destinataire.

La diffusion de plusieurs copies au même destinataire représentant plus de deux copies envoyées à un seul destinataire doit être appuyée par une entente de distribution qui n'a pas plus que trois ans.

L'entente peut être: écrite et signée ou envoyée par courriel (incluant des questions d'identification personnelles) ou une télécommunication enregistrée. Le document doit indiquer que le destinataire accepte de recevoir la publication en vrac pour redistribution. Le document doit inclure le nom imprimé du signataire en plus de la signature, de l'identifiant personnel ou de l'enregistrement, si approprié (voir C9.9).

La diffusion de plusieurs copies au même destinataire distribuée en kiosque est permise, en autant que la permission est permise pour placer les étagères en kiosque. Une telle permission doit être accordée par la municipalité qui gouverne les endroits publics. Si les boîtes de distribution de rue dans les endroits publics ne sont pas réglementées par une municipalité ou toute autre autorité, aucune permission n'a besoin d'être obtenue. Les emplacements de boîtes de distribution, les numéros et le nombre de copies par boîte doivent être fournies au vérificateur. Cette diffusion doit être déclarée séparément aux paragraphes 4 et 5.

La diffusion de plusieurs copies au même destinataire doit être expliquée en entier dans la déclaration de la diffusion, ainsi qu'en incluant des notes aux paragraphes 4 et 8. L'explication doit fournir les détails du caractère et la nature de la diffusion de plusieurs copies, comment elles sont distribuées, le prix reçu, s'il y a lieu, et toute autre information nécessaire.

Dans les pays comme la République populaire de Chine, Cuba, le Vietnam, etc., où il est documenté que la méthode normale ou obligatoire de distribution consiste en un abonnement de plusieurs copies au même destinataire (Multi-Copy, Same Adresse Subscription) pour redistribution dans un département gouvernemental officiel ou une organisation désignée, l'éditeur doit soumettre une demande officielle écrite ou une communication du département du gouvernement spécifiant le nombre de copies du magazine pour fins de distribution.

La diffusion justifiée non payée de plusieurs copies au même destinataire (Qualified Non-Paid Multi-Copy Single Addressee Circulation) peut être déclarée comme copies "individuelles" au paragraphe 1 de la déclaration de la diffusion lorsque l'éditeur a une preuve documentée montrant que les copies sont redistribuées à des destinataires justifiés.

La diffusion justifiée payée de plusieurs copies au même destinataire (Qualified Paid Multi-Copy Same Addressee Circulation) peut être classée comme abonnements "individuels" (Individual) au paragraphe 1 et 4 de la déclaration de la diffusion seulement lorsque l'éditeur dispose d'une preuve documentée montrant que les copies sont redistribuées à des destinataires justifiés.

Les copies achetées en lots de 10 ou moins qui font la promotion des intérêts du commanditaire/donateur et qui sont envoyées à un seul destinataire, et qui se conforment autrement à la définition de diffusion justifiée payée, doivent être déclarées comme "Plusieurs copies au même destinataire" (Voir règlement C7.19.2.)

C7.19.2 Diffusion de plusieurs copies commanditées au même destinataire

Les copies achetées en lots de 11 ou plus qui font la promotion des intérêts du commanditaire/donateur et qui sont envoyées à un seul destinataire, et qui se conforment autrement à la définition de diffusion justifiée payée, doivent être déclarées comme "Plusieurs copies commanditées au même destinataire" (Sponsored Multi-Copy Same Addressee.)

La diffusion de plusieurs copies commanditées au même destinataire peut être classifiée comme **C7.19.2** (suite)

abonnement “Commandité adressé individuellement” aux paragraphes 1 et 4 de la déclaration de la diffusion seulement lorsque l’éditeur dispose d’une preuve documentée montrant que les copies sont redistribuées à des destinataires justifiés.

Les copies achetées en lots de 10 ou moins qui font la promotion des intérêts du commanditaire/donateur et qui sont envoyées à un seul destinataire, et qui se conforment autrement à la définition de diffusion justifiée payée, doivent être déclarées comme “Plusieurs copies au même destinataire” (Multi-Copy Same Addressee). (Voir règlement C.7.19)

La diffusion troquée de plusieurs copies au même destinataire doit être déclarée séparément dans la section du sommaire, page un, paragraphe 1 “Répartition moyenne de la diffusion justifiée pour la période”(“Average Qualified Circulation Breakout for Period”), et au paragraphe 4 “Répartition de la diffusion justifiée aux marchés de consommation pour le numéro analysé” (“Breakout of Qualified Circulation to Consumer Markets for Issue Analyzed”)

C7.19.3 Concernant la diffusion de “Plusieurs copies au même destinataire” (“Multi-Copy Same Addressee”) et “Plusieurs copies commanditées au même destinataire” (“Sponsored Multi-Copy Same Addressee circulation”):

Les abonnements au même destinataire et ceux de plusieurs copies commanditées à la même adresse ne peuvent pas être déclarés comme diffusion payée après la date d’expiration.

Si les ventes du nombre d’abonnements impliqués soit dans plusieurs copies au même destinataire ou plusieurs copies commanditées au même destinataire dépassent 5% de la réclamation de la moyenne totale d’abonnements payés pour la période au cours de laquelle la transaction a eu lieu, les abonnements impliqués dans la vente doivent être séparément et totalement expliqués au paragraphe 8.

Si l’acheteur de ces copies a un intérêt financier à l’égard du magazine, ces copies ne peuvent pas être incluses comme diffusion justifiée à moins qu’il puisse être prouvé à la satisfaction du président que la vente a été au bénéfice de l’acheteur mais non à celui du magazine.

L’argent perçu par un agent pour les abonnements de plusieurs copies au même destinataire n’a pas besoin d’être remis à l’éditeur en autant que les dossiers et pièces justificatives nécessaires sont présents pour documenter l’achat et le prix payé par les abonnés originaux ou par le commanditaire. Par contre, chaque transaction de vente commanditée doit se faire sans recours monétaire à l’acheteur commanditaire (Voir règlement C10.8).

L’entente doit être signée sur papier et envoyée par la poste, par courriel (avec une question d’identification personnelle), ou enregistrée par méthode de télécommunication. Le document doit indiquer que le destinataire accepte la publication en gros aux fins de redistribution. Le document doit inclure la signature en lettres moulées du signataire en plus de la signature, la question d’identification personnelle ou l’enregistrement selon les modalités. (Voir C9.9.)

Les ententes provenant d’un bureau central ou d’un bureau-chef sont permises. Pour les emplacements où la société n’a pas le pouvoir ou n’a pas l’autorité de demander des copies, les ententes de redistribution de chaque emplacement seront requis. Le document doit inclure une liste d’emplacement où les copies doivent être envoyées, incluant l’adresse complète, le numéro de téléphone, le nombre, la quantité par emplacement, et le nom de la personne-contact pour chaque emplacement.

Lorsqu’un agent obtient le droit d’être le seul distributeur de plusieurs copies aux franchisés sélectionnés ou aux emplacements de détail qui sont la propriété de la société, l’agent peut autoriser l’entente de

distribution. L'entente doit inclure la liste des emplacements où les copies doivent être envoyées, incluant l'adresse complète, le numéro de téléphone, la quantité par emplacement, et le nom de la personne-contact pour chaque emplacement. Les contrats de distribution entre l'agent et chaque détaillant (franchiseur ou bureau-chef de la société) doivent être remis au vérificateur.

C7.20 Abonnements non déductibles

Les abonnements individuels payés comme portion d'un montant de réservation pour les conférences, les réunions, les colloques, etc., où le destinataire n'a pas le choix de déduire le prix d'abonnement et reçoit automatiquement le magazine. L'offre doit clairement déclarer le montant d'argent alloué pour le paiement de l'abonnement.

Une telle offre doit se justifier comme diffusion payée (voir C7.25) et doit être déclarée comme communication écrite d'un destinataire ou d'une firme d'un destinataire au paragraphe 5 (lorsque déclaré) dans la déclaration de la diffusion et doit contenir une note de bas de page indiquant "*Voir paragraphe 8.*" Le paragraphe 8 doit inclure un commentaire décrivant l'offre et le nombre de copies déclarées.

C7.21 Diffusion non justifiée

Une diffusion qui ne réussit pas à se conformer à la déclaration du marché desservi en page couverture de la déclaration de la diffusion et du rapport de vérification de la diffusion.

Cette distribution est déclarée à la page arrière de la déclaration de la diffusion comme "diffusion moyenne non justifiée" et inclut les informations suivantes:

Les copies d'annonceurs et d'agences, les copies alternées ou occasionnelles, les copies des conventions et foires commerciales (sauf si elles sont déclarées comme diffusion justifiée), et toutes les autres copies imprimées à l'exception des retours de ventes de copies au numéro.

La diffusion non justifiée doit être déclarée comme chiffre global ou, au choix de l'éditeur, ces

C7.21 (suite)

catégories peuvent être déclarées séparément.

Les copies non justifiées, distribuées par les représentants de l'éditeur à des clients potentiels sont déclarés au paragraphe 8 de la déclaration de diffusion comme "copies d'annonceurs et déclarées comme "Alloués aux foires commerciales et conventions" ("Allocated for trade shows and conventions") si la documentation de distribution adéquate est disponible pour vérification. Sinon elles doivent être déclarées sous "Tous les autres" ("All Others").

C7.22 Copies échues incluses dans la diffusion payée jusqu'à trois mois – Voir: Copies échues - article C7.3.

C7.23 Incitatifs promotionnels

Tout encouragement offert à un abonné gratuitement avec son propre abonnement.

Lorsque les abonnements sont vendus avec un incitatif promotionnel, la valeur de l'incitatif ne peut pas excéder 50% du prix de l'abonnement de l'abonnement/des abonnements.

La valeur de l'incitatif promotionnel est considérée être le coût réel de l'éditeur plus ou la valeur au détail reconnue ou la valeur représentée, celle d'entre elles étant la plus élevée.

Si un ancien numéro d'un magazine est inclus dans une offre d'abonnement, il sera considéré comme un incitatif promotionnel à moins que l'abonnement ne soit offert sur une base rétroactive.

Les détails concernant les offres avec incitatifs promotionnels doivent être déclarés au paragraphe 8 de la

déclaration de la diffusion.

Si les paragraphes 3a et 3d de la déclaration de diffusion sont déclarés, veuillez voir les articles C9.21 – 9.25 de ces règlements.

Pour les ventes au numéro, un incitatif promotionnel (monté sur couverture) consiste en tout encouragement offert par le dernier agent dans la chaîne de distribution (point de vente).

Tout incitatif lié ou ensaché avec une seule copie au point de vente (monté sur couverture) est considéré comme un incitatif promotionnel.

Sur la page de couverture d'un magazine, la promotion d'un coupon d'un annonceur, qui se trouve à l'intérieur du magazine, n'est pas considérée comme incitatif promotionnel.

Lorsque les copies uniques sont vendues avec un incitatif promotionnel, la valeur de l'incitatif ne peut pas excéder 50% du prix au numéro. La valeur de l'incitatif promotionnel est considérée être le coût réel de l'éditeur ou la valeur au détail reconnue ou la valeur représentée, celle d'entre elles étant la plus élevée. Les détails concernant les offres avec incitatifs promotionnels et le nombre de ventes au numéro vendu aux consommateurs grâce à l'incitatif promotionnel doivent être déclarés au paragraphe 8 de la déclaration de la diffusion (voir C9.61).

Au cours d'une période d'étude temporaire jusqu'en 2005, les copies au numéro vendues en Europe avec incitatif promotionnel monté sur couverture, doivent être déclarées en tant que copies vendues "justifiées payées," sans égard à la valeur de l'offre d'incitatif promotionnel.

Les incitatifs promotionnels gratuits, leur contenu ayant été publié, soit en imprimé ou au moyen d'un médium électronique, sont déclarés sous "vendus avec incitatif promotionnel éditorial (incluant les réimpressions)".

Les incitatifs promotionnels éditoriaux incluent les:

C7.23 (suite)

- réimpression des sections d'un magazine,
- livres,
- autre matériel de référence imprimé (excluant les périodiques annuels payés),
- brochures,
- disques contenant des éléments comme des compilations d'éditoriaux de magazines, des démonstrateurs de logiciels, du clipart, des polices de caractères, etc.

Les règlements supplémentaires concernant les services ou produits vendus en combinaison avec un magazine sont présentés sous les règlements concernant les ventes groupées. (voir C7.8)

C7.24 Licences de sites

Un contrat ou une entente entre un membre éditeur et une entreprise/association afin d'offrir plusieurs accès individuels à une édition électronique du magazine hébergé dans l'intranet de l'entreprise abonné. Le contrat/entente requiert que l'abonné/administrateur de la licence du site avise tous les accès individuels que le numéro est disponible. Le nombre de licences peut être déclaré pour des montants précis d'accès uniquement, et les ententes de licences "mondiales" ou "dans toute l'entreprise" ne peuvent pas être déclarés.

Les sites de licences payées doivent respecter la règle B7.31, diffusion payée.

Les licences de sites non payées doivent respecter les règles B10.22, B10.23 et B10.26 "Demande de l'entreprise du destinataire".

L'éditeur peut divulguer dans ses rapports de BPA Worldwide le nombre de licences de sites d'éditions

électroniques et d'accès (individuels) servis pour la licence. Les licences de sites d'éditions électroniques et d'accès ne doivent pas être déclarées comme diffusion justifiée. Un éditeur peut divulguer le nombre de licences de sites d'éditions électroniques et d'accès, incluant les données démographiques payées et non payées, la source de la licence et les données d'âge ainsi que les données géographiques en utilisant les tableaux standards de BPA Worldwide. Déclarer le nom de l'entreprise à laquelle le contenu a été accordé n'est pas obligatoire. Les licences doivent être déclarés pour des montants précis seulement et les ententes de licences "mondiales" ou "dans toute l'entreprise" ne peuvent pas être déclarés. La diffusion justifiée et les accès aux licences de sites ne doivent pas être additionnés sur les rapports de BPA.

C7.24 Emplacements publics

Les copies payées et non payées aux fins de distribution dans les salles d'attente ou les réceptions, ou autrement distribuées en vrac pour la redistribution par le destinataire à des individus autres que des employés. De telles copies peuvent être adressées individuellement ou expédiées comme copies multiples au même destinataire.

Les abonnements d'emplacements publics n'ont pas à être déclarés comme diffusion payée après leur date d'expiration.

Si le nombre d'abonnements impliqués dans les ventes d'abonnements d'emplacements publics dépasse 5% de la réclamation de la moyenne totale des abonnements payés pour la période à laquelle la transaction prend place, les abonnements impliqués dans cette vente doivent être séparés et expliqués en totalité au paragraphe 8.

Si les copies sont achetées et que l'acheteur a un intérêt financier dans le magazine, ces copies n'ont pas à être incluses dans la diffusion justifiée moins qu'il soit en mesure de prouver à la satisfaction du président que la vente a été faite au bénéfice de l'acheteur et non pas du magazine.

L'argent perçue d'un agent de vente d'un emplacement public n'a pas à être remise à l'éditeur en autant que les preuves nécessaires sont présentes pour documenter l'achat et le prix payé par les abonnés originaux ou les commanditaires. Par contre, chaque transaction de vente commanditée doit être faite sans recours monétaire à l'acheteur (commanditaire). (Voir C10.8.)

Toute la diffusion en emplacement public (commanditée ou autre) doit être expliquée totalement dans la déclaration du marché desservi au paragraphe 4 et dans la déclaration de la méthode de distribution au paragraphe 8, au moyen de notes. L'explication doit fournir les détails du caractère et de la nature de la diffusion de l'emplacement public, comment elle est distribuée, le prix reçu, si présent, et tout autre renseignement additionnel nécessaire.

C7.25 Diffusion justifiée

La diffusion pour laquelle l'adresse d'expédition, la conformité au marché desservi et la classification exacte au paragraphe 4 sont vérifiées par une évidence documentée vérifiée, datée tel qu'indiqué au paragraphe 5 de la déclaration de la diffusion. (La déclaration au paragraphe 5 est obligatoire pour la diffusion non payée et au choix de l'éditeur pour la diffusion payée.)

Pour que la diffusion soit identifiée comme diffusion justifiée "continue", les publications doivent desservir des destinataires pendant au moins trois mois de service continu de la publication, sujet aux suppressions et additions habituels. Un pourcentage égal à 5% de la diffusion totale justifiée peut être servi mois de trois mois sans divulgation additionnelle; plus de 5% doit être déclarée comme diffusion non continue (voir C7.32 Distribution alternée).

Les activités normales d'additions et de suppressions incluent les abonnés qui indiquent qu'ils ne veulent plus recevoir la publication et les adresses non livrables.

Les individus recevant des copies d'une version électronique peuvent uniquement être considérés comme

diffusion justifiée si ces copies sont demandées par des demandes personnelles ou d'entreprise, ou si elles sont des abonnements comme avantage d'adhésion (voir C7.7.) Les éditeurs peuvent convertir les abonnements d'éditions imprimées "demandées" à des abonnements d'éditions électroniques en autant que l'abonné qui fait la demande des magazines reçoive un avis à l'avance de la conversion et qu'il soit donné le choix de refuser la conversion. L'avis de conversion doit donner à l'éditeur assez de temps pour cesser la conversion si l'abonné refuse de se convertir à un abonnement digital. Une preuve de la demande originale et de l'avis de conversion doit être disponible au moment de la vérification.

C7.26 Diffusion justifiée non payée

Diffusion qui répond aux exigences de la condition précédente et qui est distribuée sans frais au destinataire.

C7.27 Diffusion justifiée payée

La diffusion, non pour la revente, qui répond à la condition précédente de justification et les exigences présentées ultérieurement.

Les commandes d'abonnements payants doivent respecter les conditions suivantes:

Être payées à un certain prix, et ne doivent pas être gratuites.

Le paiement ne doit pas être en souffrance depuis plus de six mois après le début du service de l'abonnement.

Un abonnement de toute catégorie déclaré comme payé au paragraphe 1, pour lequel aucun paiement n'a été reçu, est considéré comme un abonnement à crédit. Un abonnement à crédit doit être compté comme diffusion payée jusqu'à six mois de la date du premier numéro desservi. Si le paiement pour ce type d'abonnement n'a pas été reçu à l'intérieur de six mois de la date du premier numéro desservi, les copies en question doivent être déduites de la diffusion justifiée payée pour toutes les copies desservies pendant la période.

Un abonnement vendu sur une base "renouvelée jusqu'à interdiction" peut être déclaré comme diffusion payée jusqu'à ce que l'abonné l'annule. Toutes les copies desservies, à partir du moment où le consommateur annule l'abonnement jusqu'à ce que l'éditeur reçoive l'avis de résiliation, doivent être déclarées comme diffusion payée aussi longtemps que l'éditeur reçoit le paiement pour les numéros desservis (du consommateur ou de l'agent). Si l'éditeur est débité pour les copies desservies, seules les copies desservies qui répondent aux critères d'abonnement en souffrance peuvent être déclarées comme diffusion payée (voir Abonnements en souffrance, C7.3).

Aucun incitatif promotionnel ou autre encouragement ne peut être offert si sa valeur annoncée, ou son coût pour l'éditeur, est supérieure à 50% du prix d'abonnement offert.

Les abonnements vendus avec un contrat de publicité doivent être payés en plus du contrat régulier de publicité et l'annonceur doit avoir l'option de déduire le prix d'abonnement du contrat s'il ne veut pas recevoir le magazine.

Les abonnements vendus avec une portion des profits étant redistribués à un organisme de charité doivent exclure la portion de charité du montant de commande d'abonnement.

Les abonnements vendus par le rachat de points de programmes d'affinité, par exemple, pour grands voyageurs, programmes de points de fidélité, etc. doivent répondre aux critères suivants:

- Les participants doivent avoir le choix de participer au programme;

Les points, milles, etc. gagnés doivent être offerts sur une base de transaction. Par exemple, les points gagnés pour les achats par carte de crédit, les activités d'emprunt, les achats de voyages en avion, d'hébergements ou de location d'auto, etc. respectent les conditions; les points pour des activités comme celle de compléter des sondages, participer à des groupes de discussion, etc. respectent aussi les conditions.

- Les points doivent pouvoir être accumulés pour des rachats futurs;
- Les points gagnés lors de l'adhésion doivent être inférieurs à 50% de la valeur du produit ou service offert dans le programme;
- Tous les programmes d'affinité avec points doivent offrir des produits et services qui ne sont pas liés au magazine. Les magazines ne peuvent pas représenter plus que 75% du total de chaque programme.
- La valeur de tous les produits et services doit être déclarée en valeur monétaire ainsi qu'en points.
- La valeur des produits et services "non-magazines" doit être égale ou supérieure à celle du magazine de moindre valeur.
- Les unités de mesure remboursables, par exemple les points de type "voyageur" doivent avoir une valeur monétaire reconnaissable et acceptable.
- La documentation adéquate du transfert ou du rachat des points des programmes incitatifs pour grands voyageurs et autres programmes d'affinité doit être à la disposition des vérificateurs.
- Le président doit donner son approbation finale pour tous les programmes d'affinité avant que leur utilisation soit acceptée en fonction d'une diffusion justifiée payée.

Les copies échangées pour des biens ou services, ou vendues sans échange d'argent (troc) doivent être réclamées comme « diffusion justifiée payée (troc) » (« Qualified Paid (Barter) Circulation ») en autant que:

- Les obligations concernant la diffusion justifiée payée ont été respectées.
- Les biens et services échangés doivent avoir été vendus dans le domaine public au cours des douze derniers mois et avoir une valeur au marché clairement identifiable et établie.
- L'éditeur est en possession d'une entente écrite avec l'acheteur, supporté par des transactions facturées prouvant les quantités de copies/biens et services troqués et leur valeur.
- L'éditeur a fourni une preuve que les transactions troquées ont été enregistrées dans le système de comptabilité de l'entreprise d'édition et les états financiers subséquents.
- La valeur des copies vendues n'est pas remboursable subséquemment par de la publicité gratuite.
- Les biens ou services fournis en échange de la publication ne sont pas reliés à l'offre de la publication (par exemple, les frais de distribution ou de marketing de la publication).

C7.28 Période de justification

L'âge des documents utilisés pour la diffusion justifiée au paragraphe 5 de la déclaration de la diffusion. La période de justification maximale pour les abonnements non payés est de trois ans, se terminant tout jour du mois du numéro analysé. En d'autres mots, la période de justification serait de trois ans (ou deux ou un an) se terminant le 31 mai ou le 30 novembre ou tout autre jour de mai ou novembre. Une fois que la date de fermeture a été sélectionnée par l'éditeur, elle ne peut pas être changée sans l'approbation du président. Le vérificateur n'accepte aucune source de justification datée à l'extérieur de la période de justification (voir anciens numéros).

C7.29 Destinataires justifiés

Destinataires qui répondent aux conditions de diffusion de la justification des destinataires à l'intérieur de la déclaration du marché desservi (voir C9.9).

C7.30 Renouvellement

Un abonnement qui a été renouvelé à l'intérieur de six mois de sa date d'échéance et qui est payé pour six mois suivant la réception de la commande de renouvellement.

C7.31 Taux de renouvellement

La quantité et le pourcentage d'abonnements venant à échéance qui ont été renouvelés à l'intérieur de six mois de leur date d'échéance, et payés à l'intérieur de six mois suivant la réception de la commande de renouvellement. (voir C9.58)

C7.32 Distribution alternée

Copies distribuées sur une base occasionnelle.

La diffusion non continue qui répond aux conditions de diffusion des destinataires justifiés à l'intérieur du territoire desservi peut être déclarée comme diffusion justifiée et déclarée séparément de la diffusion justifiée continue aux paragraphes 2, 4, 5 et 6 dans une déclaration de la diffusion ou un rapport de vérification de la diffusion (voir C7.24).

C7.32 (suite)

La diffusion non continue qui ne répond pas aux conditions des destinataires justifiés dans le domaine desservi doit être déclarée comme "moyenne de diffusion non justifiée" sur la dernière page de la déclaration de la diffusion. Si elle est déclarée séparément, elle doit être déclarée comme : "alternée ou occasionnelle".

Lorsque l'on compare deux magazines, la diffusion continue doit être comparée séparément de la diffusion non continue (voir les règlements sur la publicité, article 5.0).

Si une (ou plusieurs) édition(s) séparée(s) s'agrandit ou augmente sa base de diffusion existante et la fréquence de ses numéros, elle constitue une diffusion non continue et doit être déclarée dans une analyse séparée aux paragraphes 2, 4, 5 et 6 (voir C2.12).

C7.33 Échantillons

Les copies non justifiées qui sont distribuées par les représentants des ventes de l'éditeur à des clients potentiels. Elles sont déclarées à l'intérieur du paragraphe 8 de la déclaration de la diffusion.

Les copies invendues ou retournées et qui sont prévues comme ventes au numéro ne doivent pas être incluses dans la moyenne de diffusion non justifiée (voir C7.21).

C7.34 Deuxième déclaration de la diffusion

La déclaration de la diffusion qui couvre la diffusion de la deuxième moitié des six mois de l'année de vérification qui finit en juin ou décembre (voir C8.5).

C7.35 Ventes au numéro

Les copies d'un magazine vendu en kiosques et dans d'autres magasins au détail et déclarées comme diffusion justifiée dans une déclaration de la diffusion ou un rapport de vérification de la diffusion de BPA Worldwide. Ces ventes doivent être déclarées séparément aux paragraphes 1, 2, 4, 5 (si déclaré) et 6 puis, si nécessaire, au paragraphe 8 (voir C9.55, C9.56, C9.57).

Pour la vérification des ventes au numéro, le chiffre final de règlement doit être disponible pour au moins la moitié des numéros de la période. Les autres numéros peuvent être projetés en se basant sur une moyenne historique des numéros publiés.

Exemple de dates admissibles pour les premières vérifications de la diffusion de trois mois :

Les hebdomadaires doivent avoir sept numéros publiés;

Les magazines mensuels doivent avoir un numéro publié;

Les magazines bimensuels consistent en un numéro publié; et les magazines trimestriels doivent consister en un numéro publié;

Les magazines semestriels et annuels doivent être publiés.

Un magazine établi peut projeter les ventes au numéro pour tout numéro au cours de sa période de première vérification de trois mois en autant que la documentation des pièces justificatives est disponible pour les ventes nettes d'une période minimum de six mois précédents.

Les ventes au numéro doivent se conformer aux conditions suivantes:

Les copies doivent être payées par le dernier agent dans la chaîne de distribution (point d'achat) à un prix donné et le paiement être remis à l'éditeur avant la date de règlement final (voir C7.12).

C7.35 (suite)

Ventes au numéro-non retournables: L'éditeur doit fournir des attestations signées du dernier agent de vente pour appuyer le nombre de copies vendues aux consommateurs.

Si un éditeur ne veut pas obtenir les attestations de ventes des numéros non retournables, il doit utiliser la formule suivante:

Les ventes possibles totales (tirage) doivent être réduites par un montant au prorata calculé sur la base du prix à rabais donné et actuellement remis par l'agent au point de vente. Le montant total que le vendeur paie à l'éditeur doit être divisé par le prix au numéro pour obtenir les copies "*vendues*". Par exemple, un éditeur peut permettre un rabais de 50% du prix au numéro aux vendeurs d'un système non retournable. Si le vendeur obtient un tirage de 100 copies à 50% du prix du numéro à 2 \$, 100 \$ serait payé à l'éditeur. En divisant ceci par les 2\$ du prix au numéro, on obtient 50 copies qui peuvent être déclarées comme "*ventes au numéro*".

La méthode précédente de calcul des ventes s'applique aux magazines; elle ne doit pas s'appliquer aux bandes dessinées. Les éditeurs de bandes dessinées doivent déclarer une distribution non retournable comme le nombre total de copies vendues aux détaillants, nondistributeurs, et doit être déclaré comme distribution non retournable ("Non-Returnable Distribution") au paragraphe 1 identifié séparément au paragraphe 4, et déclaré par région à l'intérieur du paragraphe 6, si la publicité est vendue sur une base régionale.

Les éditeurs des bandes dessinées qui déclarent de la distribution non retournable doivent déclarer dans Méthode de distribution (paragraphe 8) : “La distribution non retournable consiste en des copies placées en vente sur une base non retournable et vérifiée au point de distribution. BPA Worldwide a vérifié le nombre de copies commandées et expédiées et qu’elles étaient payées par le détaillant. Le nombre réel de copies vendues par le détaillant n’est pas vérifié pendant le processus de vérification.”

Aucun incitatif promotionnel ou autre encouragement ne peut être offert avec une valeur au détail reconnue ou représentant une valeur ou un coût pour l’éditeur supérieur à 50% du prix du numéro au détail suggéré pour le magazine (voir C7.22).

Les magazines membres qui déclarent des ventes au numéro en Chine doivent inclure la note au bas de page sur chaque déclaration de la diffusion et rapport de vérification si les ventes au numéro totalisent 10% ou plus de la moyenne de diffusion totale justifiée pour la période: “BPA Worldwide a vérifié le nombre de copies imprimées, le nombre de copies expédiées au premier point du canal de distribution, et les copies qui ont été payées par le distributeur au premier point de vente. Le nombre actuel de copies vendues par le détaillant au consommateur final ne peut pas être vérifié à cause du système de ventes au détail en vigueur.”

C7.36 Ventes au numéro (plusieurs copies)

Les copies d’un numéro achetées en quantité de deux ou plus qui font la promotion des intérêts de l’acheteur et qui sont, en outre, conformes aux conditions de la diffusion payée, doivent être déclarées comme “Ventes au numéro” au paragraphe 1, identifiées séparément au paragraphe 4 et présentées sur une base de numéro par numéro au paragraphe 8.

L’argent perçu par un agent n’a pas besoin d’être remis à l’éditeur en autant que les dossiers et pièces justificatives nécessaires sont présents pour documenter l’achat et le prix payé par l’abonné d’origine. Cependant, chaque transaction de vente commanditée doit être sans recours monétaire à l’acheteur (commanditaire). (Voir règle C10.8)

C7.37 Ventes au numéro (non retournables)

Les copies fournies aux grossistes ou aux détaillants pour leur revente (pour lesquelles les retours ne seront pas acceptés) doivent être déclarées comme ventes au numéro justifiées au paragraphe 1, identifiées séparément au paragraphe 4 et présentées sur une base de numéro par numéro au paragraphe 8.

Les éditeurs de bandes dessinées doivent déclarer cette diffusion comme “distribution non retournable”.

C7.38 Diffusion commanditée adressée individuellement

Les abonnements adressés individuellement qui font la promotion des intérêts du commanditaire ou du donateur et qui se conforment en outre aux conditions de la diffusion justifiée payée doivent être déclarés comme “Diffusion commanditée adressée individuellement” (“Sponsored Individually Addressed”). Ceci inclut les abonnements cadeaux et les abonnements de groupes et commandités qui ne représentent pas plusieurs copies au même destinataire.

La diffusion commanditée adressée individuellement par troc doit être déclarée séparément à la section du sommaire, page un, paragraphe 1 “Moyenne de répartition de diffusion justifiée pour la période” (“Average Qualified Circulation Breakout for Period”), et au paragraphe 4 “Répartition de la diffusion justifiée aux marchés de consommation pour le numéro analysé” (“Breakout of Qualified Circulation to Consumer Markets for Issue Analyzed”).

Si un acheteur possède un intérêt financier dans le magazine, ces copies achetées ne peuvent pas être incluses dans la diffusion justifiée à moins que le président soit satisfait de la preuve à l’effet que la vente a été effectuée à l’avantage de l’acheteur et non pas à celui du magazine.

L'argent perçu par un agent pour les abonnements de "diffusion commanditée adressée individuellement" n'a pas besoin d'être remis à l'éditeur en autant que les pièces justificatives nécessaires sont présentes pour documenter l'achat et le prix payé par l'abonné d'origine. Cependant, chaque transaction de vente commanditée doit être sans recours monétaire à l'acheteur (commanditaire). (Voir règle C10.8)

C7.39 Abonnements

Les copies d'un numéro acheté en quantités de deux ou plus qui font la promotion des intérêts de l'acheteur mais qui se conforment à la définition de diffusion justifiée payée, doivent être déclarées comme "Ventes au numéro commanditées" ("Sponsored Single-Copy Sales") au paragraphe 1, et identifiées séparément au paragraphe 4 ainsi que présenté sur une base numéro par numéro au paragraphe 8.

L'argent perçu par un agent n'a pas à être remis à l'éditeur en autant que les preuves nécessaires sont en place pour documenter l'achat et le prix payé par l'abonné d'origine. Cependant, chaque transaction de vente de commanditaires doit se faire sans recours monétaire par l'acheteur (commanditaire). (Voir Règle C10.8.)

La diffusion commanditée de copies au numéro par troc doit être déclarée séparément à la section du sommaire, page un, paragraphe 1 "Moyenne de répartition de diffusion justifiée pour la période" ("Average Qualified Circulation Breakout for Period"), et au paragraphe 4 "Répartition de la diffusion justifiée aux marchés de consommation pour le numéro analysé" ("Breakout of Qualified Circulation to Consumer Markets for Issue Analyzed").

C7.40 Questions supplémentaires

Une question supplémentaire est définie comme une question fournissant des données concernant l'autorisation d'achat des répondants et/ou des catégories à plusieurs réponses ou toutes données qui sont liées seulement à l'autorisation d'achat d'un segment spécifique du fichier d'abonné justifié.

Toute question qui contient une autorisation d'achat mais qui est une question justifiée pour la liste justifiée complète (par exemple, pour être justifiée, la question doit être répondue par l'affirmative) ne doit pas être considérée comme question supplémentaire (voir C12.1).

C7.41 Loteries promotionnelles, tirages ou concours

Toute offre d'abonnement pour lequel un prix est offert par loterie doit être considérée comme vendue par loteries promotionnelles, tirage ou concours.

Les détails concernant ces offres doivent être déclarés au paragraphe 8 de la déclaration de la diffusion, peu importe que le paragraphe 5 soit déclaré ou non (voir C10.29.2).

C7.42 Période d'abonnement

La durée de temps d'un contrat entre un éditeur et un abonné pour envoyer des numéros du magazine d'une durée générale d'un, deux ou trois ans.

C7.43 Agents revendeurs

Les abonnements vendus par les agences. L'agence doit être reconnue à cette fin. L'éditeur est responsable de fournir la preuve de justification de tels destinataires.

L'argent perçu par une agence n'a pas à être remis à l'éditeur en autant que les pièces justificatives nécessaires sont présentes pour documenter l'achat et le prix payé par l'abonné d'origine.

Les agents ne peuvent pas commanditer les abonnements ou les copies au numéro. Le fait de "Faisant affaire comme" (Agent) n'est pas suffisant pour prouver l'opération comme celle d'un commanditaire.

C8.0 - DÉCLARATION DE LA DIFFUSION-GÉNÉRALITÉS

C8.1

Les membres éditeurs doivent déclarer leur diffusion sur les formulaires fournis par la société.

Le dépôt des données de diffusion de l'éditeur doit fonctionner comme une subvention automatique à la société du droit perpétuel et irrévocable ainsi que de la licence d'utiliser, de publier, de distribuer et de mettre en marché des données de diffusion et d'autres données (uniquement ou en conjonction avec d'autres) dans la forme et la manière autorisée par le conseil d'administration.

C8.2

Dans le but d'uniformiser l'apparence et la typographie des déclarations de la diffusion et des rapports de vérification des magazines de consommation de BPA Worldwide, la société traitera les paragraphes qui requièrent une typographie, des réglures et des pages supplémentaires particulières. Lorsque des coûts supplémentaires sont encourus pour la mise en page de paragraphes spéciaux, le magazine membre sera facturé pour les coûts.

C8.3

Le temps requis pour traiter la déclaration de la diffusion ou le rapport de vérification de la diffusion doit être facturé à un taux uniforme déterminé à l'occasion par le conseil d'administration.

C8.4

Candidat éditeur - Un candidat doit remplir une déclaration de la diffusion de trois mois ou de six mois comme base de première vérification pour la période consécutive de trois ou six mois spécifiés par le président au cours de laquelle la diffusion justifiée est effectuée. Après avoir complété la vérification et suite à l'approbation d'une majorité des administrateurs du conseil, l'éditeur sera admis en tant que membre et la déclaration sera publiée comme un rapport de première vérification au "*Standard Rate and Data Service*" (SRDS) ou au "*Canadian Advertising Rates and Data*" (CARD), et/ou au "*British Rates and Data*" (BRAD) ou tout autre service semblable et aux membres de BPA Worldwide.

C8.5

Membres éditeurs – À l'exception des magazines publiés annuellement et bisannuellement, le service de vérification des membres des magazines de consommation de BPA Worldwide publiera deux déclarations de la diffusion chaque année pour les six mois terminés en juin et les six mois terminés en décembre. Ces deux déclarations de la diffusion de six mois seront couvertes par un rapport de vérification de la diffusion annuel de douze mois. Pour les magazines basés sur une année civile, la procédure suivante s'applique:

Une déclaration provisoire de la diffusion pour une période de six mois, incluant janvier à juin.

Une deuxième déclaration de la diffusion pour la période de six mois, incluant juillet à décembre.

Une déclaration de la diffusion de douze mois pour la période de janvier à décembre inclusivement, qui constitue la base du rapport de vérification annuelle de la diffusion.

Pour les magazines sur une base d'année fiscale, la procédure suivante doit s'appliquer :

Une déclaration provisoire de la diffusion pour une période de six mois, incluant juillet à décembre.

Une deuxième déclaration de la diffusion pour la période de six mois, incluant janvier à juin.

Une déclaration de la diffusion de douze mois pour la période de juillet à juin inclusivement qui constitue la base du rapport de vérification annuelle de la diffusion.

C8.5 (suite)

Les déclarations de six mois sont vérifiées et publiées comme déclaration de la diffusion (papier rose) après leur réception et après avoir complété leur traitement. La déclaration de la diffusion de douze mois constitue la base du rapport de vérification annuelle de la diffusion (papier saumon). La vérification est complétée après l'examen des dossiers et des pièces justificatives de l'éditeur par le vérificateur. La période de vérification couverte ne doit pas être plus que douze mois après la publication du rapport de vérification de la diffusion précédent.

Un magazine publié annuellement ou bisannuellement doit présenter une déclaration de la diffusion de douze mois, qui sera vérifiée sur réception et, au choix de l'éditeur, imprimée sur papier rose et publiée par BPA Worldwide à la fin du traitement. Il constitue la base d'un rapport de vérification de la diffusion de douze mois imprimé sur papier couleur saumon. La vérification doit être complétée après l'examen du vérificateur des dossiers et pièces justificatives de diffusion.

La vérification sera effectuée dans les bureaux de l'éditeur et/ou lorsque les dossiers et pièces justificatives peuvent être vérifiés de manière appropriée.

Un candidat d'un magazine qui a choisi une période terminée par un mois autre que juin ou décembre pour son premier rapport de vérification de la diffusion doit adopter l'horaire normal standard de juin ou décembre pour sa première déclaration de la diffusion suivant le premier rapport de vérification de la diffusion et inclure tous les numéros vérifiés précédemment qui sont nécessaires pour compléter la période de six mois.

C8.6

Les déclarations définies dans les sections précédentes doivent être déposées auprès de la société à l'intérieur de quinze jours après la période qu'elles couvrent. Les magazines membres déclarant une moyenne de diffusion justifiée payée de 50% ou plus au paragraphe 1 doivent obtenir une prolongation de 15 jours à compter de cette date.

Aucun membre ne peut obtenir une prolongation de temps pour remplir sa déclaration sauf s'il y a consentement du président de la société. Ce dernier ne doit pas accorder une prolongation supérieure à trente jours pour les magazines déclarant une moyenne de diffusion justifiée payée de moins de 50% au paragraphe 1 ou de quarante-cinq jours pour les magazines déclarant une moyenne de diffusion justifiée payée supérieure à 50% au paragraphe 1 sans que ces dernières aient à démontrer que le retard du dépôt est un résultat de circonstances atténuantes clairement hors du contrôle du magazine membre. Le manquement de compléter une déclaration le jour de (ou précédent) la date de remise (ou à la fin de la date d'une prolongation autorisée) occasionnera la suspension des services offerts au magazine membre et le rendra sujet à une action disciplinaire, tel qu'indiqué à l'article C10.0 des statuts.

En tout temps après la date d'une prolongation autorisée, si la déclaration de la diffusion obligatoire n'a pas été remise, BPA Worldwide devra publier un avis sur le site Web de BPA Worldwide qui indique au membre que le magazine n'a pas réussi à remplir sa déclaration. Si des coûts sont encourus pour créer et publier un avis, ceux-ci devront être payés par le magazine membre sujet au manquement.

Au plus tard, soixante jours après la fin de chaque période de déclaration, le site Web www.bpaww.com présentera le statut de production de chaque déclaration de la diffusion qui n'a pas été diffusée sur le site Web. Par exemple, les rapports de statut des déclarations dont la période se termine en juin seront publiés le 1er septembre. Ces rapports de statut n'incluent que la terminologie standard approuvée par le conseil d'administration.

À ce moment, la déclaration de la période précédente serait déplacée à l'intérieur de l'historique (history).

Lorsque la déclaration est reçue par BPA Worldwide 1 – 14 jours après la date d'échéance établie et qu'une copie d'épreuve est créée, l'éditeur doit aviser BPA de son acceptation de la copie d'épreuve à l'intérieur de dix jours ouvrables après la présentation de l'épreuve. Les déclarations reçues 15 jours et plus après la date d'échéance établie disposent de cinq jours ouvrables pour accepter l'épreuve. Cependant, pour les déclarations remplies par les éditeurs avant la date d'échéance et qui reçoivent une copie d'épreuve avant la date limite, le calcul des jours ouvrables pour le processus d'acceptation débute au moment de la date d'échéance prévue et non à la date de la création de la copie d'épreuve. Pour tous les autres, l'approbation finale doit être reçue à l'intérieur de vingt jours ouvrables sur réception de la première épreuve. Le président de la société n'accorde aucune prolongation sans qu'il n'ait été démontré que le délai d'approbation de l'épreuve est le résultat de circonstances atténuantes clairement hors du contrôle du magazine membre.

Le manquement d'informer BPA de l'acceptation de l'épreuve à cette date occasionnera la suspension des services du magazine membre et soumettra le magazine membre à une action disciplinaire tel qu'indiqué à l'article C10.0 des statuts. BPA Worldwide publiera ensuite un avis sur son site Web, avisant les membres que le magazine n'a pas approuvé l'épreuve finale. Si des coûts sont encourus pour la création et la publication d'un avis sur le site Web, ceux-ci seront aux frais du magazine membre.

Toutes les signatures sur les déclarations de la diffusion présentées à la société doivent être au-dessus du nom et du titre imprimés de l'individu.

C8.7

L'éditeur a le choix de soumettre des formulaires spéciaux de SRDS, CARD ou BRAD ou des formulaires semblables fournis par BPA Worldwide ainsi qu'une copie supplémentaire de sa déclaration de la diffusion de six mois. Après le traitement, la mise en forme et l'approbation d'impression par l'éditeur, la déclaration est envoyée par BPA Worldwide au Standard Rate and Data Service ou au Canadian Rates and Data et/ou au British Rates and Data ou une entreprise semblable pour qu'elle soit incluse dans son (leur) prochain numéro. La déclaration de ladiffusion supplémentaire qui a été approuvée par BPA Worldwide est ensuite retournée à l'éditeur avant les copies imprimées afin qu'elles soient utilisées pour la préparation du matériel promotionnel.

C8.8

Les copies imprimées des déclarations de la diffusion et des rapports de vérification de la diffusion peuvent être achetées par un membre de la société à un prix déterminé par le conseil d'administration.

C8.9

Le langage et la terminologie doivent être basés sur des faits et ils doivent être vérifiables.

C8.10

Aucun fait, chiffre ou déclaration ne doit paraître dans la déclaration de la diffusion sauf ceux expressément autorisés par ces règlements.

C8.11

Dans le cas d'un désaccord avec la décision du président, un éditeur membre peut demander une audience devant un comité approprié du conseil d'administration.

C9.0 - DÉCLARATION DE LA DIFFUSION-CONTENU

C9.1

Le langage et la terminologie doivent être basés sur les faits ils doivent être vérifiables. Un membre ne peut pas déclarer ou insinuer que BPA Worldwide vérifie:

le lectorat ou l'intention de lire;

l'autorité ou influence d'achat du destinataire. (voir C9.10).

Aucun fait, chiffre ou déclaration ne doit paraître dans la déclaration de la diffusion sauf ceux expressément autorisé par ces règlements. Dans le cas d'un désaccord avec la décision du président, un **C9.1** (suite)

éditeur membre peut demander une audience devant un comité approprié du conseil d'administration.

C9.2

Tous les magazines membres doivent déclarer la moyenne de diffusion justifiée non payée et la moyenne de diffusion justifiée payée séparément au paragraphe 1 de leur déclaration de la diffusion et de leur rapport de vérification de la diffusion.

C9.3

Chaque magazine membre doit déclarer sa diffusion totale justifiée aux paragraphes 2, 4 et 6 de sa déclaration de la diffusion et sa diffusion non payée justifiée au paragraphe 5 de la déclaration de la diffusion. Il n'est pas obligatoire de déclarer des justifiés payés aux paragraphes 5.

Les magazines membres avec une moyenne de diffusion justifiée payée de 50% ou plus au paragraphe 1 doivent déclarer leur diffusion non payée justifiée et leur diffusion justifiée payée séparément aux paragraphes 2 à 7 de leur déclaration de la diffusion mais la déclaration de la diffusion payée au paragraphe 5 n'est pas obligatoire.

Les magazines dont la moyenne de diffusion justifiée payée est inférieure à 50% au paragraphe 1, et qui choisissent de déclarer leur diffusion payée et non payée séparément, ont le choix suivant de déclarer la diffusion justifiée non payée et la diffusion justifiée payée séparément :

Doit être déclarée aux paragraphes 2, 4 et 6.

Doit être déclarée aux paragraphes 3a-d et 5

Doit être déclarée au paragraphe 7

La déclaration du taux de renouvellement est facultative

Les magazines ayant une moyenne de diffusion justifiée totale inférieure à 50 000 et une moyenne de diffusion justifiée payée inférieure à 5% au paragraphe 1, et qui choisissent de déclarer les diffusions payée et non payée séparément, ont les choix suivants de déclarer la diffusion justifiée non payée et justifiée payée séparément :

Doit être déclarée aux paragraphes 2, 4 et 6

Peut être déclarée aux paragraphes 3a-3d et 5.

Doit être déclarée au paragraphe 7

Doit déclarer le paragraphe 7, excluant la moyenne de prix et les copies périmées (voir article C9.14 de ces règles).

Les magazines ayant une moyenne de diffusion justifiée supérieure à 50 000 au paragraphe 1 ont les mêmes exigences de déclaration que celles indiquées précédemment lorsque la moyenne de diffusion justifiée payée est inférieure à 2% (voir C9.49).

Un membre éditeur nouvellement admis peut choisir de différer la déclaration des paragraphes 3a à 3d jusqu'à la deuxième vérification. S'il fait ce choix, les paragraphes 3a à 3d de la première vérification de la

diffusion et les déclarations de la diffusion subséquentes doivent contenir la déclaration suivante :

"Comme il s'agit d'un premier rapport de vérification de la diffusion, les chiffres pour ces paragraphes ne sont pas requis. Ils seront présentés lors des vérifications subséquentes."

C9.4

La première page de la déclaration doit contenir le nom du magazine; la maison d'édition; le numéro de téléphone principal, le numéro de télécopieur; l'adresse de courrier électronique; l'adresse Web; l'adresse de la maison d'édition; si le magazine consiste en un avantage officiel d'adhésion à une association; ainsi que l'année d'établissement du magazine.

C9.5

Un membre éditeur doit aviser BPA Worldwide de tout changement de nom du magazine. À ce moment, l'éditeur doit déclarer s'il désire ou non changer la date d'établissement du magazine.

Tout changement de date d'établissement doit être en logique avec le volume rapporté dans le bloc technique du magazine. Si la date d'établissement et le volume sont modifiés, le magazine sera considéré comme un nouveau magazine et sera sujet aux règlements requérant une demande d'adhésion comme membre.

C9.6

Si deux ou plusieurs magazines sont fusionnés en un seul, le commentaire suivant doit paraître dans le coin supérieur gauche des deux déclarations de diffusion consécutives et d'un rapport de vérification de la diffusion: "Magazine fusionné- voir au paragraphe 8." Le paragraphe 8 doit déclarer la date de la fusion et les autres informations qui sont pertinentes.

C9.7

Le marché desservi doit contenir une déclaration réelle par l'éditeur du marché desservi. La déclaration doit décrire en termes vérifiables les standards ou justifications employés par l'éditeur pour déterminer qui recevra le magazine. Peu importe les standards de justification, ils doivent être déclarés dans les répartitions de classement au paragraphe 4 de la déclaration. Seuls les destinataires qui se conforment à ces standards seront inclus dans la diffusion justifiée.

C9.8

Un magazine régional doit inclure une description de la région géographique dans le marché desservi si cette information n'est pas apparente dans le titre du magazine.

C9.9

La méthode de distribution doit contenir une description des méthodes de distribution du magazine.

Pour la diffusion de plusieurs copies au même destinataire pour qui la livraison au destinataire final ne peut pas être vérifiée, les commentaires suivants doivent être inclus comme faisant partie de la méthode de distribution (Paragraphe 8, données supplémentaires):

"La diffusion de plusieurs copies au même destinataire est vérifiée seulement au point de distribution, et non le destinataire final. Une entente de distribution de moins de trois ans, indiquant que le destinataire au point de distribution accepte le magazine pour redistribution, a été obtenue. Les copies en kiosques sont distribuées avec la permission de la municipalité dirigeant les espaces publics."

Ces notes peuvent inclure d'autres explications concernant le caractère et la nature de la diffusion ainsi que tout autre commentaire nécessaire.

Ce paragraphe doit aussi contenir la déclaration suivante concernant la diffusion d'un magazine déclarant la diffusion continue et non continue dans les déclarations de la diffusion et les rapports de vérification de la diffusion:

"Toute la diffusion justifiée est conforme aux conditions de justification, tel que déclaré dans le marché desservi. Les copies sont distribuées aux individus sur une base continue (au moins six mois consécutifs) et sur une base non continue (jusqu'à six mois de service). La diffusion continue et non continue est déclarée séparément dans ce rapport." (Voir C7.24.)

C9.9 (suite)

S'il existe une diffusion de version digitale, la méthode de distribution doit être déclarée comme suit: (Voir C7.9)

Diffusion digitale

"Les copies imprimées sont distribuées par les services postaux ou autres courriers. Les destinataires qui demandent la version digitale sont informés par [divulguer la méthode: courriel, message instantané, autre] lorsque la version est disponible."

Si la distribution des foires commerciales, de consommation et des conventions est déclarée comme diffusion justifiée, le commentaire suivant doit être inclus à l'intérieur de la section méthode de distribution:

"La distribution aux foires commerciales, de consommation et aux conventions est vérifiée uniquement à l'événement et au destinataire final. Une entente du gestionnaire de l'événement a été obtenue indiquant que cet événement acceptera un nombre spécifique de copies pour redistribution. Lorsque l'éditeur présente ou distribue des copies à une exposition, la mention suivante doit être présente: L'éditeur a fourni un contrat payé pour l'espace d'exposition. La distribution à cet événement est permise par les reçus de livraison d'un fournisseur ou confirmée par les gestionnaires de l'événement." (Voir C9.33, C10.17 et C10.24.1.)

C9.10

Le marché desservi et la méthode de distribution n'ont PAS à faire référence :

aux demandes afin de recevoir le magazine.

à la lecture du destinataire ou l'intention de lecture du magazine.

à l'autorité d'achat ou l'influence du destinataire, à moins que 100% des destinataires ont cette autorité ou influence et qu'elles sont appuyées par une preuve documentaire qui peut être vérifiée. Les questionnaires utilisés pour encourager l'autorité d'achat ou l'influence doivent être présentés à BPA Worldwide pour approbation.

à toute déclaration que toutes les personnes d'une certaine catégorie reçoivent le magazine.

à la fonction, sauf si supportée par des preuves documentaires vérifiables.

à une classification qui n'est pas déclarée au paragraphe 4 de la déclaration.

C9.11

Un membre ne peut pas déclarer ou insinuer que le lectorat ou l'intention de lecture a été vérifié par BPA Worldwide (voir C5.27 et C9.1).

C9.12 Volet sommaire, page un

Un volet sommaire doit être présenté au début de la déclaration de la diffusion et du rapport de vérification de la diffusion.

Il doit inclure des tableaux sommaires de:

Diffusion moyenne justifiée

Prix, fréquence et graphiques de:

C9.12 (suite)

Tendance de la moyenne de diffusion justifiée sur cinq ans

Prix d'abonnement moyen annualisé sur cinq ans

Une section sommaire doit être fournie sur la page couverture de la déclaration de la diffusion et le rapport de vérification de la diffusion.

C9.13

Le tableau sommaire de la diffusion moyenne justifiée doit contenir:

- La moyenne totale justifiée (basée sur le nombre de numéros pendant la période) ("Average Total Qualified"),
- Base de tarification moyenne,
- Des écarts de chiffres exprimés en copies au-dessus ou au-dessus de la base de tarification moyenne et en pourcentage,
- La diffusion justifiée séparée en justifiée payée et justifiée non payée, pour ensuite être séparée en abonnements, en commandites, en troc et en ventes au numéro.

C9.14

Le tableau sommaire du prix et de la fréquence doit contenir:

"La moyenne du prix de commande annuel d'abonnement pour la période déclarée. (excluant les abonnements commandités)" ("Average Annual Subscription Order Price for the Period Reported").

Si les commandes commanditées représentent 10% ou plus de toutes les commandes pour la période tel que déclaré au paragraphe 3a Prix, la "Moyenne annuel du prix de commande commandité pour la période" ("Average Annual Sponsored Order Price for the Period") doit aussi être déclaré séparément au tableau de prix et fréquence (voir règle 9.23).

Si les commandes commanditées représentent 5% ou plus, mais moins de 10% de toutes les commandes pour la période tel que déclaré au paragraphe 3a Prix, la "Moyenne annuelle du prix de commande commandité pour la période" ("Average Annual Sponsored Order Price for the Period") doit être déclaré au paragraphe 8, Données supplémentaires ("Additional Data").

Les magazines ayant une moyenne de diffusion totale justifiée de 50 000 ou inférieure, et une moyenne de diffusion justifiée payée inférieure à 5% au paragraphe 1, n'ont pas à déclarer la moyenne du prix de commande d'abonnements. Les magazines avec plus de 50 000 de moyenne de diffusion justifiée au

paragraphe 1, ont aussi le choix de le déclarer quand la moyenne de diffusion justifiée payée est inférieure à 2%.

C9.15

Le graphique en barres exprimant la tendance sur cinq ans de la diffusion moyenne justifiée doit comporter:

- Les ventes au numéro justifiées payées
- Les abonnements justifiés payés
- Les abonnements justifiés non payés, et
- Base de tarification par ligne

C9.16

Le graphique en barres exprimant la moyenne du prix d'abonnement annualisé sur cinq ans doit déclarer la moyenne du prix annuel sur cinq ans.

C9.17 Base de tarification

Si le magazine a une base de tarification publiée, elle doit être déclarée suivant la moyenne de déclaration de diffusion totale justifiée pour la période couverte par le rapport.

Des instructions séparées doivent être présentes afin d'indiquer la base de tarification séparément dans les diffusions payée et non payée si les bases de tarification sont publiées séparément.

Tout changement à la base de tarification publiée pendant la période couverte par le rapport doit être incluse au paragraphe 8, Données supplémentaires.

Si le magazine n'a pas de base de tarification publiée, la mention "Pas déclarée" doit être incluse après la déclaration de la moyenne de diffusion du "Total justifié" pour la période couverte par le rapport (voir C9.49). Pour les pays où l'espace publicitaire n'est pas vendu en utilisant la base de tarification, il n'est pas nécessaire de faire référence à la "base de tarification" dans le rapport de BPA.

C9.18 Paragraphe 1 (Moyenne de la répartition de la diffusion justifiée pour la période)

Toutes les copies indiquées dans cette section sont dirigées aux abonnés ou destinataires tel qu'indiqué dans marchés desservis. Ce paragraphe déclare: les commandité adressé individuellement; les bénéfices d'adhésion; plusieurs copies au même destinataire; les non continue (si nécessaire); un sous-total des abonnements; et les ventes au numéro.

Des colonnes séparées indiquent les "ustifiés payés, les justifiés non payés et la diffusion totale justifiée.

Les magazines qui déclarent des versions digitales doivent inclure un paragraphe 1 séparé pour les individus qui sont abonnés à la version imprimée seulement; pour les individus abonnés à la version digitale seulement; ainsi que pour les individus qui ont fait la demande et payé les deux versions imprimée et digitale (si nécessaire). (Voir C7.9.)

C9.19 Paragraphe 2 (Diffusion justifiée par numéros pour la période)

Doit déclarer la diffusion justifiée totale et déclarer séparément les justifiés payés et les non payés pour chaque numéro. Les payés doivent être aussi déclarés sous vente au numéro et abonnements. Si la diffusion non continue est déclarée, elle doit être déclarée séparément pour chaque numéro.

Doit déclarer la diffusion justifiée des versions imprimées et digitales séparément pour chaque numéro. Les individus recevant les deux versions imprimée et digitale ne doivent être comptés qu'une seule fois. Un calcul séparé de ces abonnés doit être effectué pour chaque numéro.

C9.20

Le total des copies distribuées (imprimées et électroniques) doit être égal, ou dépasser la somme du total de la diffusion justifiée, de la diffusion des annonceurs/agences, de la diffusion non justifiée payée/sur demande, et de la diffusion alternée/occasionnelle, pour chaque numéro.

Si 15% ou plus des copies totales expédiées pour un numéro déclaré au paragraphe 2 est expédié le jour ou après la date d'expédition déclarée du prochain numéro, la date de finalisation de l'expédition pour ce numéro doit être déclarée au paragraphe 8.

En l'absence d'une date d'expédition déclarée d'un magazine, soit sur sa carte de tarification ou dans le Standard Rate & Data Service, le British Rates and Data, ou le Canadian Rates and Data, ou tout autre magazine de ce type, la date de couverture doit être utilisée pour déterminer si des copies du magazine sont expédiées en retard.

Mensuels Les copies seraient en retard si elles étaient distribuées le ou après le premier jour du mois du prochain numéro (un numéro de janvier serait en retard s'il était distribué le ou après le 1er février).

Bimestrielles Les copies seraient en retard si elles étaient distribuées le ou après le premier jour de la prochaine parution (une parution de janvier-février serait en retard si elle était distribuée le ou après le 1er mars).

Bimensuelles Les copies seraient en retard si elles étaient distribuées le ou après le premier jour de la prochaine parution (une parution du 1er janvier serait en retard si elle était distribuée le ou après le 15 janvier).

Hebdomadaires Les copies seraient en retard si elles étaient distribuées le ou après le premier jour de la prochaine parution (une parution du 1er janvier serait en retard si elle était distribuée le ou après le 8 janvier).

Le paragraphe 8 doit déclarer le pourcentage et le nombre de copies qui sont expédiées en retard.

Lorsque les magazines déclarent des éditions séparées au paragraphe 2, cette règle doit être appliquée séparément à chaque édition.

Si le magazine sert des numéros spéciaux (voir C2.10), le numéro spécial déclaré au paragraphe 2 doit être expédié avant la date d'expédition déclarée de sa parution régulière. En l'absence d'une date d'expédition déclarée, le numéro spécial doit être posté avant la date d'expédition réelle de la prochaine parution régulière.

C9.21 Paragraphes 3a à 3d (Total des abonnements justifiés payés-nouveaux et renouvelés-commandés/vendus pour la période)

Doit déclarer le total du chiffre et des pourcentages des abonnements justifiés payés- nouveaux et renouvelés-commandés/vendus pour la période; ceci inclut les ventes/commandes d'abonnements bruts avec des factures en souffrance. Les ventes d'abonnements déclarées dans ces paragraphes doivent être basées uniquement sur une diffusion continue.

C9.22

Doit déclarer la "Moyenne du prix de commande annuel" ("Average Annual Order Price") excluant les commandes commanditées.

La moyenne du prix doit être calculée en additionnant la valeur brute en dollars de toutes les commandes reçues durant la période déclarée (incluant les incitatifs promotionnels) et en divisant ce total par le total du nombre brut de copies commandées. Le résultat de la moyenne du prix d'unité doit ensuite être multiplié par la période de base annuelle pour obtenir la moyenne du prix d'abonnement pour la période.

Si les commandes commanditées représentent 10% ou plus de toutes les commandes pour la période, la moyenne du prix de commande annuel pour la période pour les copies commanditées doit être déclarée séparément comme "Moyenne de prix de commande annuel commandité Prix: \$\$\$" ("Sponsored Average Annual Order Price: \$\$\$").

Si les commandes commanditées représentent 5% ou plus, mais moins de 10% de toutes les commandes pour la période la "Moyenne de prix de commande annuel commandité" ("Sponsored Average Annual Order Price") doit être déclaré au paragraphe 8, Données supplémentaires ("Additional Data").

La moyenne du prix de commande commandité doit être calculée en additionnant la valeur brute en dollars de toutes les commandes commanditées reçues durant la période déclarée (incluant plusieurs copies ou les endroits publics), et en divisant ce total par le total du nombre brut de copies commanditées commandées. Le résultat de la moyenne du prix d'abonnement commandité doit ensuite être multiplié par la période de base annuelle pour obtenir la moyenne du prix d'abonnement commandité pour la période.

Lorsque plusieurs types de monnaies sont perçus, l'éditeur doit convertir les monnaies différentes en celle en cours dans le pays choisi afin de calculer la moyenne du prix de commande annuel.

(Pour déterminer la moyenne du prix des ventes combinées annuelles, voir C7.8.)

Le paragraphe 3a doit déclarer séparément le nombre brut des abonnements justifiés payés vendus pendant la période en prix et conditions en pourcentages décroissants des commandes vendues qui sont produites des offres représentant 5% ou plus des ventes d'abonnements pour la période (à l'exception de "Tous les autres" qui doivent toujours être déclarés en dernier). Les commandes de commanditaires ne doivent pas non plus être classées par prix et conditions. À la place, le total des commandes commanditées reçues pendant la période (incluant les copies multiples et les emplacements publics déclarés) n'a pas à être déclaré comme un chiffre d'une ligne, lorsque ce total est ajouté à la déclaration de toutes les autres commandes devant constituer le grand total des commandes reçues pour la période.

Si les copies payées sous "Toutes les autres" ("All Others") représentent 20% ou plus des commandes pour la période, le prix moyen de "Toutes les autres" (commandes) "All Other" doit aussi être déclaré.

Les abonnements vendus sur une base de renouvellement jusqu'à interdiction sans durée fixe, qui sont facturés périodiquement au cours de l'année, sans avis de renouvellement, doivent être déclarés séparément comme "Abonnés perpétuels" ("Perpetual subscribers") (voir la note)." L'éditeur doit divulguer le taux et les durées des abonnements perpétuels.

Les abonnements vendus sur la base d'acceptation de rachat de points de programmes d'affinité (par exemple les programmes pour grands voyageurs, de points de fidélité, etc.) en contrepartie du paiement, doivent divulguer au paragraphe 8 les détails de l'offre, incluant le prix d'abonnement, la valeur de rachat d'un point, et les points revendus. Ils doivent aussi être indiqués au paragraphe 3a.

C9.24

Paragraphe 3b (Utilisation d'incitatifs promotionnels gratuits) - Doit déclarer le nombre brut d'abonnements justifiés payés commandés/vendus avec incitatifs promotionnels pendant la période couverte (voir C7.22). La nature de l'incitatif promotionnel et les dispositions de l'offre doivent être décrites au paragraphe 8.

Les catégories suivantes d'incitatifs promotionnels doivent être indiquées au paragraphe 3c:

vendu sans incitatif promotionnel.....

vendu avec incitatif promotionnel éditorial....
vendu avec autres incitatifs promotionnels...

C9.26 Paragraphe 4 (Répartition de la diffusion justifiée aux marchés de consommation pour le numéro analysé)

Doit contenir une répartition d'un numéro spécifique par un ou plusieurs types de classements soit comme total séparé ou dans un tableau à double entrée :

Marchés

Groupement de population

Intérêts spécialisés des destinataires

Les membres des magazines qui choisissent d'analyser leur diffusion en fonction de l'emploi du **C9.26** (suite)

destinataire doivent obtenir l'approbation du président afin de s'assurer qu'une preuve acceptable de justification est disponible pour une analyse fonctionnelle.

Peu importe les standards de justification, ils doivent être déclarés dans les répartitions de classement au paragraphe 4 de la déclaration. Seuls les destinataires qui se conforment à ces standards doivent être inclus dans la diffusion justifiée.

C9.27

L'analyse doit porter sur les numéros de mai-novembre. Une déclaration pour la période de six mois terminée en juin doit analyser le numéro de mai alors qu'une déclaration pour une période de six mois terminée en décembre doit analyser celui de novembre. Les magazines ayant plus d'un numéro par mois doivent analyser tous les numéros entre mai et novembre. Lors d'une première vérification, le numéro analysé doit être celui qui a été publié à l'intérieur des deux derniers mois de la période de vérification.

C9.28

Les classements déclarés avec leur sous-total doivent être présentés au paragraphe 4 avec le total déclaré après le sous-total d'une façon telle qu'ils ne fassent l'objet d'aucune confusion concernant le nombre exact de copies étant déclarées. Les employés de BPA Worldwide doivent s'assurer que la répartition est conforme à cette instruction.

C9.29

Un magazine membre peut choisir de présenter en tableau à double entrée le paragraphe 4 avec tout paragraphe déclaré sur la déclaration de la diffusion de BPA circulation en autant que les données déclarées pour ces paragraphes sont basées sur les calculs réels du numéro analysé.

C9.30

Les magazines qui desservent essentiellement le même marché devraient s'entendre sur un horaire de classements uniforme qui est mutuellement acceptable et raisonnable à être employé au paragraphe 4. Par contre, aucun membre éditeur n'est requis, sous condition d'adhésion, d'accepter une méthode ou un horaire particulier de classements employé par d'autres magazines pour le même marché desservi.

C9.31

Les magazines membres qui déclarent une diffusion justifiée non continue doivent déclarer chaque type de diffusion non continue séparément.

C9.32

La diffusion continue et non continue pour le numéro analysé doit être comparée séparément avec la moyenne des autres numéros déclarés dans la déclaration pour indiquer comment typique est le numéro comparativement aux autres. Lorsque le numéro analysé est de 10% ou plus supérieur ou inférieur à la moyenne des autres numéros déclarés dans la diffusion continue ou non continue, un commentaire approprié doit être effectué au paragraphe 8.

C9.33

Les magazines membres déclarant la diffusion par troc, commanditée adressée individuellement, plusieurs copies commanditées à la même adresse, et diffusion vente (“Barter, Sponsored Individually Addressed, Sponsored Multi-Copy Same Addressee, and Sponsored Single-Copy Sales circulation”) au numéro au paragraphe 1 des déclarations de la diffusion et des rapports de vérification doivent déclarer chaque type de diffusion séparément au paragraphe 4 de ces déclarations et rapports.

Les magazines membres doivent déclarer, en terme vérifiable, le genre d’entreprise ou de catégorie de marché du commanditaire/acheteur et la nature/les caractéristiques spécifiques des destinataires de ces copies de magazines commanditées (par exemple “ Commanditées adressées individuellement – manufacturier d’équipement sportif Copies commanditées pour les enseignants en conditionnement physique et les entraîneurs sportifs”-“Sponsored Individually Addressed: A manufacturer of sporting goods Sponsored copies for physical educators and sports coaches”).

Les agents ne doivent pas être commanditaires d’abonnements ou de numéros uniques. (voir C7.42.)

Les membres des magazines peuvent calculer les commanditaires/acheteurs qui sont du même genre d’entreprise ou de catégorie de marché (par exemple “Commandité individuellement adressé : Cinq manufacturiers d’équipements sportifs Copies commanditées pour les enseignants en conditionnement physique et les entraîneurs sportifs”- “Sponsored Individually Addressed: Five manufacturers of sporting goods Sponsored copies for physical educators and sports coaches”).

Si les copies sont demandées par le destinataire final, le magazine membre peut le divulguer (par exemple “Copies adressées individuellement : copies demandées par les consommateurs dans le catalogue en ligne, Commandité par un détaillant de catalogue en ligne”- “Sponsored Individually Addressed: Copies requested by online catalog shoppers, Sponsored by an online catalog retailer”).

La déclaration du nom du commanditaire/acheteur est laissée au choix de l’éditeur.

Une évidence documentaire vérifiable doit être disponible pour appuyer la conformité aux réclamations du magazine membre. Les termes de justification du destinataire doivent aussi être déclarés sous “Marché desservi” (Market Served).

C9.34

La déclaration des abonnements de plusieurs copies au même destinataire et de plusieurs copies commanditées à la même adresse doit inclure une note explicative en bas de page (voir C7.19 et C9.9). Les copies justifiées distribuées aux foires commerciales, aux foires de consommateurs et aux conventions doivent être identifiées séparément à l’intérieur du paragraphe 4, avec un renvoi au paragraphe 8, Données supplémentaires, qui doit inclure les données suivantes : le nom de chaque événement et le nombre de copies distribuées à chacun.

C9.35

Les magazines membres qui déclarent les versions imprimée et digitale doivent déclarer cette diffusion dans les colonnes suivantes :

Version imprimée seulement
Version digitale seulement
Versions digitale et imprimée (si applicable)

La colonne "Versions digitale et imprimée" doit inclure une seule fois chaque abonné. Les classements pour ces abonnés doivent être basés sur la source de justification la plus récente pour chaque morceau d'information démographique utilisée pour justifier les abonnés des versions imprimée et digitale. (voir C7.9)

C9.36

Les ventes au numéro doivent être déclarées séparément et réparties à l'intérieur des catégories suivantes:

- au numéro ("Single")
- plusieurs copies ("Multi-Copy")
- non retournable ("Non-Returnable")
- version digitale

C9.36 (suite)

Les ventes au détail de plusieurs copies doivent être déclarées et une note en bas de page doit les accompagner.

Une analyse de ventes au numéro par type de point de distribution, comme les kiosques à journaux et les magasins au détail, peut être fournie au choix de l'éditeur. S'il en fait le choix, la même analyse sur une base numéro par numéro peut être fournie au paragraphe 8. La quantité des ventes au numéro vendue aux consommateurs au moyen d'un incitatif promotionnel (montage sur couverture) doit être déclarée au paragraphe 8. (voir C7.22 et C9.59).

C9.37 Paragraphe 5 (répartition de la source justifiée)

Contient une analyse (calcul et pourcentage) de la diffusion justifiée non payée (et au choix de l'éditeur peut contenir une analyse de toute la diffusion payée justifiée) par sources utilisant des colonnes d'un, deux et trois ans. Si, au choix de l'éditeur, la diffusion payée est déclarée et les abonnements vendus pour plus de trois ans sont âgés de plus de trois ans, leur diffusion peut être déclarée dans une colonne "+ de trois ans". Seule la diffusion payée pour plus de trois ans peut être déclarée comme dépassant trois ans.

Un paragraphe explicatif doit être inclus au paragraphe 8, Données supplémentaires, mentionnant le nombre de diffusions payées âgées de plus de trois ans.

La diffusion non payée ne peut pas être considérée pour plus de trois ans.

Le numéro analysé doit être le même que celui analysé aux paragraphes 4 et 6 à l'exception de la déclaration de la diffusion provisoire où les chiffres de justification pour la diffusion continue peuvent être obtenus en représentant les pourcentages pour la diffusion continue du dernier rapport de vérification le plus récent.

En déclarant la justification, les chiffres, présentés par l'éditeur couvrant le nombre de destinataires justifiés de chaque source, doivent être déterminés par un calcul réel de la liste entière du numéro analysé. Ce calcul peut être obtenu d'un fichier principal ou d'un rapport d'étiquettes imprimé.

Lorsque les éditeurs choisissent de ne pas déclarer la diffusion justifiée payée par source utilisant les colonnes d'un, deux ou trois ans, la note suivante en bas de page au paragraphe 8 doit être incluse :

"Le paragraphe 5 inclut (xxx) de diffusion justifiée non payée. La diffusion justifiée payée de (xxx) combinée à la diffusion justifiée non payée égale un total de (xxx) de diffusion justifiée pour le numéro analysé."

De plus, lorsque la diffusion justifiée payée est enlevée, l'entête du paragraphe 5 doit indiquer que seule la diffusion justifiée non payée est déclarée et que les pourcentages déclarés doivent être uniquement de la diffusion non payée.

C9.38

Un membre éditeur nouvellement accepté peut choisir de différer la déclaration du nombre de destinataires justifiés pour chaque source jusqu'à la deuxième vérification. S'il fait ce choix, le paragraphe 5 du premier rapport de vérification de la diffusion doit contenir une déclaration décrivant la source des noms sur la liste justifiée et les dispositions prises afin de la mettre à jour. Le nombre de noms obtenus de chaque source ne doit pas être déclaré. La déclaration doit être précédée de la mention suivante:

"Comme il s'agit d'un premier rapport de vérification de la diffusion, les chiffres pour ce paragraphe ne sont pas requis. À leur place, l'éditeur fait la déclaration suivante concernant la source des noms sur leur liste justifiée."

C9.39

La première déclaration des chiffres de diffusion justifiée pour le paragraphe 5 doit être effectuée dans un rapport de vérification de la diffusion. Par la suite, les nouveaux chiffres pour le paragraphe 5 sont requis au moins chaque année, en même temps que la fin de l'année de la vérification du magazine.

Les nouvelles données au paragraphe 5 doivent paraître dans la deuxième déclaration de la diffusion et dans le rapport de vérification de la diffusion de douze mois. Dans la déclaration provisoire de la diffusion, les chiffres de diffusion au paragraphe 5 pour la diffusion continue peuvent être obtenus en répétant les pourcentages pour la diffusion continue à partir du dernier rapport de vérification de la diffusion et en les appliquant à la diffusion justifiée pour le numéro analysé pour la déclaration provisoire afin d'obtenir le total des copies continues pour chaque source.

Ce choix n'est possible que lorsque le total de diffusion justifiée et continue pour le numéro analysé dans la déclaration provisoire de la diffusion est de 10% supérieur ou inférieur au total de diffusion justifiée continue pour le numéro analysé dans le rapport de vérification de la diffusion le plus récent.

Si un magazine effectue une vérification spéciale de six mois pour changer la fin de l'année de vérification (cycle), les données provisoires de la diffusion ne peuvent être projetées qu'à partir d'un rapport de vérification de la diffusion imprimé/publié.

Un éditeur peut déclarer de nouveaux chiffres au paragraphe 5 dans la déclaration provisoire de la diffusion si de nouveaux chiffres sont obtenus à partir d'un calcul d'impression d'étiquettes qui doit faire l'objet d'une vérification.

Les magazines déclarant des diffusions justifiées continues et des diffusions justifiées non continues requièrent des analyses séparées au paragraphe 5. Au choix de l'éditeur, un tableau sommaire combiné peut être fourni. Les pourcentages de chaque tableau doivent s'additionner pour donner un total de 100%.

Les magazines membres déclarant des versions imprimée et digitale doivent déclarer cette diffusion dans les colonnes suivantes:

Version imprimée seulement
Version digitale seulement
Versions imprimée et digitale (si applicable)

La colonne "Versions imprimée et digitale" doit inclure chaque abonné une fois seulement. Les classements pour de tels abonnés doivent être choisis par l'éditeur en autant que la source d'impression est une demande personnelle directe ou une demande de l'entreprise du destinataire.

Si la source d'impression ne provient pas d'une demande personnelle directe ou d'une demande de l'entreprise du destinataire, la source digitale doit être utilisée (voir C7.9).

C9.40

La liste suivante des sources de justification doit être énumérée au paragraphe 5:

- I. Demandes personnelles directes du destinataire
- II. Demandes de l'entreprise du destinataire
- III. Avantages d'adhésion
- IV. Total des communications du destinataire ou du redistributeur (autre que demandes)
- V. Total des sources autres que précédemment (énumérées alphabétiquement)
 - Listes et annuaires d'associations.....
 - Annuaire commerciaux
 - Détenteurs de licences - gouvernements fédéral, provincial, municipal
 - Listes de manufacturiers, distributeurs et grossistes.....
 - Autre source.....

C9.41

Lorsqu'il déclare les sources de justification II et IV, l'éditeur peut réellement déclarer, au paragraphe 8, en termes vérifiables qui a réellement demandé le magazine ou de qui la communication a été reçue.

C9.42

L'éditeur doit insérer en face de chaque source le nombre de destinataires pour lesquels la justification est déclarée.

C9.43

Le matériel de source doit être identifié en bas de page lorsque 10% ou plus de la diffusion est justifiée à l'aide des moyens suivants :

- un seul répertoire d'affaires;
- un seul répertoire ou liste d'association;
- autres sources.

C9.44

Les listes de maisons d'expédition qui ont été approuvées par BPA Worldwide peuvent être déclarées comme autres sources et elles doivent être identifiées en bas de page (voir C10.29.3).

C9.45

Les magazines membres peuvent choisir de déclarer une répartition de leur diffusion justifiée en provenance des États-Unis et à l'international par source et période de temps de justification au paragraphe 5.

C9.46 Paragraphe 6 (Répartition géographique de la diffusion justifiée pour le numéro analysé)

Le paragraphe 6 doit contenir une analyse (calculs et pourcentages) de la diffusion justifiée par état, code postal et préfixes à trois chiffres, comté, province, et nation ou autre zone géographique acceptée. Les abonnés aux magazines digitaux qui ne fournissent pas une adresse terrestre doivent être déclarés comme "Adresse courriel uniquement" ("email address only").

La diffusion non continue incluant les ventes au numéro et les abonnements doit être analysée séparément. Les abonnements de plusieurs copies à la même adresse, si présents, doivent être inclus dans l'état ou autre zone géographique appropriée. Le numéro analysé doit être le même que le numéro analysé au paragraphe 4.

Les analyses fournies par les magazines membres déclarant des diffusions justifiées continues et non continues doivent contenir des titres de classements non continus pour les payés et non payés.

Les magazines membres qui déclarent la diffusion digitale peuvent, au choix, répartir les copies digitales servies par région géographique selon le nombre d'individus qui sont servis seulement la version digitale et ceux qui sont servis la version digitale et imprimée.

Les magazines membres qui déclarent des diffusions commanditées à l'adresse individuelle; de plusieurs copies commanditées à la même adresse, d'emplacements publics; ou de ventes au numéro commanditées au paragraphe 1 des déclarations de la diffusion et des rapports de vérification peuvent, au choix, répartir la diffusion par zone géographique étant servie.

Nouvelle-Angleterre	Centre Sud-Est
Moyen-Atlantique	Centre Sud-Ouest
Centre Nord-Est	Montagnes
Centre Nord-Ouest	Pacifique
Atlantique-Sud	

De plus, les copies des territoires américains, du Canada, du Mexique, de l'international, ou les copies adressées APO et/ou FPO* doivent être déclarées.

Au choix, la répartition de la population américaine peut être fournie avec un index déclarant le quotient du pourcentage de la diffusion divisé par le pourcentage de la population de cette zone géographique.

La source des données de population américaine doit être indiquée en bas de page.

Pour la diffusion du Royaume-Uni, le paragraphe 6 déclarera la répartition géographique suivante:

Nord	Londres et ses environs
Yorkshire et Humberside	Sud-Est
Nord-Ouest	Sud-Ouest
East Midlands	Wales
West Midlands	Écosse
East Anglia	Irlande-du-Nord

Les magazines membres déclarant la diffusion au Royaume-Uni peuvent le faire par comté dans les régions, en utilisant la répartition standardisée de BPA Worldwide.

Les magazines membres déclarant la diffusion internationale par région et/ou pays peuvent choisir de le faire en utilisant la répartition standardisée de BPA Worldwide.

La diffusion internationale déclarera les répartitions régionales suivantes :

Asie	Caraïbes
Moyen-Orient	Amérique centrale

Europe Amérique-du-Sud
Afrique Asie-Pacifique
Amérique-du-Nord

Les répartitions standardisées des pays sont disponibles pour chaque région. Les régions représentant 5% ou plus de la diffusion totale justifiée pour le numéro analysée doivent inclure une analyse des pays **C9.46** (suite)

ainsi que les copies desservies. L'éditeur a le choix de déclarer les régions sans pays si les sous-totaux régionaux sont inférieurs à 5%. L'éditeur a le choix d'omettre les pays et régions sans diffusion.

C9.47

Les magazines membres qui déclarent une diffusion des États-Unis et qui choisissent d'ajouter au paragraphe 6 de leur déclaration de la diffusion une répartition plus poussée du *Standard Metropolitan Statistical Areas* (SMSA) doivent respecter le règlement suivant:

Seuls les mots présentés dans les manuels et les rapports gouvernementaux du SMSA récents peuvent être utilisés pour les codes régionaux et les titres régionaux. Les magazines membres déclarant selon le SMSA doivent utiliser les plus récents manuels et suppléments du gouvernement. Des copies des manuels du SMSA peuvent être achetées au : "Geography Division, Bureau of Census, Social and Economic Statistics Administration, U.S. Department of Commerce, Washington, D.C. 20233".

Toute la diffusion justifiée pertinente doit être déclarée selon le *Standard Metropolitan Statistical Areas* (SMSA). Les copies non incluses dans l'analyse SMSA doivent être déclarées séparément et doivent être incluses dans la diffusion justifiée totale pour le numéro analysé.

C9.48

Les magazines membres peuvent présenter, aux paragraphes 6 ou 8, une analyse de la diffusion justifiée américaine par grandeur de comté ABCD.

C9.49

Les magazines membres qui distribuent à une zone géographique spécifiquement définie ont le choix d'inclure une carte géographique pour présenter leur distribution de diffusion.

Paragraphe 7: Analyse sur trois ans: Diffusion moyenne vérifiée et déclarations de la diffusion courante non vérifiée

Doit déclarer la moyenne du total de la diffusion justifiée vérifiée pour des intervalles de diffusion de six mois pour les deux années précédentes incluant la (les) déclaration(s) de la diffusion courante non vérifiée(s).

Les données doivent inclure une déclaration de la moyenne du total de la diffusion justifiée vérifiée, la diffusion justifiée payée et le total de la diffusion justifiée non payée. La diffusion de la version digitale justifiée et la diffusion de la version imprimée doivent aussi être déclarées, s'il y a lieu.

C9.50

La moyenne du pourcentage de copies échues pour les numéros présentés au paragraphe 2, et la moyenne du prix d'abonnement annualisé (incluant la valeur de la prime) doivent aussi être déclarés.

Les magazines ayant une moyenne de diffusion totale justifiée de 50 000 ou inférieure, et une moyenne de diffusion justifiée payée inférieure à 5% au paragraphe 1, n'ont pas l'obligation de déclarer les copies échues ou la moyenne du prix de commande. Les magazines avec plus de 50 000 de moyenne de

diffusion justifiée au paragraphe 1, ont aussi le choix de le déclarer quand la moyenne de diffusion justifiée payée est inférieure à 2%.

Il faut aussi déclarer la base de tarification établie, s'il y a lieu, qui consiste en une comparaison entre la moyenne de diffusion justifiée vérifiée et la base de tarification. Si la base de tarification n'est pas déclarée: "Pas déclarée" doit être indiqué au lieu de la base de tarification.

C9.50 (suite)

Le calcul des pourcentages des copies échues doit être fait sur la base de la moyenne du nombre de copies desservies en arriérés pendant la période divisé par la moyenne du total de la diffusion justifiée pour la même période, comme déclaré au paragraphe 1.

La première déclaration obligatoire de ces données doit être effectuée lors de la première vérification. Chaque année subséquente, de nouvelles données seront ajoutées jusqu'à ce que les données pour cinq ans soient obtenues.

C9.51 Paragraphe 8 (Données supplémentaires)

Doit contenir les explications supplémentaires nécessaires pour compléter les faits déclarés ailleurs dans la déclaration. Seules les données approuvées par le président peuvent être présentées dans ce paragraphe.

C9.52

Les magazines choisissant de déclarer la diffusion justifiée non payée et celle payée séparément des paragraphes 2 à 7, et déclarant des abonnements cadeaux en surplus de 50 abonnements achetés par un donateur comme diffusion "individuelle" au paragraphe 1 de la déclaration de la diffusion doit déclarer une analyse de cette diffusion au paragraphe 8 comme suit :

"Lorsque plus de 50 abonnements sont vendues comme cadeaux achetés par un donateur et déclarés comme "individuels" au paragraphe 1, on doit obligatoirement divulguer la quantité d'abonnements vendus de cette manière. En conséquences, ### abonnements cadeaux ont été vendus, allant de 51 copies à un maximum de ## par commande au prix d'abonnement suivant:....

Les copies sont individuellement adressées aux destinataires qui sont (expliquer la relation entre le donateur et le destinataire), par exemple, amis ou famille du donateur.

L'éditeur peut ajouter des renseignements supplémentaires à ces notes afin de définir encore plus précisément la relation avec le donateur.

C9.53

Les magazines choisissant de déclarer la diffusion justifiée payée et non payée séparément des paragraphes 2 à 6 et déclarant la diffusion comme avantage d'une adhésion aux paragraphes 1 et 4 de la déclaration de la diffusion doivent déclarer une analyse de cette diffusion au paragraphe 8 comme suit:

S'il y a lieu, doit stipuler, "..... est un magazine officiel de" "

De plus, l'information suivante doit être mentionnée:

Les abonnements comme Avantage d'une adhésion de membre justifiée payée ayant une moyenne de copies ont été vendus à des destinataires justifiés aux prix d'abonnement suivants :

Le prix d'abonnement annuel des membres de(déductibles/non-déductibles)...est inclus dans les frais de celui-ci"

L'éditeur peut ajouter une explication à ces notes afin de mieux définir l'organisation de membres en question.

C9.54

Un magazine offert comme avantage d'une adhésion qui dépend d'un chapitre local pour le paiement de tels abonnements peut mentionner au paragraphe 8 s'il ne choisit que de compléter les colonnes de **C9.54** (suite)

diffusion payée aux paragraphes 1 et 4 de sa déclaration de la diffusion:

"Puisque les frais d'avantage d'une adhésion pour ce magazine sont perçus par des chapitres locaux, les données de diffusion justifiée payée ne doivent être déclarées qu'aux paragraphes 1 et 4 de cette déclaration."

C9.55

Les magazines déclarant la diffusion justifiée non payée et justifiée payée séparément entre les paragraphes 2 à 6 et déclarant une diffusion de plusieurs copies au même destinataire au paragraphe 1 de leur déclaration de la diffusion doivent déclarer une analyse de la diffusion de plusieurs copies au même destinataire au paragraphe 8 comme suit:

"Les abonnements justifiés de plusieurs copies au même destinataire ayant en moyenne.. copies ont été vendus, en quantité de à à des destinataires justifiés aux prix d'abonnements suivants de:"

C9.56

Les magazines déclarant les ventes au numéro au paragraphe 1, et incluant les ventes au numéro, plusieurs copies et/ou non retournables dans ce chiffre, doivent séparer les ventes au numéro, les ventes de plusieurs copies et celles non retournables sur une base de numéro par numéro au paragraphe 8.

C9.57

L'éditeur a le choix de donner une répartition des ventes en kiosque par type de points de vente, (par exemple, kiosque à journaux, magasin au détail, etc.) et/ou par diffusion domestique et internationale au paragraphe 8.

C9.58

Les magazines déclarant les ventes au numéro au paragraphe 1 et incluant des non-retours dans ce chiffre, doivent inscrire au paragraphe 8 la méthodologie utilisée pour déterminer les ventes nettes (voir C7.33).

C9.59 Pourcentage de renouvellement de la diffusion justifiée

Les éditeurs peuvent, au choix, déclarer le taux de renouvellement pour la diffusion justifiée payée au paragraphe 8. La première déclaration du taux de renouvellement doit être dans le rapport de vérification de la diffusion. Si un magazine choisit de ne pas déclarer ces données, un tableau de pourcentage de renouvellement n'apparaîtra pas.

Si déclaré, ce paragraphe doit déclarer le nombre d'abonnements justifiés payés qui viennent à échéance lors des douze mois se terminant huit mois avant la fin de la période couverte par le rapport, le nombre de ces échéances qui ont été renouvelées, et le pourcentage de renouvellement. Un abonnement doit être considéré comme un renouvellement s'il a été renouvelé à l'intérieur de six mois de sa date d'échéance et payé à l'intérieur de six mois suivant la réception de la commande de renouvellement.

Le taux de renouvellement, si déclaré, doit être indiqué séparément pour les abonnements d'avantages

d'adhésion.

C9.60

Diffusion moyenne non justifiée

La distribution doit être déclarée comme chiffre total et inclut la distribution pour la période suivante :

C9.60 (suite)

Copies d'annonceurs et d'agences;

Non justifié payé;

Copies alternées ou occasionnelles;

Copies pour conventions ou foires commerciales (si elles ne SONT PAS déclarées comme justifiées);

et toutes les autres copies imprimées à l'exception des retours de ventes au numéro.

L'éditeur a le choix de déclarer ces catégories séparément.

Si les ventes au numéro sont déclarées, le commentaire suivant doit être inclus, "La diffusion moyenne non justifiée exclut les retours de vente au numéro."

C9.61

Les magazines membres déclarant des versions imprimée et digitale ont le choix de déclarer un tableau qui présente le détail de la manière dont les abonnés obtiennent la version digitale en la recevant automatiquement ou en la téléchargeant, en l'obtenant ou en allant la chercher de façon manuelle.

Si le tableau est déclaré, ces données doivent être déclarées aux paragraphes 1, 2, 4, 5, 6 et 7.

C9.61.1

Un numéro téléchargé/récupéré/reçu peut être compté dans le tableau en autant que le numéro a été téléchargé/récupéré/reçu à l'intérieur de 60 jours de l'avertissement. Lors de la déclaration de la diffusion, tout numéro pour lequel le calcul final des téléchargés/récupérés/reçus ne sont pas disponibles peuvent être estimés sur une base de moyenne historique. Lors de la vérification, l'estimation sera comparée aux données réelles. Si la variation est matérielle, un rapport de vérification de la diffusion sera émis pour ajuster la diffusion en conséquence.

C9.61.2

Les magazines déclarant la diffusion requise justifiée nette pour les versions digitales peut inclure un tableau présentant le détail du nombre brut d'abonnés digitaux justifiés et les copies imprimées justifiées existant pour chaque numéro. Ces destinataires qui reçoivent les deux versions digitale et imprimée doivent être calculés en nombre brut. Ces données doivent être présentées au paragraphe 8, Données supplémentaires.

C9.62

Les magazines qui déclarent des copies au numéro vendues avec incitatif promotionnel (sur couverture) doivent montrer au paragraphe 8 une analyse numéro-par-numéro de nombre de copies au numéro vendues avec l'incitatif promotionnel. La nature de l'incitatif promotionnel (sur couverture) et les détails de l'offre doivent aussi être déclarés.

C9.63 Attestation de l'éditeur

Une déclaration de la diffusion doit comporter l'attestation de l'éditeur contenant deux signatures. Au moins l'une des deux signatures doit être celle d'un membre de la direction de la compagnie d'édition ou celle de son représentant autorisé.

Les noms et les titres des personnes signant la déclaration de la diffusion doivent être imprimés sous leur signature. Si vous faites une déclaration électronique, les attestations signées doivent être télécopiées ou postées à BPA Worldwide.

C9.63 (suite)

Cette exigence ne s'applique pas à une déclaration de la diffusion corrigée et publiée par BPA Worldwide, tel que mentionné à l'article C11.6 de ces règlements.

C9.64 Date reçue

Toutes les déclarations de la diffusion doivent contenir la date reçue par BPA Worldwide.

C10.0 - OBLIGATIONS ET PREUVES JUSTIFICATIVES NÉCESSAIRES AUX FINS DE VÉRIFICATION

C10.1 Généralités

La méthodologie de vérification des magazines de consommation de BPA Worldwide est basée sur des dossiers d'inventaire perpétuels par numéro des noms sur une liste de diffusion. L'éditeur est responsable d'assurer la mise à jour précise de sa liste de diffusion et de ses dossiers selon ces règlements. La vérification des magazines de consommation de BPA Worldwide est conçue pour vérifier et authentifier les déclarations de la diffusion de l'éditeur.

C10.2 Vérification spéciale de trois ou six mois

Un magazine peut demander que le président effectue une vérification de trois ou six mois se terminant par un mois autre que juin ou décembre (juillet et janvier pour les revues médicales) si, selon l'avis du président, des circonstances nécessitent la vérification et que le magazine respecte les conditions suivantes :

La demande du magazine pour une vérification spéciale de trois ou six mois doit être donnée par écrit et expliquant la raison de la vérification.

Le magazine doit payer des frais réguliers de vérification pour la vérification spéciale.

Un magazine ayant choisi une période se terminant avec un mois autre que juin ou décembre pour son rapport spécial de vérification de la diffusion de trois ou six mois, doit retourner à l'horaire normal de juin ou décembre pour sa première déclaration de la diffusion suivant le rapport de vérification de la diffusion spécial de trois ou six mois, et incluant tous les numéros vérifiés précédemment nécessaires afin de compléter la période de six mois.

Le magazine peut continuer de procéder à vérification au cours de son cycle original de vérification ou, sur approbation du président, le cycle de vérification peut être changé.

Un éditeur peut choisir de projeter les paragraphes provisoires 3b et 3c des données de diffusion d'un rapport imprimé et publié.

C10.3 Liste de diffusion

Une preuve imprimée d'un fichier électronique de tous les noms sur la liste de diffusion justifiée pour le numéro analysé doit être remise au vérificateur. Un calcul réel de la liste de diffusion doit être effectué par

distribution géographique, et par les classements qui sont présentés au paragraphe 4 de la déclaration de la diffusion. Le calcul de classements (par types de classements) doit être compilé par province ou autre région géographique à moins que le président en ait décidé autrement. Les formulaires requis pour les tableaux de ces calculs seront fournis par la société.

Un éditeur qui déclare des nouveaux chiffres de justification au paragraphe 5 dans sa déclaration provisoire de la diffusion doit fournir au vérificateur un calcul réel de la liste de diffusion.

C10.4 Pièces justificatives

Les éditeurs membres doivent fournir aux fins d'examen du vérificateur la preuve d'expédition de chaque **C10.4** (suite)

numéro du magazine pour la période étant vérifiée. Cette preuve doit être sous forme de reçus du bureau de poste ou d'un autre courrier si le bureau de poste n'est pas utilisé.

Ces reçus peuvent avoir un aspect différent selon les règlements postaux locaux. Si plusieurs copies au même destinataire ou une autre diffusion internationale est déclarée, les preuves appropriées de leur expédition doivent être disponibles.

De plus, les reçus pour l'argent déposé au bureau de poste doivent être conservés pour l'examen du vérificateur.

Pour les versions digitales, la déclaration sommaire des avertissements et des distributions/téléchargements doit être fournie au vérificateur avec le journal correspondant (log) (voir C7.9).

C10.5

Une copie de tous les numéros, les chèques annulés, les rapports de tirage de presses et les rapports de consommation de papier doivent être disponibles. Le vérificateur peut demander l'accès aux comptes du grand livre concernant la diffusion et cette inspection doit être faite en présence d'un représentant du magazine.

C10.6

Les preuves de classement, comme déclarées au paragraphe 4 doivent être disponibles pour tous les destinataires de la liste d'envoi de la diffusion justifiée. Cette preuve ne peut pas être plus âgée que trois ans à compter de la date du numéro analysé.

Si un questionnaire est utilisé pour obtenir des renseignements d'un destinataire, le questionnaire et le matériel afférent ne doivent pas mener de façon inappropriée le destinataire à donner des données de justification désirée pour recevoir le magazine.

Lorsqu'un questionnaire est utilisé pour obtenir une information spécifique concernant les activités commerciales d'un destinataire, une question semblable à l'une de celles-ci doit être demandée :

"Quelle est votre domaine d'activité commerciale principal? (Cochez une seule réponse.)"

"L'activité commerciale principale de mon entreprise à cet emplacement est.....
(Cochez une seule réponse.)"

"Veuillez cocher l'item qui décrit le mieux l'activité commerciale principale de votre entreprise.

(Cochez une seule réponse.)"

Insérez la lettre "Veuillez indiquer le produit fini principal (ou le service rendu à votre emplacement commercial) en écrivant la lettre de l'alphabet correspondante dans le carré gauche."



Lorsqu'un questionnaire est utilisé pour obtenir de l'information spécifique concernant le titre d'un destinataire, une question semblable à l'une des suivantes devrait être demandée sur le formulaire :

"Quel est votre emploi ? (Cochez une seule réponse.)"
"Quel est votre emploi ? (s.v.p. précisez)"

Lorsqu'un questionnaire est utilisé pour obtenir une information précise concernant la fonction d'un destinataire, une question semblable à l'une des suivantes doit être demandée sur le formulaire :

C10.6 (suite)

"Quelle est votre emploi principal? (Cochez une seule réponse.)"

"Veuillez cocher la catégorie qui décrit le mieux votre emploi principal. (Cochez une seule réponse.)"

"Emploi (évaluez en ordre d'importance 1, 2, 3, etc.)."

Insérez
la lettre

"Veuillez indiquer votre emploi principal en écrivant la lettre correspondante dans la boîte à gauche."



C10.7

Les commandes originales, les factures dues, les demandes d'adhésion et la preuve de paiement pour tous les abonnements justifiés payés doivent être mis à la disponibilité du vérificateur afin de déterminer, s'il y a lieu, le prix, la période, la date d'échéance, comment l'imprimé a été commandé et l'usage d'incitatifs promotionnels.

C10.8

Les éditeurs doivent conserver, pour l'usage du vérificateur, des copies de toutes les offres d'abonnement et les copies de tous les contrats signés avec les agents de télémarketing, les agences d'abonnement ou toutes autres parties pour lesquels les abonnements sont obtenus pour leur magazine ainsi que pour les distributeurs (distributeurs nationaux et/ou grossistes et/ou détaillants) des ventes au numéro.

C10.9

Les magazines doivent coder dans leurs dossiers informatiques et publier un dossier imprimable les informations relatives au prix payé, au classement démographique (s'il y a lieu), la source et les dates de justification, la durée de chaque abonnement, comment le magazine a été commandé, l'utilisation d'incitatifs promotionnels et la date d'échéance de l'abonnement.

C10.10

Pour les magazines déclarant la diffusion justifiée payée dans leur déclaration de la diffusion, l'éditeur doit produire des tableaux qui séparent respectivement les calculs de la diffusion justifiée payée et la diffusion justifiée non payée. Pour les magazines déclarant la diffusion justifiée non payée et non continue, l'éditeur doit rendre disponible des listes séparées de la diffusion justifiée non payée et non continue pour chaque numéro.

C10.11

Les magazines déclarant la diffusion justifiée payée dans leur déclaration de la diffusion doivent mettre à jour leur registre d'abonnements quotidien, hebdomadaire ou mensuel (le journal d'inscriptions d'origine) ou un système à sa place qui enregistre les informations suivantes concernant chacune et toutes les inscriptions reçues: (a) prix payé, (b) date de paiement, (c) durée d'abonnement, (d) comment le magazine a été commandé, (e) incitatifs promotionnels, si présents, (f) plusieurs copies au même abonné, (g) abonnement comme avantage d'inscriptions.

C10.12

Les magazines déclarant les ventes au numéro au paragraphe 1 doivent conserver les pièces justificatives pour appuyer leur énoncé.

C10.12 (suite)

Un manifeste d'expédition doit être conservé, qui indique les destinations pour les répartitions d'expéditions et les reçus d'expédition en gros pour la distribution de copies de l'imprimeur au(x) premier(s) point(s) de redistribution, soit le distributeur, grossiste/agent de répartition, ou de points de vente faisant affaires directement avec l'éditeur.

L'éditeur doit maintenir des comptes précis pour chaque titre de magazine pour tout distributeur national, grossiste ou fournisseur avec qui il effectue des transactions de ventes en kiosque.

Toutes les entrées au compte doivent être documentées, incluant les factures de tirages, les pages de couverture ou les attestations des retours ainsi que les preuves adéquates de paiements reçus et des crédits émis.

C10.13

Les magazines déclarant de la diffusion non continue et non payée doivent conserver les pièces justificatives pour motiver la justification des destinataires et l'envoi des copies.

C10.14

Tous les documents utilisés pour vérifier la liste d'envoi de la diffusion justifiée lors de l'analyse du numéro doivent être mis à la disponibilité du vérificateur.

C10.15

Les preuves de justification présentées par l'éditeur doivent supporter toutes les données d'expédition sur l'étiquette ou l'imprimé. Par contre, les preuves d'adresses de rues ou de boîtes postales peuvent être omises dans les cas où le bureau de poste avise l'éditeur du changement d'adresse.

Ces règlements n'ont pas été construits afin d'exiger de l'éditeur qu'il inclut le nom d'une personne ou tout autre élément précis sur l'étiquette ou l'imprimé. Dans le cas de données d'expédition présentes, elles doivent être, par contre, supportées par une preuve sujette à la déclaration que le destinataire est à l'intérieur du domaine desservi et qu'il est conforme à la déclaration de la diffusion tel qu'indiqué sur la première page de la déclaration de la diffusion ou du rapport de vérification de la diffusion, et qu'il a été correctement classé au paragraphe 4.

C10.16

Dans le cas où l'adresse et la justification d'un destinataire unique fait l'objet d'une preuve justificative de plus d'une source, l'éditeur pourrait choisir n'importe laquelle mais pas plus qu'une de ces sources sous lesquelles classer le destinataire au paragraphe 5 de la déclaration de la diffusion. Par contre, lorsque les copies d'un magazine sont dirigées à des individus précis par noms, l'éditeur doit déclarer les sources

d'origine desquelles il a obtenu le nom du destinataire.

C10.17

Les types de preuves suivantes NE SONT PAS acceptés comme preuve de justification:

Les formulaires d'avis de changements d'adresses officiels du bureau de poste ne constituent pas une preuve acceptable de justification à moins qu'ils ne comprennent aussi des informations de justification adéquates.

Tous les rapports provenant de l'organisation du magazine ou des employés de l'éditeur à l'exception d'entrevues téléphoniques qui ont été approuvées par BPA Worldwide et les contrats payés en

C10.17 (suite)

échange d'un espace d'exposition pour les copies destinées aux foires commerciales (voir C10.20, C10.22 et C10.25)

C10.18 Détails des preuves de justification

Plusieurs types de preuves sont acceptables pour prouver la justification:

C10.19 Demande personnelle directe du destinataire: écrite

C10.19.1

Les lettres de destinataires individuels justifiés qui demandent le magazine peuvent être déclarées comme diffusion sur demande.

C10.19.2

Les éditeurs qui choisissent d'utiliser un questionnaire standardisé pour développer une diffusion sur demande, incluant ceux transmis électroniquement, doivent demander une question sur le formulaire, semblable à celle-ci: "Voulez-vous recevoir (ou continuer de recevoir) ce magazine? Oui ... Non" Les questionnaires non payés doivent être restreints à une période de temps précise seulement si la période de temps présente ou précise est indiquée dans la question: "Voulez-vous recevoir (continuer de recevoir) ce magazine pour 10 mois ? Oui ... Non...."

C10.19.3

Les éditeurs ont le choix d'utiliser une autre question semblable à celle-ci: "Veuillez s.v.p. signer ici si vous voulez recevoir (continuer de recevoir) ce magazine." Les formulaires choisissant cette alternative doivent être signés pour être considérés comme diffusion sur demande personnelle écrite.

C10.19.4

Les formulaires de diffusion sur demande écrite de plusieurs magazines sont acceptables et peuvent être calculés comme des diffusions sur demande écrite en autant que les exigences suivantes sont respectées:

Les magazines offerts doivent être homogènes en ce que leurs définitions de justifications des destinataires doivent être semblables et desservir des entreprises, industries, activités commerciales, emplois ou professions à l'intérieur de limites clairement définies.

Une signature séparée de l'abonné est nécessaire pour effectuer une demande pour chaque magazine.

Le texte de sollicitation doit divulguer le fait que l'on offre plusieurs magazines.

Une description du contenu éditorial différenciant les magazines offerts doit être présentée sur la carte de justification. Le formulaire d'offre doit présenter les divers logos des magazines pour aider à différencier les titres.

Une question semblable à celle suivante doit être demandée sur le formulaire:

C10.19.4 (suite)

Signez ici si vous voulez recevoir
MAGAZINE XXX

Signez ici si vous voulez recevoir
MAGAZINE YYY

Signez ici si vous voulez recevoir
MAGAZINE ZZZ

Date

C10.19.5

BPA Worldwide approuvera tout questionnaire qui est constant avec le domaine desservi et la déclaration de la diffusion ainsi qu'avec les classements déclarés au paragraphe 4 de la déclaration de la diffusion.

C10.19.6

Lorsqu'un questionnaire est utilisé, les destinataires qui indiquent qu'ils ne désirent pas recevoir le magazine doivent être enlevés de la liste de diffusion justifiée à l'intérieur de 90 jours de réception de la communication.

C10.19.7

Les formulaires de justification qui sont autorisés ou identifiés comme "formulaires de nouveaux abonnements" doivent être calculés comme diffusion sur demande. Ces formulaires n'ont pas besoin d'inclure la question demandant au destinataire s'il veut recevoir le magazine.

10.19.8

Les cartes service lecteurs peuvent être calculées comme diffusion sur demande si le destinataire a signé la carte et répondu à la question "Oui, je désire recevoir (continuer de recevoir) ce magazine." (voir C10.24.2)

C10.19.9

Un changement d'adresse peut être déclaré comme diffusion sur demande pour un seul magazine en autant qu'il est initié par le destinataire.

C10.19.10

Les questionnaires doivent inclure un endroit pour la signature du destinataire et une autre pour la date.

C10.19.11

Les éditeurs qui veulent accepter les demandes par moyen électronique (par exemple, babillard électronique, courrier électronique, disquette, etc.) doivent présenter une copie d'une transcription (panneaux écran par écran) à BPA Worldwide afin qu'ils soient approuvés avant leur usage. L'approbation de BPA Worldwide sera donnée pour toute transcription électronique qui contient (voir C10.60):

C10.19.11 (suite)

des informations adéquates (panneaux de menus et d'écran) à l'utilisateur final

un endroit pour le nom, la fonction, et l'adresse d'entreprise du destinataire.

une question de demande acceptable avec une question de données personnalisées pour confirmer la demande (tel que défini à l'article C10.20.2) incluant un endroit pour la date

la documentation sur la conformité du répondant concernant le domaine desservi et la définition de la justification du destinataire doivent être disponibles par moyen électronique ou par une source secondaire.

C10.19.12

Les tests préalables de scripts, de systèmes et procédures électroniques pour solliciter cette forme de demande peuvent être exigés pour déterminer leur aptitude.

C10.19.13

Les types de diffusion justifiée payée suivantes peuvent être considérés comme diffusion sur demande (l'endroit pour la signature est non obligatoire pour les formulaires d'abonnements payés):

Abonnements individuels payés directement à l'éditeur.

Abonnements individuels payés reçus par des fournisseurs

Abonnements déductibles comme avantages d'adhésions

C10.19.14

Les types de diffusion payée suivants NE SONT PAS à déclarer comme diffusion sur demande:

Abonnements vendus en quantités de deux ou plus

Abonnements commandés par des commanditaires

Abonnements non déductibles, excepté lorsque l'éditeur a obtenu une demande précise du membre pour recevoir le magazine. Par contre, ceci ne s'applique pas lorsqu'une offre non déductible provoque une demande pour recevoir la version digitale du magazine.

Plusieurs copies au même destinataire

Abonnements uniquement au nom de l'entreprise

C10.19.15

Lorsqu'un incitatif promotionnel est offert à des destinataires individuels comme encouragement pour obtenir une diffusion sur demande justifiée non payée ou justifiée payée, l'éditeur doit identifier la prime et la quantité utilisée au bas de page du paragraphe 5.

C10.19.16

Lorsque deux magazines ou plus sont fusionnés, la diffusion sur demande doit être donnée au bas de page du paragraphe 5 en indiquant le pourcentage de diffusion sur demande de chacun des magazines

fusionnés.

C10.19.17

Lorsque des loteries promotionnelles, des tirages de prix ou des concours sont offerts à des destinataires individuels comme encouragements pour obtenir une diffusion sur demande justifiée payée, l'éditeur doit indiquer au bas de la page le nombre d'abonnements vendus par l'utilisation de ces offres au paragraphe 5 et fournir une explication de l'offre en question au paragraphe 8, tel qu'indiqué de manière suivante:

". . . les destinataires déclarés comme diffusion sur demande au paragraphe 5 ont été obtenus par l'utilisation d'offres de loteries promotionnelles . . ."

C10.19.18

Lorsque des loteries promotionnelles, des tirages de prix ou des concours sont offerts à des destinataires individuels comme encouragement pour obtenir une diffusion sur demande justifiée non payée, ces destinataires doivent être déclarés sous "Autres sources" (voir C10.29.2).

C10.20 Demande personnelle directe du destinataire: télécommunication

C10.20.1

Les télécommunications des destinataires individuels justifiés demandant que le magazine soit déclaré comme une demande personnelle par télécommunication.

C10.20.2

Les éditeurs choisissant d'utiliser une télécommunication simple pour obtenir des demandes personnelles doivent respecter les conditions suivantes:

Une question semblable à la celle qui suit devrait être demandée et répondue pendant l'entrevue téléphonique: "Voulez-vous recevoir (continuer de recevoir) ce magazine? Oui ... Non... Afin de permettre de vérifier de nouveau votre demande, veuillez s.v.p. indiquer le mois et/ou date d'anniversaire- mois ... jour..., le nom de famille de votre mère ou l'établissement secondaire où vous avez gradué."

D'autres formes de questions personnalisées dont uniquement le destinataire et non l'éditeur connaît la réponse, peuvent être demandées si le destinataire ne répond pas dans l'affirmative à la question originale. Une fois qu'une question en particulier a été utilisée et que la réponse a été emmagasinée, une question différente doit être dorénavant utilisée comme question récente. Si le répondant refuse de répondre à toute question personnelle, l'entrevue peut être considérée comme demande personnelle si l'entrevue est enregistrée par magnétophone et que le répondant répond par l'affirmative à la question concernant la demande. La question personnalisée n'est pas obligatoire pour les télécopies ou dans le cas de l'enregistrement de l'entrevue par bande magnétique.

C10.20.3

Un formulaire d'entrevue téléphonique doit être présenté à BPA Worldwide pour qu'il soit approuvé avant son utilisation. BPA Worldwide donnera son accord pour toute entrevue téléphonique qui:

comporte des instructions adéquates (script) pour l'interviewer téléphonique (appels sortants) ou pour le destinataire (appels entrants) incluant une déclaration au début de l'appel téléphonique dans les circonstances où l'appel est enregistré.

contient le nom, le titre, l'adresse de l'entreprise et le numéro de téléphone du destinataire.

contient une question de demande acceptable incluant une question de données personnalisées liée

à la demande (tel que défini à l'article C10.20.2 précédent).

C10.20.3 (suite)

est pertinente au marché desservi et à la déclaration de diffusion.

est signée et datée par l'interviewer pour les appels sortants et entrants, est enregistrée de manière appropriée par le destinataire, signée et datée.

C10.20.4

Le conjoint ou la conjointe du destinataire justifié peut demander le magazine au nom du destinataire justifié. Ceci peut être déclaré comme demande personnelle par télécommunication.

C10.20.5

L'adjoint(e) autorisé(e) du destinataire justifié peut demander le magazine au nom du destinataire justifié. Ceci peut être déclaré comme demande personnelle par télécommunication, en autant que les conditions suivantes sont respectées :

L'assistant autorisé doit confirmer à l'éditeur qu'il fournit un support administratif au destinataire justifié.

L'assistant autorisé doit confirmer à l'éditeur qu'il se considère autorisé à demander un magazine au nom du destinataire justifié.

Dans une entrevue téléphonique, un assistant autorisé ne peut pas demander un magazine pour plus d'un destinataire justifié et être considéré comme demande personnelle (voir C10.20, Demande de l'entreprise du destinataire: télécommunication).

Les éditeurs choisissant de communiquer avec un assistant autorisé pour obtenir une demande personnelle par télécommunication doivent se conformer aux mêmes conditions concernant les demandes par télécommunication déterminées dans ces règlements (voir C10.20.2). De plus, l'éditeur doit respecter les conditions suivantes:

L'éditeur doit obtenir le nom complet et la fonction de l'assistant autorisé.

C10.20.6

Lorsque plusieurs demandes sont obtenues au cours d'une seule télécommunication, elles peuvent être calculées comme une diffusion sur demande par télécommunication en autant que les entrevues sont enregistrées sur bande magnétique, qu'il y a une question de demande distincte, demandée et répondue, pour chacun des magazines, et qu'une telle diffusion soit en conformité avec l'article C10.19.4 (voir C10.20.9).

C10.20.7

Il est possible que la vérification précédente des scripts, des systèmes et des procédures pour solliciter des demandes par télécommunication soit obligatoire pour déterminer leur vérifiabilité.

C10.20.8

Pour les transmissions entrantes reçues par équipement de télécommunication, les pièces justificatives adéquates vérifiant l'heure et la date d'appel doivent être conservées. En plus de la question de demande personnalisée, le destinataire peut être instruit de composer un code unique d'identification indiqué sur l'étiquette de l'éditeur.

C10.20.9

Les éditeurs sont responsables de conserver les pièces justificatives suivantes mises à la disponibilité du vérificateur lors de la vérification et/ou lors de visites aléatoires:

toutes les factures des compagnies de téléphone.

toutes les copies générées par ordinateur incluant les sommaires par dates d'appels reçus,

le nombre d'appels téléphoniques placés et reçus ainsi que les entrées informatiques des tâches accomplies.

les enregistrements sur bande magnétique (si permis et disponibles) doivent être inspectés par le vérificateur pour vérifier l'adhésion au formulaire d'entrevue approuvé par BPA Worldwide incluant l'enregistrement approprié de la réponse du destinataire. Lorsque les conversations sont enregistrées, le destinataire doit être informé au début de l'appel que la conversation sera enregistrée.

La surveillance des entrevues en direct peut être effectuée pour les mêmes raisons.

C10.20.10

L'éditeur est responsable de la documentation et de l'exactitude des demandes par télécommunication incluant les demandes des firmes externes de télémarketing.

C10.20.11

Le vérificateur comparera et fera le contrôle croisé de toutes les pièces justificatives et effectuera tous les autres tests jugés nécessaires, incluant les suivis de contact téléphonique et/ou les confirmations d'expédition pour attester de manière complète et exacte l'information de demande et de justification. L'éditeur sera facturé pour les coûts encourus pour toutes confirmations spéciales conduites par BPA Worldwide ou son agent.

C10.20.12

Tous les autres règlements précis concernant l'utilisation de primes pour la diffusion par demande écrite (voir l'article C10.19.15) ou concernant la fusion de la diffusion des magazines (article C10.19.16) s'appliquent aux télécommunications.

C10.21 Demande de l'entreprise du destinataire: Internet et courriel

C10.21.1

Pour les éditeurs qui veulent accepter des demandes par voie électronique (par ex, Internet, et courrier électronique, courriel), une copie, un hyperlien ou une transcription (panneau écran-par-écran) doit être envoyé à BPA Worldwide pour être approuvé avant l'utilisation. BPA Worldwide approuvera toute transcription électronique qui contient:

... des instructions adéquates (menu et panneaux d'écran) au destinataire final.

... un endroit pour le nom et l'adresse du destinataire.

... une question de demande acceptable avec une question de données personnalisées pour confirmer la demande (tel qu'indiqué à l'article C10.20.2) et un endroit pour la date.

... correspondance de courriels entrant, non générée par des formulaire de justification Web, demandant un magazine, n'a pas à inclure une question de données personnelles. Par contre, la

C10.21.1 (suite)

sollicitation pour des demandes par courriel doit inclure un avis indiquant qu'il est possible que l'abonné soit contacté par un fournisseur pour vérifier la demande du magazine.

... documentation de la conformité du destinataire au marché desservi doit être disponible soit par moyen électronique ou une source secondaire.

C10.22 Demande de l'entreprise du destinataire: écrite

C10.22.1

Les questionnaires ou les lettres d'entreprises sur papier en-tête demandant des copies d'un magazine pour leurs employés identifiés par nom, titre et/ou fonction peuvent être déclarés comme demande écrite de l'entreprise du destinataire.

C10.22.2

Les éditeurs choisissant d'utiliser un questionnaire standard pour développer une diffusion sur demande de l'entreprise doivent respecter les conditions suivantes:

Une déclaration semblable à la suivante doit paraître sur le formulaire:

"Veuillez envoyer ce magazine aux employés suivants".

C10.22.3

Ces questionnaires ou lettres doivent inclure les instructions données à l'entreprise pour vérifier chaque nom apparaissant sur la liste pour l'information exacte de l'adresse d'expédition. De plus, l'entreprise doit savoir qu'elle doit remplir ou indiquer pour chaque nom de la liste, l'industrie, le titre et/ou la description fonctionnelle du destinataire. Ces lettres d'instruction doivent être soumises à l'approbation de BPA Worldwide avant leur impression.

C10.22.4

Les questionnaires doivent contenir un endroit pour la signature et la date.

C10.22.5

Chaque nom de la liste éliminé par l'entreprise doit être enlevé de la diffusion justifiée à l'intérieur de 90 jours de la réception de la communication.

C10.22.6

Le format et la terminologie, utilisés dans les questionnaires standards et les formulaires de requalification afin de développer les "demandes écrites par l'entreprise du destinataire", doivent être approuvés par BPA Worldwide avant leur usage. L'approbation de BPA Worldwide sera donnée aux questionnaires standards et aux listes de requalification qui respectent les conditions précédentes et qui sont consistants avec le domaine desservi, la déclaration de la diffusion et les classements déclarés au paragraphe 4 de la déclaration de la diffusion.

C10.22.7

Le vérificateur peut procéder à des confirmations postales directes ainsi qu'à d'autres tests considérés essentiels pour compléter une authentification exacte de cette source (voir C11.4).

C10.22.8

Les types de diffusion non payée suivants peuvent être considérés comme demande écrite de l'entreprise du destinataire en autant que la diffusion en question est conforme aux articles C10.21.2 à C10.21.5:

- Demande non payée de l'entreprise du destinataire.
- Diffusion non payée de plusieurs copies au même destinataire.

C10.22.9

Les types d'abonnements payés suivants peuvent être déclarés comme demande écrite de l'entreprise du destinataire en conformité avec les articles C10.22.2 à C10.22.5 précédents:

- Les abonnements vendus en quantités de deux ou plus, payés par l'employeur à ses employés.
- Les abonnements commandités adressés individuellement.
- Plusieurs copies au même destinataire.

C10.22.10

Les types de diffusion payée suivants NE SONT PAS déclarés comme une demande écrite de l'entreprise du destinataire:

- Les abonnements non déductibles (excepté lorsque l'éditeur a obtenu une demande précise du membre pour recevoir le magazine).
- Abonnements cadeaux.

C10.22.11

Lorsqu'un incitatif promotionnel est offert comme encouragement pour obtenir une diffusion sur demande justifiée payée ou non payée de l'entreprise du destinataire, l'éditeur doit identifier la prime et la quantité utilisée dans un bas de page au paragraphe 5.

C10.22.12

Lorsque deux ou plusieurs magazines sont fusionnés, la diffusion sur demande de l'entreprise du destinataire doit être indiquée en bas de page au paragraphe 5 en indiquant le pourcentage de diffusion sur demande de chacun des magazines fusionnés.

C10.22.13

Lorsque les abonnements adressés au "nom de l'entreprise seulement" sont achetés (payés) ou demandés (non payés), cette diffusion doit être déclarée comme "demande d'entreprise du destinataire".

C10.23 Demande télécommuniquée de l'entreprise du destinataire: télécommunication

C10.23.1

Les télécommunications comme les appels téléphoniques d'individus autorisés ou d'une entreprise afin d'obtenir des copies du magazine pour ses employés peuvent être déclarées comme demandes par télécommunication de l'entreprise du destinataire.

C10.23.2

Les éditeurs choisissant d'utiliser les télécommunications pour les demandes d'entreprise doivent respecter les conditions suivantes:

Une question semblable à la suivante doit être demandée et répondue lors de la télécommunication: "Veuillez envoyer ce magazine aux employés suivants," ou "Voulez-vous que ce magazine soit envoyé à d'autres employés? Oui ... Non ... Aux fins de vérification ultérieure de votre demande, veuillez indiquer le mois et/ou date d'anniversaire – mois ... jour ... ou le nom de fille de votre mère ou le nom de l'école secondaire où vous avez gradué." D'autres formes de questions personnalisées, dont l'interviewé et non l'éditeur connaît la réponse, peuvent être demandées comme alternative si l'interviewé ne répond pas par l'affirmative à la question originale. Une fois qu'une question particulière est utilisée et que la réponse est enregistrée, une question différente doit être utilisée pour des questions de demandes futures. Si le répondant refuse de répondre à une question personnelle, l'entrevue peut être considérée comme une demande si elle a été enregistrée par bande magnétique et que le répondant répond à la question de demande par l'affirmative.

Les noms et titres et/ou emplois des employés doivent être donnés:

Le nom et titre et/ou fonction du demandeur autorisé doivent être donnés en plus du nom, de l'adresse et du téléphone de l'entreprise.

C10.23.3

Les télécommunications d'un assistant autorisé, lorsque ce dernier a demandé le magazine pour plus d'un destinataire justifié au cours d'une entrevue téléphonique, peuvent être déclarées comme demande de télécommunication de l'entreprise du destinataire.

C10.23.4

Toutes les autres conditions concernant les télécommunications décrites aux articles C10.20 et C10.25 à l'exception des conditions mentionnées aux télécommunications "personnelles" doivent être respectées.

C10.24 Demande de l'entreprise du destinataire: Internet et courriel

Les communications électroniques tel que courriel, Internet, Web et autres formes de communication de la part d'individus autorisés ou d'une entreprise demandant des copies du magazine pour les employés de cette entreprise peuvent être déclarées comme Demande de l'entreprise du destinataire: électronique.

C10.24.1

Les éditeurs qui décident de choisir cette forme de demande d'entreprise doivent répondre aux conditions suivantes: (Voir C10.21.)

C10.24.2

Une question semblable à la celle qui suit devrait être demandée et répondue à l'intérieur de la communication électronique: "Veuillez envoyer ce magazine aux employés suivants," ou "Voulez-vous que ce magazine soit envoyé à d'autres employés? Oui ... Non..."

"Afin de permettre de vérifier de nouveau votre demande, veuillez s.v.p. indiquer le mois et/ou date d'anniversaire- mois ... jour..., le nom de famille de votre mère ou l'établissement secondaire où vous avez gradué." D'autres formes de questions personnalisées dont uniquement le destinataire et non l'éditeur connaît la réponse, peuvent être demandées si le destinataire ne répond pas dans l'affirmative à

la question originale. Une fois qu'une question en particulier a été utilisée et que la réponse a été emmagasinée, une question différente doit être dorénavant utilisée comme question récente.

C10.24.3

Les noms et les titres et/ou emplois des employés doivent être fournis.

C10.24.4

Les noms et les titres et/ou emplois et adresses courriels des demandeurs autorisés doivent être fournis, avec le nom de l'entreprise, l'adresse et le numéro de téléphone de l'entreprise.

C10.24.5

Toutes les autres conditions concernant à l'Internet tel que présenté en C10.19.12 doivent être suivies.

C10.24.6

Toutes les autres conditions concernant l'électronique tel que présenté en C10.20 sauf aux conditions spécifiées pour Électronique (personnel), doivent être suivies.

C10.25 Avantages d'adhésion

Les abonnements individuels et de groupes à des associations, sociétés ou clubs, cet où l'abonnement est payée par les frais d'adhésion et où le membre n'a pas le choix de déduire le prix d'abonnement des frais (avantages d'une adhésion non déductible comme membre).

C10.26 Communication du destinataire ou de l'entreprise du destinataire (autre que demande) : écrit

C10.26.1

Les types de preuves suivantes peuvent être déclarés comme diffusion de communication écrite:

Les questionnaires standardisés à un magazine individuel, tel que :

les formulaires de recensement.

les formulaires de sondages éditoriaux.

les questionnaires qui n'ont pas de disposition pour les questions oui/non.

les copies en souffrance non payées pendant trois mois et les abonnements à crédit non payés pour six mois et où l'abonné a été transféré à la diffusion contrôlée.

les cartes service aux lecteurs à un magazine individuel (où le destinataire n'a pas signé la carte et/ou n'a pas répondu à la question: "Oui, je désire recevoir (continuer de recevoir) ce magazine)."

Ces types de communications doivent contenir des dispositions pour la date et signature du destinataire ou par un membre de l'entreprise du destinataire et doit porter l'évidence que la date d'expédition par le destinataire, ou la réception par l'éditeur et la preuve de conformité au classement.

Les abonnements non déductibles d'associations ou colloques.

Les abonnements échus d'un et deux ans payés.

La diffusion de plusieurs copies au même destinataire où le destinataire au point de redistribution a accepté un nombre spécifique de copies pour redistribution à des destinataires justifiés. Une entente de redistribution écrite et signée doit indiquer les quantités spécifiques demandées, ainsi que la date

C10.26.1 (suite)

demandée. Les ententes doivent être obtenues pour au moins 95% de tous les points de redistribution, et pour au moins 95% des copies à redistribuer. Les kiosques de rues doivent recevoir la permission de la municipalité responsable de l'espace public. Des ententes sont requises de chaque municipalité ou emplacement privé, mais non pour chaque kiosque de rue.

La distribution aux foires commerciales, aux foires de consommateurs et aux conventions, où une entente de redistribution tel que mentionné précédemment ou un contrat payé pour de l'espace d'exposition est obtenu du gestionnaire de l'événement. La distribution de ce type de copies est vérifiée par des reçus de livraison d'un fournisseur ainsi qu'en remettant la littérature supportant l'événement (voir C9.9, C9.33, C10.17).

C10.26.2

Les questionnaires standardisés suivants d'un autre magazine doivent être déclarés comme Communication du destinataire ou de l'entreprise du destinataire (Autre que demande): écrite en autant que l'autre magazine provient de la même maison d'édition.

Les formulaires de demande écrite directe du destinataire.

Formulaires de demande écrite de l'entreprise du destinataire.

Formulaires de communication écrite du destinataire ou de l'entreprise du destinataire.

L'âge de ces sources doit être déterminé en fonction de la date de justification sur le document de source d'origine.

La quantité de noms ajoutés au fichier doit être identifiée de manière adéquate au paragraphe 8, commentaires supplémentaires, spécifiant: "Communication du destinataire ou de l'entreprise du destinataire (Autre que demande): écrite inclus la demande de x copies ou x% pour le Magazine XYZ."

C10.26.3

Les questionnaires d'un autre magazine d'une autres maison d'édition parente ne doivent pas être déclarés comme Communication du destinataire ou de l'entreprise du destinataire (Autre que demande). Ceux-ci sont déclarés comme: "Autres Sources".

C10.27 Communication du destinataire ou de l'entreprise du destinataire (autre que Demande): télécommunication

C10.27.1

Les questionnaires de télécommunication d'un autre magazine doivent être déclarés comme Communication du destinataire ou de l'entreprise du destinataire (Autre que demande): Télécommunication en autant que l'autre magazine provient de la même maison d'édition.

Les formulaires de demandes personnelles par télécommunication directe du destinataire.

Les formulaires de demandes par télécommunication de l'entreprise du destinataire.

Les formulaires de communication par télécommunication du destinataire ou de l'entreprise du destinataire.

L'âge de ces sources doit être déterminé en fonction de la date de justification sur le document de source d'origine.

C10.27.1 (suite)

La quantité des noms ajoutés au fichier doit être identifiée de façon appropriée au paragraphe 8, commentaire additionnel mentionnant: "La communication du destinataire ou de l'entreprise du destinataire (Autre que demande): Télécommunication" inclut la demande de x copies ou x% pour le *Magazine XYZ*."

C10.27.2

Les formulaires d'entrevues téléphoniques doivent être présentés à BPA Worldwide pour leur approbation.

C10.27.3

BPA Worldwide approuvera les questionnaires relatifs au domaine desservi et la classification déclarée au paragraphe 4 de la déclaration de la diffusion.

C10.27.4

Les questionnaires doivent aussi inclure les instructions aux interviewers téléphoniques, le nom et l'adresse de l'entreprise à appeler, le nom et le titre de la personne étant interviewée, et les dispositions pour la signature de l'opérateur et la date de l'entrevue.

C10.27.5

Ces formulaires doivent être adéquatement identifiés et datés pour permettre au vérificateur d'avoir la satisfaction de leur authenticité et acceptabilité.

C10.27.6

Lorsque plus de deux copies d'un magazine sont envoyées au même destinataire, une entente de distribution peut être obtenue par télécommunication en autant que l'entente concernant la distribution des copies est enregistrée sur bande magnétique. L'entente doit indiquer les quantités spécifiques requises, ainsi que la date demandée. Les ententes doivent être obtenues pour un minimum de 95% de tous les points de redistribution, et pour un minimum de 95% des copies à distribuer (voir C7.19).

C10.27.7

Les vérificateurs compareront et contrevérifieront les factures de téléphone, les formulaires d'entrevues, effectueront des vérifications de confirmations et feront d'autres tests considérés essentiels pour compléter une authentification de la source. L'éditeur sera facturé pour les coûts engendrés par tous tests spéciaux.

C10.27.8

Les questionnaires de télécommunication suivants d'un autre magazine ne doivent pas être déclarés comme Communication de l'entreprise du destinataire (Autre que demande): télécommunication. Ceux-ci sont déclarés comme: "Autres Sources".

C10.28 Communication du destinataire ou de l'entreprise du destinataire (Autre que demande): Électronique

C10.28.1

Les types de preuves suivantes peuvent être déclarés comme Communication du destinataire ou de l'entreprise du destinataire (Autre que demande): Électronique:

C10.28.1 (suite)

les questionnaires standardisés à un magazine individuel, tel que :

les formulaires de sondages éditoriaux.

les formulaires de sondages éditoriaux

les questionnaires qui n'ont pas de disposition pour les questions oui/non.

C10.28.2

Les questionnaires doivent être présentés à BPA Worldwide pour approbation. L'approbation de BPA Worldwide sera donnée à toute communication qui contient des instructions adéquates (menu et panneaux d'écran au destinataire final et un emplacement pour le nom, l'adresse et l'adresse de courriel du destinataire.

Un test des scripts électroniques, des systèmes et procédures pour solliciter ce moyen de communication peut être exigé pour déterminer la capacité de vérification.

C10.28.3

L'approbation de BPA Worldwide sera donnée pour tout questionnaire conséquent au marché desservi et à la classification déclarée au paragraphe 4 de la déclaration de la diffusion.

C10.28.4

Ces questionnaires doivent être adéquatement identifiés et datés pour permettre au vérificateur d'être satisfait de leur authenticité et acceptabilité.

C10.28.5

Lorsque plus de deux copies d'un magazine sont envoyées au même destinataire, une entente de distribution pour distribuer les copies est confirmée par le répondant qui répond à une question d'identification personnelle.

L'entente doit indiquer les quantités spécifiques demandées, ainsi que la date demandée. Les ententes doivent être obtenues pour au moins 95% de tous les points de redistribution, et pour au moins 95% des copies à être redistribuées. (Voir B7.24.)

C10.28.6

Les questionnaires standardisés suivants d'un autre magazine doivent être déclarés comme Communication du destinataire ou de l'entreprise du destinataire (Autre que demande): Électronique, en autant que l'autre magazine provient de la même maison d'édition.

Les demandes électroniques personnelles directes du destinataire

Les formulaires de demandes électroniques de de l'entreprise du destinataire

Les formulaires de communication électroniques du destinataire ou de l'entreprise du destinataire

L'âge de ces sources doit être déterminé en fonction de la date de justification sur le document de source d'origine.

La quantité de noms ajoutés au fichier doit être identifiée de manière adéquate au paragraphe 8, commentaires supplémentaires, spécifiant: "Communication du destinataire ou de l'entreprise du **C10.28.6** (suite)

destinataire (Autre que demande): courriel inclus la demande de x copies ou x% pour le *Magazine XYZ*."

C10.28.7

Les questionnaires d'un autre magazine d'une société d'édition parente ne doivent pas être déclarés comme Communication d'un destinataire ou de l'entreprise du destinataire (Autre que demande): électronique. Ceux-ci sont déclarés comme Autres sources.

C10.29 Rapports de domaines indépendants

C10.29.1

Les rapports de domaines obtenus par des organisations de services de domaines indépendants sous contrat avec l'éditeur doivent être adéquatement identifiés et datés pour permettre au vérificateur de se satisfaire de leur authenticité et leur acceptabilité. Ce type de diffusion est déclaré comme "Autres sources".

C10.29.2

Les rapports de domaines de services d'organisations obtenus par entrevues avec les destinataires justifiés peuvent être calculés comme une diffusion sur demande en autant que le destinataire signe le questionnaire demandant le magazine.

C10.29.3

Le président peut demander à l'éditeur de fournir les informations relatives à l'organisation et ses procédures en plus de procéder à une enquête indépendante si elle est considérée nécessaire afin de déterminer si les rapports constituent ou non une preuve satisfaisante de justification.

C10.30 Listes

C10.30.1

Les listes d'adhésion d'associations/sociétés ou clubs etc., les listes de clients des manufacturiers ou des distributeurs, de clients potentiels et de fabricants licenciés constituent une preuve acceptable de justification en autant que de telles listes sont adéquatement identifiées et datées pour que le vérificateur détermine si elles sont authentiques et acceptables.

C10.31 Répertoires d'affaires

C10.31.1

Tous les répertoires imprimés et publiés, incluant les numéros de répertoires de périodiques et de répertoires industriels ou ceux disponibles sur disques compacts de type CD-ROM ou par Internet, doivent être adéquatement identifiés et datés pour que le vérificateur détermine s'ils sont authentiques et acceptables.

C10.31.2

Pour déterminer la date de justification d'un répertoire, le mois et l'année du droit d'auteur ou la date d'impression (la date au plus tôt) doit être utilisée. Dans le cas où un mois n'apparaîtrait pas, l'information suivante doit s'appliquer:

Un répertoire daté sur la page de couverture ou sur un disque compact de type CD-ROM pour un an doit comporter la date de justification du 1er janvier de l'année en question.

C10.31.2 (suite)

Un répertoire daté sur la page de couverture ou sur un disque compact de type CD-ROM daté pour deux ans ou plus doit comporter la date de justification du 1er juillet de la première année.

Un répertoire daté sur la page de couverture ou sur un disque compact de type CD-ROM daté avec un mois précis et une année aurait la même date de justification correspondante

C10.32 Autres Sources

C10.32.1

Les entêtes d'entreprises, les répertoires personnels d'entreprises, les rapports annuels, les bottins téléphoniques d'entreprises, les cartes d'affaires, les listes d'inscriptions à des expositions commerciales, les cartes service lecteurs et les questionnaires de justification des autres magazines. Ce type de source doit être adéquatement identifié et daté pour que le vérificateur détermine s'il est authentique et acceptable.

C10.32.2

Les éditeurs qui choisissent d'utiliser les offres de loteries promotionnelles ou d'autres offres de concours pour développer une diffusion justifiée non payée doivent respecter les conditions suivantes:

Les destinataires justifiés non payés, par l'entremise d'utilisation de ces offres, doivent être déclarés comme autres sources au paragraphe 5.

Les éditeurs doivent identifier les offres de loteries promotionnelles et la quantité déclarée comme autres sources dans une note en bas de page au paragraphe 8, tel qu'indiqué de manière suivante:

" . . .destinataires déclarés comme autres sources au paragraphe 5 ont été obtenus par l'utilisation d'offres de loteries promotionnelles."

Les listes des maisons d'expédition qui ont été approuvées par BPA Worldwide peuvent être déclarées comme autres sources et doivent porter une note au bas de page les identifiant à cet effet.

C10.32.3

Les listes de maisons d'expédition qui n'ont pas été approuvées par BPA Worldwide ne sont pas acceptables comme preuve de justification. Par contre, afin d'obtenir l'approbation de BPA Worldwide, un éditeur peut convenir avec une liste de maison d'expédition que la liste soit comparée aux sources originales en autant que de telles sources sont à l'intérieur des critères prescrits dans ces règlements et mis à la disposition du vérificateur. Si un éditeur choisit de déclarer les sources d'origine au paragraphe 5 de la déclaration de la diffusion, la maison d'expédition doit préparer les données pour ce paragraphe et être sujette à toutes les exigences du paragraphe 5 pour fins de vérification.

C10.32.4

L'âge des questionnaires de justification d'un autre magazine d'une société d'édition parente doit continuer d'être considéré selon la date de justification du document de source d'origine (voir les articles 10.26.1, 10.27.3, et 10.28.6).

C10.33 Ventes au numéro

Les copies vendues sur une base individuelle dans les kiosques à journaux et autres points de vente au

détail doivent être déclarées comme “ventes au numéro” un an (voir l'article C10.12 de ces règlements).

C10.34 Feuilles de travail mises à jour par l'éditeur

BPA Worldwide peut fournir toutes les feuilles de travail nécessaires à l'éditeur aux fins de compléter les données déclarées aux déclarations de la diffusion.

C10.35

Les magazines qui ne déclarent pas de diffusion justifiée payée séparément aux paragraphes 2 à 6 doivent utiliser les formulaires suivants:

Formulaires 1-2
Formulaires 4-6
Formulaire 5

C10.36

Les magazines qui déclarent une diffusion justifiée payée séparément aux paragraphes 2 à 6 doivent utiliser les formulaires suivants:

Formulaires 1-2
Formulaires 3a-3d
Formulaires 4-6*
Formulaire 5*

*Les formulaires doivent être conservés séparément pour les diffusions justifiée non payée et justifiée payée.

C10.37

Formulaires 1-2 (Répartition de la diffusion par numéro) – est un inventaire perpétuel de la diffusion qui enregistre la diffusion justifiée continue et non continue par justifiés non payés et payés ainsi que le total de diffusion justifiée par numéro. Apparaît aussi sur ce formulaire la distribution non justifiée La déclaration des informations sur ce formulaire est obligatoire pour tous les magazines.

C10.38

Formulaires 1-2a (Date d'expédition par parution) – enregistre la date d'expédition et le nombre de copies expédiées pour chaque numéro incluant toute expédition de copies en retard.

C10.39

Formulaires 3a-3d (Analyse des ventes d'abonnements justifiés payés) – enregistre les ventes par mois pour la période d'abonnements justifiés payés, par prix, durée d'abonnements, utilisation d'incitatifs promotionnels, et la façon commandée.

C10.40

Formulaire 4-6 (Répartition géographique et de classement) – enregistre le calcul de la diffusion justifiée continue et non continue du numéro analysé aux paragraphes 4 et 6 par classement à l'intérieur de chaque province ou autre région géographique. La déclaration d'informations sur ce formulaire est obligatoire pour tous les magazines.

Tous les magazines qui déclarent une diffusion justifiée payée aux paragraphes 2 à 6 doivent produire une preuve imprimée de tous les noms sur la liste d'envoi de la diffusion justifiée tous les six mois et

utiliser ce formulaire.

C10.41

Formulaire 5 (Répartition de la source de diffusion) – enregistrement des sources de diffusion par province ou autre région géographique pour la diffusion justifiée du numéro analysé. Ce calcul est obtenu par un calcul réel de la liste d'envoi de la diffusion justifiée complète pour le numéro analysé. La déclaration d'information sur ce formulaire est obligatoire pour tous les magazines préparant leur déclaration de la diffusion du deuxième six mois et elle est optionnelle pour la déclaration provisoire de la diffusion. Des formulaires séparés sont requis pour les diffusions continue et non continue.

C10.42

Formulaires de copies échues (copies périmées incluses dans la diffusion totale justifiée)- enregistre la diffusion justifiée par l'état du numéro analysé pour les renouvellements potentiels non payés jusqu'à trois mois (voir C7.3).

C10.43

Formulaire 10 (Taux de réabonnement) – enregistre le calcul du pourcentage de réabonnements pour les zones justifiées échues pour la période analysée, et le renouvellement d'abonnements par province ou autre région géographique pour la période analysée, ainsi que le renouvellement de ces abonnements justifiés payés.

C10.44

BPA Worldwide fournit ces formulaires officiels mais des formulaires équivalents qui ont été préparés par le magazine et approuvés par le président peuvent aussi être utilisés.

C10.45

Tel qu'indiqué dans ces règlements, la responsabilité de préparation, de conservation et de disponibilité des documents et pièces justificatives obligatoires qui sont nécessaires à une vérification relève de l'éditeur. L'utilisation d'agents externes ou de firmes pour tout travail de diffusion ne soustrait pas le membre éditeur de ses responsabilités.

C10.46

Suite à l'approbation écrite du président, après avoir complété la vérification de la diffusion et la validation annuelle de la liste d'envoi, l'éditeur sera autorisé d'éliminer les documents de source de diffusion qui ont été validés en autant que la preuve de liste d'envoi de tous les noms sur la liste de diffusion justifiée pour le numéro analysé est codée pour démontrer les informations suivantes:

Classements de vérification de consommation pour le paragraphe 4.

Source de diffusion et date originale des documents de justification au paragraphe 5.

Durée et date d'échéance de chaque abonnement payé.

C10.47

L'éditeur membre est responsable de s'assurer que les documents sont sauvegardés de manière appropriée pour la protection et la rétention des listes d'expédition validées auparavant scellées par le vérificateur pour l'usage exclusif de BPA Worldwide au cours de ses vérifications subséquentes.

C10.48

Tous les documents de source de justification reçus par l'éditeur après le numéro vérifié et validé doivent être conservés pour l'examen du vérificateur lors de la prochaine vérification de la diffusion régulière.

C10.49

Un magazine membre peut demander une vérification de validation de sa liste de diffusion si les pièces justificatives du magazine doivent être expédiées dans une autre ville ou province ou si le magazine a été vendu.

Si le président détermine que la vérification de validation doit être effectuée, l'éditeur doit être facturé les frais normaux de vérification de la diffusion et tous les autres charges pouvant être encourues par la société pour procéder à une telle vérification.

C10.50

Toutes les pièces justificatives nécessaires à la vérification doivent être conservées par l'éditeur jusqu'à ce que la prochaine vérification annuelle ait été complétée.

C10.51

Le président suspendra les services de tout magazine dont la vérification prends plus de 75 jours à compléter ou jusqu'à une date déterminée par le président. L'éditeur peut en appeler de la décision du président en écrivant au comité exécutif du conseil d'administration à l'intérieur de sept jours de réception de la décision du président. La décision du comité exécutif est finale. Dans le cas d'une suspension, un avis est publié sur le site Web de BPA et/ou envoyé aux membres et l'éditeur ne doit pas publier aucune donnée de diffusion jusqu'à ce que sa vérification ait été complétée avec succès.

C10.52 Achat ou transfert d'abonnés d'une liste de magazines suspendus

Lorsqu'un éditeur fait l'achat d'un magazine et/ou que la liste d'abonnement d'un magazine ayant cessé de publier et transféré les abonnements à le magazine que l'éditeur possédait déjà, l'information suivante s'applique :

Le magazines doit être homogène.

Une pièce justificative doit être disponible pour indiquer le choix de l'abonné de recevoir le magazine qui a assumé la responsabilité de combler le terme non échu de l'abonnement en suspens. Ce choix peut être donné dans un questionnaire à option négative. Si la réponse est retournée à l'éditeur, elle doit être considérée comme une demande pour recevoir le magazine survivant.

Ce service doit débiter à l'intérieur de six mois suivant la dernière parution du magazine discontinué ou à une date considérée par le président.

La commande originale et la preuve de paiement du magazine en suspens doivent être disponibles.

Selon la décision du président, la portion non échue de l'abonnement est déterminée par l'une des méthodes suivantes:

En divisant la somme d'argent due à l'abonné au prix de base annuel du magazine discontinué par le prix d'une copie du magazine survivant, le prix par copie est déterminé au pro rata du prix d'abonnement de base annuel de ce magazine.

En calculant le nombre de copies du magazine discontinué que l'éditeur doit encore à l'abonné et en créditant l'abonné par le nombre de copies du magazine survivant.

Tel que déterminé par le président, une analyse séparée des abonnements transférés doit être effectuée au paragraphe 4 pour une déclaration de la diffusion et un rapport de vérification de la

diffusion ainsi que tous les détails concernant les abonnements en question doivent être déclarés

C10.52 (suite)

au paragraphe 8.

Les abonnements ne peuvent pas être déclarés comme une diffusion payée au-delà de la date d'échéance.

C10.53 Prolongation d'abonnements

Le nombre d'abonnements prolongés à cause de la réduction du prix d'abonnement ou de la réduction de fréquence de parution doit être déclaré au paragraphe 8.

C10.54

Lorsqu'un éditeur réduit le prix de base annuel d'un magazine, les abonnements sont prolongés de manière suivante:

La portion non échue de l'abonnement doit être prolongée en fonction du ratio de la valeur d'une telle portion non échue à l'ancien tarif de base comparée au nouveau tarif de base.

Tous les calculs doivent être effectifs à partir de la date de parution à laquelle le changement de prix a été effectué.

C10.55

Lorsqu'un éditeur a réduit le prix de base annuel et qu'il a prolongé la date d'échéance tel que stipulé précédemment, et qu'il a ensuite, à une date ultérieure, augmenté le prix de base annuel, les nouvelles dates d'échéance des abonnements prolongés à l'origine doivent être réduits du ratio du prix de base le plus récent par rapport au dernier prix de base. Tous les calculs doivent être effectifs à partir de la date de parution à laquelle le changement de prix a été effectué.

C10.56

Lorsqu'un éditeur augmente la fréquence sans changer les tarifs d'abonnement, l'éditeur peut prolonger la période d'abonnement commandée par l'abonné. Les détails concernant les prolongations d'abonnement doivent paraître au paragraphe 8.

C10.57 Exigences, dossiers et pièces justificatives pour les vérifications informatisées

Les éditeurs membres se servant d'un ordinateur pour la gestion de la diffusion et la préparation des données de vérification, doivent:

C10.58

Fournir un imprimé de tous les noms "continus" séparés des "non continus" sur la liste d'envoi justifiée pour le numéro analysée, incluant toutes les informations de codes pour chaque destinataire.

C10.59

Fournir des tableaux informatiques séparés pour :

les classements des vérifications des magazines de consommation continus et non continus au paragraphe 4.

les sources continues et non continues et l'âge des documents de justification pour le paragraphe 5.

C10.59 (suite)

la répartition géographique continue et non continue au paragraphe 6.

les abonnements en souffrance au paragraphe 7.

les tableaux informatiques de la diffusion non continue sont requis pour tous les autres numéros déclarés dans la période.

C10.60

La rétention d'un fichier "*arrêté*" (toute forme de mémoire) du numéro analysé jusqu'à ce que la vérification annuelle ait été complétée. Le vérificateur peut procéder à des tests pour vérifier si les rapports précédents sont exacts.

C10.61

Si un membre éditeur choisit de ne pas retenir un fichier "*arrêté*" pour le numéro analysé, les formulaires de travail nécessaires doivent être complétés en conformité avec l'article C10.31 de ces règlements.

C10.62

Permettre au vérificateur d'examiner les manuels de procédures informatiques, incluant les instructions de codage et les organigrammes de systèmes.

C10.63 Exigences pour l'archivage de documents sur média électronique ou microfilm

Les éditeurs choisissant d'archiver leurs documents sur un médium électronique ou microfilm doivent adhérer aux principes suivants:

C10.64

Les documents de justification archivés doivent supporter l'information suivante pour chaque destinataire:

les classements de magazines de consommation pour le paragraphe 4

la source et la date des documents de justification pour le paragraphe 5. La date de justification pour le paragraphe 5 doit être la date à laquelle le destinataire a signé le document ou la date de réception étampée par l'éditeur. Il n'est pas nécessaire que les annulations de marques postales soient imagées.

la répartition géographique au paragraphe 6.

toutes autres données démographiques capturées pour référence future.

C10.65

Une copie sur disque dur entièrement lisible doit être fournie pour les documents de justification entreposés qui sont sélectionnés dans le test du vérificateur.

C10.66

À la discrétion de BPA Worldwide, les confirmations de périodiques doivent être effectuées pour vérifier

l'origine du document.

C11.0 - Procédures de vérification

C11.1

Le vérificateur doit examiner toutes les pièces justificatives disponibles concernant la diffusion, tel que requis à C9.0 et C10.0 de ces règlements.

C11.2

Les étiquettes de listes d'expédition, les documents de justification de la diffusion justifiée et les autres listes doivent être calculés et testés pour vérifier l'analyse de la diffusion.

C11.3

Les membres de la direction et les employés concernés par la diffusion peuvent être questionnés concernant leur travail en ce qui a trait aux pièces justificatives relevant de leur responsabilité.

C11.4

Le vérificateur peut comparer et contrevérifier les données de sources variées, effectuer des confirmations et tout autre test considéré essentiel pour attester l'exactitude complète du rapport de vérification de la diffusion.

L'éditeur doit être facturé pour les coûts encourus à l'endroit des tests spéciaux considérés essentiels afin de compléter la vérification.

C11.5

Le vérificateur peut visiter l'imprimerie et le local de reliure de l'imprimeur et sécuriser des dossiers et pièces justificatives concernant le magazine; il peut aussi visiter le département d'expédition ou tout autre département ou emplacement impliqués dans la production ou l'expédition du magazine. À ce sujet, la coopération de l'éditeur est attendue.

C11.6

Suite à une vérification, s'il y a eu des changements substantiels des données de diffusion présentées à l'origine dans la déclaration de la diffusion, une déclaration corrigée doit être publiée par BPA Worldwide, et doit porter la légende "Copie corrigée (voir paragraphe 11)." Par contre, avant l'émission d'une déclaration corrigée, l'éditeur doit être informé par courrier enregistré ou par autre moyen d'expédition (reçu de retour requis) des constatations du vérificateur. Il dispose de dix jours pour en appeler des résultats du vérificateur avant l'émission d'une déclaration de la diffusion corrigée. Dans le cas d'un appel, les résultats du vérificateur seront revus par le président. Si l'éditeur n'est pas d'accord avec la décision du président, il peut, à l'intérieur de dix jours, demander un avis approfondi du conseil d'administration.

De plus, BPA Worldwide peut publier sur son site Web ou d'une autre façon, un bulletin à ses membres lorsqu'une déclaration de la diffusion est corrigée. L'éditeur doit être facturé pour les frais encourus lorsqu'une déclaration de la diffusion est ajustée, qu'une déclaration de la diffusion est corrigée ou qu'un bulletin est publié.

C11.7

Quand les déclarations corrigées sont publiées pour un membre lors de deux années séquentielles, la société ne doit pas publier la déclaration de la diffusion subséquente sans l'avoir vérifiée. L'éditeur sera

facturé pour les frais de vérification nécessaires pour cette vérification spéciale selon les tarifs déterminés à l'occasion par le conseil d'administration. De plus, le sujet sera porté à l'attention du comité exécutif pour l'examen du statut d'adhésion du magazine afin de considérer une action possible selon les dispositions de l'article C10.0 des statuts.

C11.8

Si un vérificateur doit apporter des reçus, documents, etc. à l'extérieur des bureaux de l'éditeur, le vérificateur doit avoir deux reçus identiques énumérant le matériel sorti, signés par le vérificateur et l'éditeur ou son représentant. Un reçu doit être conservé par le vérificateur et l'autre par l'éditeur, et les deux reçus doivent être détruits suite à la remise du matériel du vérificateur à l'éditeur.

C12.0 PROCÉDURES DE VÉRIFICATION SUPPLÉMENTAIRES

C12.1 Rapports de vérification de magazines/démographiques supplémentaires

Un rapport publié par la société attestant l'exactitude et la validité du nombre de produits secondaires ou multiples ou des types de produits approuvés, achetés, recommandés ou spécifiés ainsi que la fonction ou le titre des destinataires justifiés d'un magazine ou toute autre information démographique obtenue par des questions à choix multiples.

Toute question qui contient une autorisation d'achat mais qui est une question justifiée pour la liste justifiée complète (par exemple d'information primaire et non secondaire) et qui ne contient pas une analyse de données de plusieurs réponses, ne doit pas être considérée comme question supplémentaire. Dans le cas où l'analyse de données de plusieurs réponses sont incluses dans le rapport, elle doit être considérée comme question supplémentaire.

Les éditeurs qui veulent comparer les données de diffusion aux données-repères ne peuvent le faire que dans un rapport de vérification de la diffusion supplémentaire. Les données-repères, par exemple du U.S. Census, les classements publiés des sociétés, etc., peuvent être moins récentes que trois ans mais il doit s'agir des données les plus récemment publiées lors de la vérification, mais sans être nécessairement pour la même période de temps que celle de la vérification.

Le rapport de vérification supplémentaire doit contenir le nom du magazine; de la maison d'édition; son adresse; les numéros de téléphones et de télécopieur; l'adresse de courriel, l'adresse du site Web, s'il s'agit ou non d'un magazine officiel d'association; l'année d'établissement du magazine; le nombre de numéros par année; le marché desservi; la définition de justification du destinataire; déclarer la date d'échéance; et le but du rapport. Le même domaine desservi et la définition de la justification du destinataire tel qu'utilisés dans la vérification de la diffusion régulière pour la période doivent aussi être déclarés dans le rapport de vérification de la diffusion supplémentaire.

C12.2 Éligibilité et procédures

Un magazine membre en bonne et due forme peut demander un rapport de vérification de la diffusion démographique supplémentaire en plus de la vérification de la diffusion régulière et doit procéder de la manière suivante:

Compléter un contrat de vérification de la diffusion démographique supplémentaire et le remettre à la société avec le paiement pour la vérification démographique additionnelle. La vérification démographique supplémentaire est renouvelable en tout temps, au choix de l'éditeur, par dépôt d'un contrat auprès de la société avant la vérification de la diffusion

Compléter un formulaire de vérification de la diffusion démographique additionnel et le remettre à la société avec le formulaire de vérification de la diffusion annuelle régulière auprès de la société. Le rapport de vérification de la diffusion démographique supplémentaire doit être conforme à ces règlements et constituer la base du rapport de vérification de la diffusion démographique supplémentaire.

C12.3

Sur réception du formulaire de vérification de la diffusion démographique supplémentaire, la société doit procéder à un examen des pièces justificatives du magazine et compléter la vérification de la diffusion démographique supplémentaire en même temps que la vérification régulière annuelle de la diffusion du magazine. La vérification de la diffusion démographique additionnelle sera publiée dans un rapport séparé simultanément avec le rapport annuel de vérification de la diffusion régulière (couleur saumon).

C12.4

S'il est trouvé que les dossiers et pièces justificatives du magazine sont incomplets et que la vérification de la diffusion démographique supplémentaire ne peut pas être effectuée, l'éditeur doit mettre en place et conserver les pièces justificatives vérifiables tel que recommandé par la société si l'éditeur a l'intention de redemander une vérification démographique supplémentaire.

C12.5

Un magazine membre qui a complété avec succès une vérification supplémentaire a le choix de déclarer les données supplémentaires dans la déclaration de la diffusion comme suit:

La première déclaration de données supplémentaires pour la répartition démographique de la diffusion justifiée doit être présentée dans un rapport de vérification de la diffusion supplémentaire ou combinée avec le rapport régulier de la vérification de la diffusion. Par la suite, l'éditeur peut choisir de déclarer des nouvelles données supplémentaires dans sa déclaration provisoire de la diffusion et/ou sa deuxième déclaration de la diffusion.

Un éditeur peut choisir de déclarer des nouvelles données supplémentaires dans une déclaration de la diffusion supplémentaire lorsqu'il remplit sa déclaration provisoire de la diffusion régulière et/ou sa deuxième déclaration de la diffusion.

Les nouvelles données supplémentaires déclarées dans la déclaration provisoire de la diffusion ou la deuxième déclaration de la diffusion, doivent être présentées à l'intérieur d'un an de la date du dernier rapport supplémentaire de vérification de la diffusion.

Les nouvelles données supplémentaires peuvent être déclarées dans une déclaration de la diffusion en autant que ces données sont sujettes à une vérification lors de la prochaine vérification annuelle de la diffusion régulière. L'éditeur doit remplir le contrat de vérification supplémentaire et effectuer le paiement lors de la remise de sa déclaration de la diffusion à la société.

Un éditeur qui choisit de déclarer des nouvelles données supplémentaires dans sa (et/ou deuxième) déclaration provisoire de la diffusion de six mois doit déclarer la répartition démographique de la diffusion justifiée comme analyse séparée en plus de la deuxième (ou de plusieurs) analyse des données supplémentaires déclarées.

C12.6 Formulaires de rapports de vérification de la diffusion des données démographiques supplémentaires

Le membre éditeur doit déclarer ses données démographiques supplémentaires sur un formulaire fourni par la société.

C12.7

Dans le but d'uniformiser l'apparence et la typographie du rapport de vérification de la diffusion

démographique supplémentaire, BPA Worldwide présentera tous les paragraphes requérant une typographie spéciale, réglures, et pages additionnelles. Le magazine membre est facturé pour la production, les services, et les coûts de distribution.

C12.8

La distribution du rapport de vérification de la diffusion démographique supplémentaire doit être effectuée seulement après que la officiel ait été effectuée par l'éditeur. Par la suite, les copies imprimées peuvent être achetées par tout membre de la société à un prix déterminé par le conseil d'administration ou téléchargées du site Web de BPA. Un membre ne doit pas reproduire les rapports complets de vérification de la diffusion démographique supplémentaire et toute publicité doit se conformer aux règlements.

C12.9

La première page du rapport de vérification de la diffusion démographique supplémentaire doit contenir le nom du magazine; la compagnie d'édition; l'adresse de courrier électronique; l'adresse du site Web; l'adresse de la compagnie d'édition; les numéros de téléphone et de télécopieur, s'il s'agit ou non d'un magazine comme avantage d'une adhésion ; l'année d'établissement du magazine ; le domaine desservi; la définition de la justification du destinataire; et le but de la vérification.

Le même domaine desservi et la déclaration de la diffusion utilisés dans la vérification de la diffusion régulière pour cette période doivent être utilisés dans le rapport supplémentaire de vérification de la diffusion démographique. Le rapport doit aussi contenir un commentaire insistant sur le fait qu'il devrait être utilisé en conjonction avec le rapport de vérification annuelle de la diffusion couvrant la même période.

C12.10 Analyse supplémentaire de la répartition démographique de la diffusion justifiée

Doit contenir une analyse secondaire ou multiple du nombre de copies par un ou plusieurs types de classements suivants comme total séparé ou dans une répartition de tableau à double entrée:

- Type d'entreprise ou de produits
- Type de produits approuvés, achetés, recommandés ou spécifiés
- Titres d'emploi des destinataires
- Fonctions d'emploi des destinataires
- Toute autre données démographiques des destinataires

C12.11

Chaque analyse supplémentaire doit déclarer le nombre de répondants à la question supplémentaire analysée. Ces données peuvent être déclarées comme notations au paragraphe 4 ou aux colonnes supplémentaires pour chaque catégorie dans l'analyse. Pour les buts de l'analyse additionnelle sous cette section, le nombre de réponses négatives ("non" ou "aucune des réponses précédentes") et les non-répondants doivent aussi être déclarés séparément.

Si un éditeur choisit de ne pas déclarer les réponses négatives, les répondants négatifs doivent être enlevés des notations de répondants au paragraphe 4. Si un éditeur choisit de ne pas déclarer une catégorie précise dans l'analyse supplémentaire, les répondants qui n'ont répondu qu'à cette catégorie doivent être considérés comme réponses négatives.

Voici un exemple de format acceptable:

	REQUIS	OPTIONNEL	OPTIONNEL
--	---------------	------------------	------------------

Total justifié	Nombre de répondants qui achètent, approuvent, recommandent ou spécifient	Nombre de répondants qui n'achètent pas, n'approuvent pas, ne recommandent pas ou ne spécifient pas	Nombre de répondants qui n'ont pas répondu à la question
10 000	9 000	700	300

C12.12

La déclaration des pourcentages est optionnelle. Par contre, lorsque les pourcentages sont utilisés dans une analyse supplémentaire, ils doivent être basés sur le nombre de copies justifiées, et en plus, ils peuvent être basés sur le nombre d'abonnés justifiés payés seulement et/ou le nombre d'abonnés justifiés payés inclus dans l'analyse.

C12.13

Un magazine membre peut choisir de soumettre l'information démographique supplémentaire en tableaux à double entrée par n'importe quel paragraphe dans la déclaration de la diffusion de BPA Worldwide en autant que les données déclarées pour de tels paragraphes sont basées sur un calcul réel et qu'il est présenté d'une manière claire et concise afin qu'il n'y ait aucune confusion sur les données déclarées.

Si un éditeur veut déclarer les données totales extrapolées basées au niveau de l'entreprise, d'un emplacement ou de sa firme (où plusieurs employés fournissent des données à un emplacement unique), une vérification de l'emplacement ou de la firme doit être effectuée et l'extrapolation des données doivent se baser sur les données de l'emplacement ou de la firme. L'éditeur a le choix de déclarer les données de l'emplacement ou de la firme.

C12.14

L'analyse doit se baser sur les numéros de mai/novembre. Un magazine avec un horaire de vérification de juin analyserait le numéro de mai alors qu'un magazine d'un horaire de vérification de décembre analyserait le numéro de novembre.

C12.15

Les classements déclarés comme subtotaux doivent être présentés de manière à ce qu'il n'y ait pas de confusion à propos du nombre exact de produits, fonctions ou autres données démographiques déclarées. Sous aucun prétexte, le grand total des classements supplémentaires ne doit être déclaré.

C12.16

Un magazine membre peut choisir d'analyser un classement démographique particulier ou un groupe de classements. S'il fait ce choix, la vérification doit clairement indiquer la diffusion démographique particulière incluse dans l'analyse supplémentaire et doit aussi déclarer le nombre de copies dans les classements restants inclus dans la diffusion justifiée totale pour le numéro analysé.

C12.17 Répartition de la source de diffusion

Doit contenir une analyse de la diffusion justifiée par source utilisant les colonnes, d'un, deux et trois ans ou toute combinaison, et doit être répétée pour la vérification régulière de diffusion et être conforme aux règlements pour déclarer ces données.

C12.18 Répartition géographique

Les magazines membres qui choisissent d'effectuer une vérification supplémentaire doivent compléter paragraphe 6 – Répartition géographique – dans la vérification de diffusion régulière et répéter ce paragraphe dans la vérification supplémentaire.

C12.19 Questionnaires utilisés par le magazine pour provoquer des données démographiques supplémentaires

C12.19.1

Pour les questionnaires supplémentaires provoquant seulement des données d'influence d'achat, le format "oui/non" ou "aucun choix précédent" est acceptable.

Voici des exemples acceptables de ces deux options:

"Est-ce que vous recommandez, achetez, spécifiez ou approuvez certains des produits indiqués précédemment?"

OUI NON

Est-ce que vous recommandez, achetez, spécifiez ou approuvez certains des produits indiqués ici (cochez tous les choix)?:

- produit X
- produit Y
- produit Z
- "aucun des produits" [dernier choix de la liste].

Lorsque vous tentez d'obtenir plusieurs données d'influence d'achat dans une campagne de télémarketing, la catégorie de réponses "Aucun des produits" n'est pas obligatoire si un format 'Oui/Non' est utilisé pour obtenir les données.

C12.19.2

Dans le cas de plusieurs fonctions/responsabilités d'emploi, de l'utilisation de plusieurs produits ou de plusieurs genre de travail dans une même entreprise, l'utilisation de "Autre (veuillez décrire) . . ." est permis. Par contre, l'utilisation de ce format doit être approuvée d'avance par BPA Worldwide.

Les exemples suivants sont des utilisations acceptables de ce choix:

"Veuillez indiquer les fonctions d'emploi suivantes que vous remplissez (cochez tous les choix qui s'appliquent à vous):"

- fonction X
- fonction Y
- fonction Z
- "autre (veuillez décrire) _____" [dernier choix de la liste].

"Quels produits suivants utilisez-vous dans le cadre de votre travail (cochez tous les choix qui s'appliquent) :"

- produit X
- produit Y
- produit Z
- "autre (veuillez décrire) _____" [dernier choix de la liste].

C12.19.3

Les questionnaires utilisés pour obtenir des données démographiques supplémentaires sont sujets à l'approbation de BPA Worldwide. BPA Worldwide approuvera tout questionnaire qui est constant avec l'analyse à déclarer.

Les formulaires d'entrevues téléphoniques doivent contenir des instructions adéquates pour l'interviewer (appels sortant) ou pour les appels entrants. De plus, l'éditeur est responsable de conserver les dossiers et pièces justificatives suivants qui doivent être mis à la disposition du vérificateur lors de la vérification et/ou lors des visites aléatoires:

C12.19.3 (suite)

Toutes les factures de compagnies de téléphone, télex et télégrammes.

Toutes les données générées par ordinateur incluant les sommaires par date d'appels reçus, les numéros de téléphone des appels logés et reçus, les numéros de télex et les journaux (logs) informatiques des tâches effectuées.

Les enregistrements sur bande magnétique, lorsque permis et disponibles, doivent être vérifiés à l'occasion par le vérificateur afin de déterminer si les critères des formulaires d'entrevues et les techniques appropriées d'enregistrement de l'interviewer de la réponse du destinataire sont respectés. Lorsque les conversations sont enregistrées sur bande magnétique, le destinataire doit être informé de l'enregistrement au début de l'appel. La surveillance d'entrevues en direct doit aussi être effectuée aux mêmes fins.

L'éditeur est responsable de la documentation et de l'exactitude des données récoltées au moyen de télécommunication, incluant les demandes obtenues par des firmes de télémarketing externes.

Le vérificateur comparera et effectuera le contrôle croisé de toutes les pièces justificatives et les dossiers. Il effectuera tous les autres tests jugés nécessaires, incluant les contacts téléphoniques/télécopieurs et/ou les tests d'expédition pour une authentification complète et exacte de l'information. L'éditeur sera refacturé pour les coûts encourus pour tous les tests spéciaux effectués par BPA Worldwide ou l'un de ses agents.

C12.19.4

Chaque questionnaire doit être adéquatement identifié et daté pour permettre au vérificateur de se satisfaire de son authenticité et acceptabilité.

C12.19.5

Une copie du questionnaire doit être incluse dans le rapport de vérification de la diffusion supplémentaire.

C12.20

L'éditeur doit effectuer un calcul réel de la liste d'envoi des classements démographiques supplémentaires du numéro analysé pour chaque zone géographique.

C12.21

La preuve justificative doit être mise à la disponibilité du vérificateur afin de supporter toutes les données supplémentaires déclarées dans la vérification démographique supplémentaire ainsi que le matériel de justification requis pour la vérification régulière de diffusion. Cette preuve ne doit pas dépasser trois ans à partir de la date du numéro analysé.

C12.22

Tel qu'indiqué dans ces règlements, la responsabilité de préparation, de mise à jour et de disponibilité des dossiers et pièces justificatives nécessaires à la vérification démographique supplémentaire revient à l'éditeur. L'emploi d'agents ou de firmes externes pour toute vérification démographique supplémentaire ne soustrait pas le membre éditeur à ses responsabilités.

C12.23

Toutes les pièces justificatives et les dossiers nécessaires à une vérification doivent être conservés par l'éditeur jusqu'à ce que la prochaine vérification démographique supplémentaire ait été complétée ou pour une période d'au moins trois ans.

C13.0 - ÉTUDE DE RECHERCHE PROJÉTÉE DU LECTORAT SECONDAIRE

C13.1

Un magazine membre en bonne et due forme peut demander les services d'étude de recherche de lectorat secondaire en procédant comme suit:

Compléter un contrat de service avec BPA Worldwide et le remettre à la société avec le paiement des frais déterminés à l'occasion par le conseil d'administration. Le contrat doit comprendre en annexe une description complète du but de la recherche, la déclaration de méthodologie complétée et le formulaire d'entrevue par questionnaire/téléphone à être utilisé.

Les données de lectorat secondaire sont obtenues par sondage téléphonique et/ou postal utilisant un formulaire de questionnaire approuvé.

Les sondages téléphoniques, par courriel et ou postaux qui seront utilisés pour développer les données de lectorat secondaire doivent inclure une disposition pour enregistrer la quantité de destinataires. Les éditeurs ont le choix d'obtenir le nom complet du destinataire de lectorat secondaire. BPA Worldwide se réserve le droit de vérifier les destinataires de lectorat secondaire de manière plus approfondie s'il le croit nécessaire aux fins de compléter l'étude.

Le sondage doit respecter les directives établies par la Fondation publicitaire de recherche pour la recherche d'audiences sur les magazines (Advertising Research Foundation's Guidelines for Audience Research on Magazines) à l'exception du taux de réponse de 45% requis par BPA (voir plus bas.)

Sur conclusion de l'étude, compléter un formulaire d'étude de recherche projetée du lectorat secondaire de BPA Worldwide et le remettre à la société. Le formulaire doit être en conformité avec ces règlements.

Sur conclusion de l'étude, compléter un "*Formulaire de divulgation complète de recherche*" Full Disclosure Form for Research) établi par l'Association des annonceurs nationaux (Association of National Advertisers, Inc.) et remettre une copie à BPA Worldwide.

BPA Worldwide limitera son service à celui de la recherche basée uniquement sur la diffusion justifiée du magazine et ne doit pas inclure aucune étude qui compare directement un magazine à un autre ou qui concerne les préférences du destinataire/abonné. Le seul type d'étude de recherche que BPA Worldwide peut vérifier doit être un lectorat secondaire du magazine.

BPA Worldwide doit publier un rapport d'étude de recherche de lectorat secondaire seulement si un magazine atteint une réponse minimum de 60% **45%** de la grandeur de l'échantillonnage qui doit aussi constituer un minimum acceptable et représentatif de la population testée.

C13.2

Sur réception du contrat, BPA Worldwide révisera l'objectif de l'étude de recherche la méthodologie prévue. Utilisant l'expertise d'un panel indépendant de professionnels en recherche, BPA Worldwide procédera à une évaluation de la méthodologie afin de déterminer si elle est conforme aux normes minimums pour l'échantillonnage, la construction du questionnaire, la collecte de données, le taux et l'analyse de réponse ainsi que les pratiques et éthiques de recherche généralement acceptées, selon les directives de l'ARF pour la recherche d'audiences sur les magazines d'affaires (ARF Guidelines for Audience Research on Business Magazines). BPA Worldwide peut choisir de rejeter le contrat à ce moment et retourner le contrat, le paiement des frais et autre matériel soumis par le magazine. BPA Worldwide déduira des frais remboursés les coûts associés à son évaluation

C13.3

Sur acceptation du contrat, BPA Worldwide doit procéder à un examen du matériel et des preuves de recherche ainsi que compléter une vérification attestant la finalisation des spécifications (méthodologie) de l'étude, incluant la sélection d'échantillons et la mise en place du sondage, les tableaux des répondants, le codage exact, l'analyse et la projection de toutes les réponses utilisables. Le panel indépendant de professionnels de recherche doit réviser les conclusions et les interprétations de l'étude afin qu'elles soient conformes aux pratiques et éthiques de recherche généralement acceptées tel que déterminé par les directives ARF pour la recherche d'audience sur les magazines d'affaires (ARF Guidelines for Audience Research on Business Publications). Par contre, BPA Worldwide ne fera aucune interprétation ou ne tirera aucune conclusion ainsi que n'attestera pas de la profondeur ou de l'exactitude des données résultant du choix de l'éditeur concernant la méthodologie de recherche.

C13.4

À la fin de la vérification, BPA Worldwide peut publier un rapport projeté d'étude de recherche de réception du lectorat secondaire. Le rapport doit être séparé des autres déclarations du magazine membre et être imprimé sur du papier bleu.

C13.5

S'il est trouvé que les dossiers et pièces justificatives du magazine (ou de la firme de recherche indépendante) sont incomplets ou non disponibles et que la vérification de la recherche ne peut pas être effectuée selon les procédures de BPA Worldwide, la vérification doit être terminée et les frais remboursés. Aucune autre tentative ne peut être faite par BPA Worldwide pour vérifier cette étude en question.

C13.6

Un rapport publié par la société sur papier bleu atteste la vérification de: l'échantillon sélectionné, la mise en place du sondage, le tableau des retours, la codification des réponses, le tableau des réponses et la projection des données.

C13.7

Le rapport doit déclarer que la méthodologie et les résultats subséquents ont été révisés par un panel indépendant de professionnels de recherche de BPA Worldwide pour leur conformité avec les directives d'ARF de la recherche d'audiences sur les magazines d'affaires (ARF's Guidelines for Audience Research on Business Magazines).

C13.8

Les membres éditeurs doivent faire leur déclaration sur des formulaires remis par la société.

C13.9

Aux fins d'uniformité d'apparence et de montage typographique, BPA Worldwide doit approuver les paragraphes qui requièrent des fontes, des réglures et des pages additionnelles.

C13.10

BPA Worldwide doit imprimer les rapports et facturer le magazine pour le service selon les frais déterminés périodiquement par le conseil d'administration.

C13.11

L'impression et la distribution du rapport ne peuvent être effectuées qu'après que le communiqué officiel signé par l'éditeur ait été fait. Par la suite, les copies imprimées peuvent être achetées par tout membre de la société à un prix établi par le conseil d'administration. Un membre ne doit pas reproduire le rapport complet, ni en parites, et toute publicité doit être en conformité avec les règles de publicité de BPA Worldwide.

C13.12 Contenu du rapport

Le rapport inclura les éléments suivants:

Le nom, l'entreprise et l'adresse du magazine membre.

Le nom de la firme effectuant l'étude et son adresse.

La date à laquelle l'étude a été complétée.

Une description de l'étude, c'est à dire un nom ou un titre.

La date du numéro du magazine dont l'échantillon a été tiré.

Une déclaration concernant le "but" du projet.

Une annonce indiquant les données projetées incluses, si nécessaire.

Une déclaration attestant la vérification de l'étude et l'implication de BPA Worldwide dans l'étude.

Une déclaration concernant l'existence de certaines interprétations et conclusions, ainsi que la personne qui les a tirées.

Une divulgation complète de la méthodologie utilisée dans cette étude.

Un sommaire de tous les répondants différenciés par des retours utilisables, ceux qui sont inutilisables (incomplets, vierges, retours postaux, etc.), ainsi que le nombre d'efforts.

Toutes analyses pertinentes à l'étude, incluant les niveaux de confiance (+/-), les pointages pouvant être supportés par la documentation de recherche.

Une table de variation détaillant la variation entre l'échantillon, les répondants à l'échantillon, et le total justifié.

Une déclaration par BPA Worldwide déclinant toute responsabilité sur la profondeur ou exactitude des données résultant du choix de la méthodologie de recherche de l'éditeur ou de la firme indépendante ou d'aucune ou toute interprétation ou conclusion contenue dans ce

rapport.

C13.13

Il est recommandé que l'un des deux numéros analysés (mai ou novembre) soit utilisé comme population à partir de laquelle un échantillon est tiré. L'usage des numéros autre que mai ou novembre peut résulter en la nécessité de tests additionnels lors de la vérification de l'étude de recherche par BPA Worldwide.

C13.14

Une liste complète de la population étudiée par code postal et en ordre alphabétique par nom de famille doit être conservée et mise à la disponibilité de la société.

C13.15

Une liste complète de tous les noms sélectionnés dans l'échantillon par code postal et en ordre alphabétique par nom de famille doit être conservée et mise à la disponibilité de la société.

C13.16

Les instructions informatiques, les journaux de consoles, les journaux d'opérateurs, les relevés de production et tout autre document habituellement disponible pour la production ou qui sont le résultat de la performance de la sélection d'échantillon doivent être conservés et mis à la disponibilité de la société.

C13.17

Les attestations vérifiant que tous les noms sélectionnés pour l'étude ont été inclus, les factures de téléphone détaillées ainsi que les bandes d'enregistrement audio des entrevues téléphoniques et /ou personnelles (si utilisées), incluant tous les contacts de suivis, doivent être conservées et mises à la disponibilité de la société.

C13.18

Les copies de formulaires d'entrevues téléphoniques et/ou de tous les retours de sondage postaux, incluant les enveloppes, et une attestation du magazine, de la firme de recherche et/ou de la firme de télémarketing confirmant que ces retours sont complets.

C13.19

Un rapport imprimé ou une liste de toutes les réponses utilisables incluant toutes les entrées de codes.

C13.20

Les pointages manuels ou informatisés, analysant les entrées de codes d'entrées des retours utilisables. La société peut demander des rapports imprimés supplémentaires ou des analyses qu'elle considère nécessaires au processus de vérification.

C13.21

Toute autre preuve jugée nécessaire par la société afin de remplir son engagement.

C13.22

Tous les dossiers et pièces justificatives nécessaires à la vérification doivent être conservés par l'éditeur et mis à la disponibilité de la société à sa demande.

C14.0 – VÉRIFICATIONS D'ÉTUDE DES ABONNÉ

C14.1

Un magazine membre en bonne et due forme peut effectuer une demande de service de vérification d'étude de ses abonnés et il doit procéder de la façon suivante:

Compléter un contrat pour les services de BPA Worldwide et le déposer auprès de la société. Avec le contrat doit se retrouver une description complète du but de la recherche, la déclaration de méthodologie complétée, et le formulaire d'entrevue questionnaire/téléphonique qui sera utilisé.

C14.1 (suite)

Les données d'étude des abonnés seront obtenues par un sondage téléphonique, courriel et/ou postal en utilisant un formulaire questionnaire approuvé par BPA.

Une firme de recherche indépendante en études de marchés, familière et conforme aux directives de l'*Advertising Research Foundation (ARF)*, doit effectuer l'étude des abonnés. L'étude doit suivre les standards établis par le *Advertising Research Foundation's Guidelines for Audience Research on Magazines*, à l'exception des cibles de taux de réponses de BPA (voir plus bas).

BPA Worldwide doit publier une lettre d'opinion sur la vérification seulement si un magazine atteint un minimum de réponses ciblé à 35% de la taille de l'échantillon qui doit aussi constituer un minimum acceptable et représentable de la population étant testée.

L'étude d'abonnés doit inclure un échantillon tiré du fichier justifié complet d'au moins 1 000. L'exclusion des abonnés peut inclure les adresses internationales, les résidents de l'Alaska et d'Hawaii, les copies manquant les individus par nom et adresse, les adresses d'entreprises seules, plusieurs copies au même destinataire, les copies aux agences et à la liste de promotion de l'agence. On doit divulguer les exclusions.

Un minimum de 350 réponses utilisables pour tabulation est requis.

C14.2

Sur réception du contrat, BPA Worldwide révisera l'objectif de l'étude de recherche la méthodologie prévue. BPA Worldwide procédera à une évaluation de la méthodologie afin de déterminer si elle est conforme aux normes minimums pour l'échantillonnage, la construction du questionnaire, la collecte de données, le taux et l'analyse de réponse ainsi que les pratiques et éthiques de recherche généralement acceptées. BPA Worldwide peut choisir de rejeter le contrat à ce moment et retourner le contrat, le paiement des frais et autre matériel soumis par le magazine. BPA Worldwide déduira des frais remboursés les coûts associés à l'évaluation.

C14.3

Sur acceptation du contrat, BPA Worldwide doit procéder à un examen du matériel et des preuves de recherche ainsi que compléter une vérification attestant la finalisation des spécifications (méthodologie) de l'étude, incluant la sélection d'échantillons et la mise en place du sondage, les tableaux des répondants, le codage exact, l'analyse et la projection de toutes les réponses utilisables. Cependant, BPA Worldwide ne fera aucune interprétation ou ne tirera aucune conclusion ainsi que n'attestera pas de la profondeur ou de l'exactitude des données résultant du choix de l'éditeur concernant la méthodologie de recherche.

C14.4

À la fin de la vérification réussie, BPA Worldwide publiera une lettre d'opinion du vérificateur. La lettre sera

séparée de tous les autres rapports du membre de BPA Worldwide.

C14.5

S'il est trouvé que les dossiers et pièces justificatives du magazine (ou de la firme de recherche indépendante) sont incomplets ou non disponibles et que la vérification de la recherche ne peut pas être effectuée selon les procédures de BPA Worldwide, la vérification doit être terminée et les frais remboursés. Aucune autre tentative ne peut être faite par BPA Worldwide pour vérifier cette étude en question.

C14.6

Une lettre d'opinion sur la vérification publiée par la société attestant la vérification de: la déclaration de méthodologie, des incitatifs, de la sélection des exemplaires, du numéro échantillonné, de la société d'édition et son adresse et numéro de téléphone, la firme de recherche de marché et son adresse et numéro de téléphone.

C14.7 Contenu de la lettre d'opinion sur la vérification

La lettre d'opinion doit contenir les éléments suivants:

Le nom, l'entreprise et l'adresse du magazine membre.

Le nom de la firme effectuant l'étude et son adresse.

La date à laquelle l'étude a été complétée.

Le nombre de questionnaires distribués

Les méthodes de distribution (date des efforts individuels)

Total des répondants utilisables

Taux de réponse

Incitatif

La date/mois/période du numéro du magazine duquel l'échantillon a été tiré.

C14.8

Les éditeurs ont le choix de divulguer les questionnaires d'études d'abonnés/sondages.

C14.9

Il est recommandé que l'un des deux numéros analysés (mai ou novembre) soit utilisé comme population à partir de laquelle un échantillon est tiré. L'usage des numéros autre que mai ou novembre peut résulter en la nécessité de tests additionnels lors de la vérification de l'étude de recherche par BPA Worldwide.

C14.10

Une liste complète de tous les noms sélectionnés dans l'échantillon par code postal puis

alphabétiquement par nom de famille doit être conservée, en version imprimée ou électronique, ainsi que mise à la disponibilité de la société.

C14.11

Les attestations vérifiant que tous les noms sélectionnés pour l'étude ont été inclus, les factures de téléphone détaillées ainsi que les bandes d'enregistrement audio des entrevues téléphoniques et /ou personnelles (si utilisées), incluant tous les contacts de suivis, doivent être conservées et mises à la disponibilité de la société.

C14.12

Les copies de formulaires d'entrevues téléphoniques et/ou de tous les retours de sondage postaux, incluant les enveloppes, et une attestation du magazine, de la firme de recherche et/ou de la firme de télémarketing confirmant que ces retours sont complets.

C14.13

Un rapport imprimé ou une liste de toutes les réponses utilisables incluant toutes les entrées de codes.

C14.14

Les pointages manuels ou informatisés, analysant les entrées de codes d'entrées des retours utilisables. La société peut demander des rapports imprimés supplémentaires ou des analyses qu'elle considère nécessaires au processus de vérification.

C14.15

Toute autre pièce justificative considérée nécessaire par la société afin qu'elle puisse offrir un service optimal.

C14.16

Toutes les pièces justificatives et dossiers nécessaires à la vérification doivent être conservés par l'éditeur et, à sa demande, mis à la disponibilité de la société.