



# **REGLEMENT D'APPLICATION**

**Bureau ACPM / OJD  
Presse Payante**

**Grand Public**

Version Février 2017

# PRESSE GRAND PUBLIC

## SOMMAIRE

PREAMBULE .....	6
<b>I. DEFINITION DE LA PRESSE "GRAND PUBLIC" .....</b>	<b>7</b>
<b>II. CATEGORIES DE PRESSE "GRAND PUBLIC" .....</b>	<b>7</b>
<b>III. TIRAGE .....</b>	<b>7</b>
a) l'éditeur est son propre imprimeur	
b) l'éditeur n'est pas son propre imprimeur	
<b>IV. DIFFUSION .....</b>	<b>8</b>
A. DIFFUSION PAYEE	
1. ABONNEMENTS	
Abonnements payés par l'abonné destinataire	
A/ Par la Poste	
B/ Par portage	
Abonnements payés par tiers en nombre	
Abonnements servis sur exemplaires différés	
Remarques générales	
a) durée de l'abonnement	
b) abonnements arrivés à expiration	
c) souscriptions d'abonnements avec remise, prime, cadeau, vente jumelée, etc...	
d) justification des abonnements	
• d.1. statistiques mensuelles	
• d.2. déclarations d'expéditions postales	
• d.3. cession de titre	
e) la « passe » abonnements	

2 - VENTES AU NUMERO .....15

2.1 Ventes au numéro payé par l'acheteur individuel.

2.1.1. Exemplaires livrés par les messageries de presse à des agents vendeurs

2.1.2. Exemplaires livrés par l'éditeur à des agents vendeurs

2.1.3. Exemplaires vendus directement par l'éditeur

2.2. Ventes au numéro par tiers en nombre

2.3. Exemplaires vendus sur numéros à diffusion différée payée

2.4. « Passe » ventes au numéro.

2.5 Exemplaires diffusés dans les points de ventes lorsque les acheteurs bénéficient de réductions (espèces ou cadeaux) et /ou d'une offre de remboursement différé.

OBSERVATIONS ET CAS PARTICULIERS

- 1) numéros hors série
- 2) numéros spéciaux
- 3) albums
- 4) concours et jeux
- 5) ventes à l'exportation
- 6) presse informatique
- 7) offres d'abonnement gratuit
- 8) D.O.M. - T.O.M.

3 - PROCEDURE SPECIFIQUE DE CONTROLE DES DIFFUSIONS PAR TIERS  
OU DIFFEREES .....18

4 – VERSIONS NUMERIQUES .....22

B. DIFFUSION NON PAYEE .....27

OBSERVATIONS

<b>V. PROCES-VERBAL DE CONTROLE .....</b>	<b>28</b>
1.    ETABLISSEMENT DU PROCES-VERBAL	
a) rôle de l'ACPM / OJD	
b) rôle de l'expert-comptable	
c) rôle des Commissaires délégués	
2.    STRUCTURE DU PROCES-VERBAL DE CONTROLE	
Tableau du Procès-Verbal	
Diffusion payée	
Diffusion individuelle par portage	
Diffusion non payée	
Diffusion totale par numéro	
3.    REPARTITION GEOGRAPHIQUE DE LA DIFFUSION	
4.    REPARTITION DE LA DIFFUSION : CAS PARTICULIERS	
<b>VI. - LES CONTROLES .....</b>	<b>34</b>
1.    FREQUENCE DES CONTROLES	
a) contrôle annuel	
b) second contrôle annuel	
c) contrôle après saisine d'office par l'ACPM / OJD	
2.    CALENDRIER DES CONTROLES	
REMARQUES :	
a) publications créées depuis moins d'un an	
3.    ENGAGEMENTS DE CONTROLE LORS DE LA CESSION D'UN TITRE	
4.    ENGAGEMENT D'UN TITRE NOUVEAU INSCRIT A l'ACPM / OJD - Presse Payante	
<b>VII. - DECLARATIONS DE DIFFUSION SUR L'HONNEUR ET DECLARATIONS DEPOSEES A l'ACPM / OJD.....</b>	<b>37</b>
A - Déclarations Semestrielles sur l'Honneur (D.S.H.)	
B - Déclarations Déposées à l'ACPM / OJD - Presse Payante	
<b>VIII. - UTILISATION DU LABEL .....</b>	<b>41</b>
<b>IX. - UTILISATION PAR L'EDITEUR DES RESULTATS DU CONTROLE DE DIFFUSION .....</b>	<b>42</b>
<b>X. - RESSOURCES.....</b>	<b>44</b>
<b>XI. - NON RESPECT DU REGLEMENT D'APPLICATION .....</b>	<b>44</b>

## ANNEXES

- Principaux Eléments nécessaires au Contrôle
- Procès-Verbal de contrôle
- Ventilation des diffusions France par tiers et différées
- Annexe « Diffusion Etranger »

# PREAMBULE

Ce Règlement d'Application codifie les Règles de contrôle élaborées par le Comité Diffusion de l'ACPM / OJD et adoptées par ses différentes instances (Conseil d'Administration, et Assemblée Générale Ordinaire).

La qualité d'un contrôle repose, c'est ce qui fait son originalité et garantit sa performance, sur une double analyse de comptabilité matière et de comptabilité financière.

Cette double opération porte sur des pièces comptables et de gestion, qui doivent être mises à disposition des équipes de l'ACPM / OJD, sans restriction, titre par titre, étant entendu que la justification par présentation de pièces originales, sélectionnées par sondage, est indispensable.

Cette liste constitue une véritable Charte (voir Annexes) qui doit guider un éditeur dans la préparation de chaque contrôle d'un titre.

Les pièces principales portent sur :

- la Comptabilité :

- Bilans, comptes de résultats, Grand Livre de clôture, Balance générale de clôture, Grand Livre analytique, Balance de clients douteux, etc...

- la Vente par abonnements :

- Listes des tarifs, états mensuels des nouveaux abonnés, états de gestion des abonnements, états de la dette gestion abonnements, factures de routage, factures de la poste, propositions d'abonnements, etc...

- la Vente au numéro :

- Listes des tarifs, états annuels récapitulatifs de la diffusion, journal des ventes, comptes rendus mensuels de distribution, états des ventes au numéro par portage, états mensuels des quantités et des montants facturés pour les ventes directes et à des tiers, etc...

## INSCRIPTION D'UNE PUBLICATION

Une publication titulaire d'un certificat d'inscription délivré par la Commission Paritaire des Publications et Agences de Presse (C.P.P.A.P.) et/ou une publication dont la diffusion payée est égale ou supérieure à 50 % de sa diffusion totale peut adhérer à l'ACPM / OJD - Presse Payante.

On entend par diffusion payée l'ensemble des exemplaires payants tels que définis dans le présent règlement. La diffusion totale est la somme de la diffusion payante et de la diffusion gratuite.

N'entrent pas dans le champ d'application de l'ACPM / OJD - Presse Payante les titres qui, par définition, sont affectés aux autres Bureaux de l'ACPM / OJD.

Cette publication pourra bénéficier du label ACPM / OJD - Presse Payante si elle s'est conformée aux règles de contrôle définies ci-après.

## I. DEFINITION DE LA PRESSE GRAND PUBLIC (GP)

La presse Grand Public (GP) est la presse dont le contenu rédactionnel est destiné à un ensemble de lecteurs, "grand public", pour satisfaire ses besoins d'information, de culture, de détente ou de confort, sans tenir compte de ses préoccupations professionnelles.

## II. CATEGORIES DE PRESSE GRAND PUBLIC

L'ACPM / OJD - Presse Payante classe les publications grand public en 14 catégories principales, en fonction de leur contenu rédactionnel.

- 01 - QUOTIDIENS
- 01H - HEBDOMADAIRES REGIONAUX
- 02 - TELEVISION
- 03 - FEMININS
- 04 - ACTUALITES
- 05 - JOURNAUX A SENSATION
- 06 - LOISIRS
- 07 - JEUNES
- 08 - FAMILIAUX
- 09 - MASCULINS / MODE ET CHARME
- 10 - PETITES ANNONCES
- 11 - ASSOCIATION - SYNDICAT - GROUPEMENT
- 12 - PRESSE ETRANGERE
- 13 - ANNUAIRES

## III. TIRAGE

C'est le nombre d'exemplaires finis, par parution.

### a) L'éditeur est son propre imprimeur

Le tirage est constaté à partir des originaux des bons de tirage comportant : le tirage, le tonnage de papier consommé (à l'exception des bobineaux, beefsteaks, mandrins, cassés, maculés, etc...) ainsi que le nombre de pages. (Seront fournis également les états de gestion de stocks).

### b) L'éditeur n'est pas son propre imprimeur

Les originaux des factures de l'imprimeur ou du brocheur constituent les pièces justificatives du tirage. Ils doivent mentionner, par parution, le chiffre du tirage ou du brochage et le nombre de pages.

A noter la possibilité d'avoir accès, par sondage, aux bons de livraisons.

## IV. DIFFUSION

La diffusion d'une parution est égale au total des exemplaires vendus par abonnement et/ou au numéro et des exemplaires servis gratuitement par l'éditeur.

Le Procès-Verbal de contrôle ACPM / OJD - Presse Payante, établi par l'ACPM / OJD fait apparaître séparément :

- . la diffusion payée.
- . la diffusion non payée

Le Procès-Verbal fait également ressortir la répartition de la diffusion entre la France et l'Etranger.

La diffusion France est spécifiquement traitée dans les colonnes comprises de 4 à 16 et la diffusion Etranger dans les colonnes 17 à 19.

En dehors de points clairement explicités dans le présent règlement, les règles de contrôle entre la France et l'Etranger sont les mêmes. Pour faciliter la lecture et la compréhension, la diffusion Etranger est regroupée en un nombre limité de colonnes.

### A. DIFFUSION PAYEE

La diffusion payée comprend :

- . les abonnements payés par l'abonné destinataire
- . les abonnements payés par tiers en nombre
- . les ventes au numéro payées par l'acheteur individuel
- . les ventes au numéro payées par tiers en nombre
- . la diffusion individuelle par portage
- . la diffusion différée payée (au numéro et par abonnement).

Elle ne prend en compte que les exemplaires effectivement payés ou en cours de paiement.

#### 1. ABONNEMENTS

Seuls sont retenus comme abonnements payés ceux qui ont été réglés à un prix qui n'est pas inférieur à 50 % de celui qui a été porté sur la publication.

##### 1.1 Abonnements payés par l'abonné destinataire

A/ Par la Poste

Ces abonnements sont souscrits et réglés par le destinataire (personne physique ou morale, établissement public, Association...), soit directement à l'éditeur, soit par l'intermédiaire d'un libraire ou d'un agent vendeur. Ces abonnements individuels sont souscrits pour une période déterminée ou non (durée libre proposée par certains intermédiaires), à un prix qui n'est pas inférieur à 50 % du prix de l'abonnement indiqué sur la publication.



Les abonnements individuels souscrits par l'intermédiaire d'une agence d'abonnements spécialisée (France abonnements, Ofup, Cofinoga, France Loisirs, Sovac, American Express, etc...) sont décomptés dans la présente rubrique.

Les abonnements collectés et payés par des organismes tels que des syndicats, des Associations, des groupements etc..., dès lors que la preuve du paiement individuel initial a été établie, sont décomptés dans la présente rubrique.

Les abonnements d'entreprise sont décomptés dans la présente rubrique si la demande individuelle du destinataire final a été établie et à la condition expresse que chaque abonné ait pu se prononcer sur cet envoi, l'option négative étant admise

## B/ Par Portage

Cette notion concerne :

- soit les abonnements individuels « par portage » livrés directement par l'éditeur au domicile des lecteurs. Ceux-ci répondant aux mêmes caractéristiques que les abonnements postaux décrits ci-dessus.
- soit le portage individuel traditionnel assimilé comptablement à la vente au numéro, si la preuve de sa nature peut être apportée à l'ACPM / OJD. Ce type de portage est effectué sous la responsabilité de l'éditeur, d'un dépositaire, d'un diffuseur ou d'une société de portage agréée par l'éditeur.

### 1.2 Abonnements payés par tiers en nombre

Ce sont des abonnements souscrits en nombre, par des personnes physiques ou morales, groupements (Associations, syndicats...) ou entreprises n'ayant aucun lien de dépendance avec la société éditrice de la publication.

Dans le cas où un tel lien existe, le nombre des abonnements ainsi souscrits n'est pris en considération que dans la limite de 5% des « abonnements payés par l'abonné destinataire » et de la « vente individuelle par portage »

Sont exclus de la colonne des « abonnements payés par tiers en nombre », les exemplaires diffusés auprès des compagnies aériennes, hôtels, restaurants, cliniques, hôpitaux, salles d'attente et, en règle générale, ceux expédiés en vue de leur lecture par des tiers successifs non réguliers. Ces exemplaires, ainsi diffusés, sont à inscrire en « ventes au numéro payé par tiers en nombre ».

Sont à décompter également en abonnements par tiers, les abonnements souscrits par un autre éditeur pour le compte de ses propres abonnés, à la condition expresse que chaque abonné ait pu se prononcer sur cet envoi, l'option négative étant admise.

Les bénéficiaires d'abonnements par tiers reçoivent, dès leur parution individuellement, leur(s) exemplaire(s) sous forme d'un envoi global ou non.

Les abonnements par tiers diffusés en France font l'objet d'une ventilation particulière dans une annexe au PV, intitulée « Ventilation de la diffusion France entre les principaux circuits de ventes et d'abonnements, par tiers et différés ».

Le contrôle et la validation des abonnements par tiers sont soumis à la procédure spécifique décrite au chapitre 4 du présent règlement.

Les abonnements par tiers en nombre cumulés aux ventes au numéro par tiers en nombre et à la diffusion des versions numériques par tiers ne peuvent excéder 33% de la diffusion totale payée du titre (hors diffusion différée) Au-delà de ce quota, ces exemplaires sont décomptés en diffusion non payée.

Pour faciliter les calculs et pour une meilleure compréhension, l'ACPM / OJD préconise le calcul du quota maximum autorisé sur la base de 50% de la diffusion payée individuelle.

Ce quota maximum est appliqué au prorata des diffusions France et Etranger

### 1.3 Abonnements servis sur « exemplaires à diffusion différée »

Ces abonnements sont considérés comme des abonnements normaux payés par l'abonné destinataire, si le décalage n'est pas supérieur à une parution. Dans le cas contraire, ils sont comptabilisés en « Diffusion différée payée ». Il n'y a pas de limitation en nombre. Cette diffusion est mentionnée en « Observations » dans le Procès-Verbal.

Cette nature d'abonnement n'est pas prise en compte pour les quotidiens.

#### REMARQUES GENERALES :

##### a) Durée de l'abonnement

Tout abonnement doit être obligatoirement servi au même destinataire pendant une période qui ne peut être inférieure à :

- un mois pour les quotidiens
- deux mois pour les trihebdomadaires, bihebdomadaires, hebdomadaires, décadaires et bimensuels
- trois mois pour les mensuels
- six mois pour les bimestriels et trimestriels

Tout abonnement d'une durée inférieure est, lors du contrôle, comptabilisé avec la vente au numéro.

##### b) Abonnements arrivés à expiration

Les exemplaires servis postérieurement à l'expiration d'un abonnement ne sont décomptés dans la diffusion payée que dans la limite suivante, pour les abonnements d'un an :

- 16 numéros pour les quotidiens
- 12 numéros pour les trihebdomadaires
- 8 numéros pour les bihebdomadaires
- 4 numéros pour les décadaires et les hebdomadaires
- 2 numéros pour les bimensuels
- 1 numéro pour les mensuels et bimestriels

Cette limite est réduite de moitié pour les abonnements de 6 mois.

Le nombre d'abonnements correspondant, après conversion, aux exemplaires ainsi servis ne peut être supérieur à 4% du nombre moyen des abonnements effectivement payés servis, selon leur durée, au cours de la période faisant l'objet du contrôle.

Ce nombre limite est obtenu en multipliant le nombre d'abonnements effectivement réglés par le nombre d'exemplaires définis ci-dessus, selon la périodicité de la publication. Le résultat ainsi obtenu est ensuite divisé par le nombre de parutions de la publication pendant la durée de l'abonnement, puis ajouté au nombre d'abonnements effectivement renouvelés ou nouvellement souscrits.

L'éditeur doit apporter la preuve que ces exemplaires ont été effectivement servis.

La prolongation de l'abonnement ne doit, en aucun cas, entraîner une réduction du prix de l'abonnement initialement souscrit telle que celui-ci devienne inférieur à 50 % du tarif d'abonnement indiqué sur la publication.

Dans tous les cas, le rapprochement entre les recettes théoriques et les recettes comptables effectué par l'expert-comptable détermine le nombre des abonnements payés et celui des abonnements devant être décomptés en Diffusion non Payée.

#### c) Souscription d'abonnements avec prime, cadeau, vente jumelée, etc...

Lors du contrôle, ne sont décomptés comme « abonnements payés », que les abonnements promotionnels (P) qui ont été réglés par les souscripteurs à un prix égal ou supérieur à 50% d'un tarif abonnement dit de « référence ACPM / OJD - Presse Payante » (A) calculé comme suit :

A = prix de vente au numéro  
x nombre de parutions x 50 %

Le montant de l'abonnement promotionnel (P) est déterminé en soustrayant du montant total de l'offre promotionnelle (O) figurant sur la proposition, le prix d'achat de l'article (Objet, service), (C), soit :

$P = O - C$

Les calculs sont opérés hors taxes.

Le prix d'achat C de l'article est obligatoirement déterminé comme suit :

a) vente avec prime : le prix d'achat retenu lors du contrôle est celui qui ressort de la comptabilité de l'éditeur.

b) vente jumelée : le prix d'achat de l'article tel qu'il ressort de la comptabilité de l'éditeur est comparé à un montant égal à :

- 25 % de la valeur que l'éditeur a attribué au dit article dans son offre de vente pour les publications mensuelles, bimensuelles, bimestrielles, trimestrielles.

- 30 % de la valeur que l'éditeur a attribué au dit article dans son offre de vente pour les publications hebdomadaires, décadaires, quotidiennes.

Le prix d'achat (C) retenu lors du contrôle est le plus élevé des deux montants ci-dessus (valeur comptable ou valeur attribuée par l'éditeur).  
Le nombre des abonnements ainsi souscrits est obligatoirement mentionné en « Observations » dans le Procès-Verbal de Contrôle.

Remarque :

Les dispositions ci-dessus relatives à la détermination du prix d'achat de l'article (C) compris dans une proposition de vente ne s'applique pas lorsque cet article est constitué par un ou plusieurs produits d'édition (numéro à diffusion différée de la publication, numéros spéciaux, numéros hors série, livres).

Règles à observer :

1 - La formulation et la présentation graphique des messages de prospection devront faire apparaître de façon non ambiguë

a) La valeur attribuée par l'éditeur au service de la publication pendant la durée considérée et à l'objet (ou service) compris dans l'offre de vente jumelée.

b) Le prix « cassé » auquel il exécute la vente de l'objet (ou du service) si elle lui est commandée.

2 - Dans la formulation de son message de prospection, l'éditeur peut comparer le prix qu'il attribue aux services de la publication compris dans son offre de vente jumelée :

- au prix normal de l'abonnement
- ou au coût global des numéros à paraître pendant la durée considérée, calculé sur la base du prix de vente de l'exemplaire au numéro.

3 - En aucun cas la formulation ou la présentation graphique du message de prospection ne doit laisser supposer à son destinataire que l'économie qu'il fait sur le prix normal de l'abonnement, s'il donne suite à la proposition de l'éditeur, est supérieure à 50% de ce prix normal.

4 - Le message de prospection doit obligatoirement indiquer que, s'il le désire, son destinataire ne peut acquérir que l'abonnement ou l'objet (ou le service) compris dans la proposition de l'éditeur. Il doit préciser le prix d'acquisition applicable en ce cas à chacun d'eux.

d) Justification des Abonnements

Les abonnements doivent être justifiés par des documents appropriés :

d.1) Statistiques mensuelles et certification du paiement des Abonnements

Elles auront été établies mensuellement ou par numéro (s'il s'agit de publications bimestrielles ou trimestrielles) et comporteront :

- La liste des tarifs pratiqués au cours de la période contrôlée et de l'année précédente
- Les états mensuels des nouveaux abonnés
- L'état de gestion des abonnements servis, en quantité et par codes prix
- L'état de la dette gestion abonnements de la période contrôlée et de l'année précédente
- La justification détaillée du compte « abonnements à servir » à la fin de l'exercice ou de la période contrôlée
- L'état des « grâce copies théoriques » et l'état des « grâce copies récupérées » comptablement pour paiement tardif, (si disponible)
- L'état des suspendus pour non paiement ou non renouvellement (par origine), (si disponible)
- Les états statistiques comportant :
  - . le nombre d'abonnements souscrits avec ventes jumelées et / ou à primes, ainsi que les factures correspondant à l'achat des primes ou objets accompagnant les ventes jumelées
  - . le nombre d'abonnements facturés et non réglés à la fin du dernier mois de la période contrôlée
  - . les propositions d'abonnements (matériel)
  - . la possibilité d'accès à la vérification du paiement effectif des abonnements auprès de l'éditeur
  - . l'état des abonnements par portage, quantité d'exemplaires et valeur correspondante.

#### d.2) Déclarations d'expéditions postales

Les indications de quantité sont issues des factures de routage, des factures de la Poste et des bordereaux délivrés et visés par la Poste (Modèle 1289A).

Elles doivent coïncider avec le total des exemplaires envoyés aux abonnés (hors portage), sous réserve des remarques suivantes :

- a) que la publication effectue elle-même ou non ses expéditions postales, elle doit présenter, pour chaque parution, lors du contrôle ACPM / OJD, le bordereau postal dûment tamponné servant à la facturation par la Poste, ainsi que la justification du paiement à la Poste (exemplaires expédiés en France ou à l'étranger).
- b) le document sur lequel figure le routage d'une parution donnée de la publication (sauf dans le cas des quotidiens) peut ne pas mentionner la totalité des numéros expédiés aux abonnés. En effet, entre deux expéditions routées consécutives, de nouveaux abonnements peuvent avoir été enregistrés. Ces « égrenés » sont généralement envoyés par le service « abonnements » de la publication en « routage complémentaire » ou « en détail ». Leur nombre doit s'ajouter au total des numéros expédiés ; il en est de même pour les exemplaires envoyés à l'étranger ou en France.

### d.3) Cession de titre

Lorsqu'une publication rachète un titre dont la diffusion a été contrôlée auparavant par l'ACPM / OJD - Presse Payante et/ou son fichier d'abonnés, la prise en compte des abonnés du titre racheté est sujette à répondre aux règles suivantes :

- L'éditeur « repreneur » du titre et/ou du fichier d'abonnés doit présenter à l'ACPM / OJD le contrat de rachat du titre et /ou du fichier.
- L'éditeur « repreneur » doit posséder l'échéancier détaillé des abonnés restant à servir au moment de la cession.
- Un délai maximum d'un an peut être autorisé entre le dernier numéro servi par la publication « vendeuse » et la reprise du service des numéros restant à servir par le repreneur.
- La publication rachetant le fichier d'abonnés doit être de nature rédactionnelle « proche » de celle de la publication « vendeuse ».
- Il doit y avoir déduplication des fichiers des deux publications.
- La publication « racheteuse » doit adresser à chacun des abonnés figurant dans le fichier de l'ex-publication « rachetée » une proposition explicite proposant soit de rembourser l'abonné de la valeur des exemplaires à servir, soit de servir à cet abonné la contrepartie des exemplaires qu'il avait précédemment réglés.
- Il ne peut y avoir un délai entre l'envoi de la proposition et le début du service supérieur à :
  - . 1 mois pour les publications hebdomadaires, décadaires
  - . 2 mois pour les publications mensuelles, bimensuelles, bimestrielles, trimestrielles
- La reprise du fichier d'abonnés est indiquée en « Observations » dans le Procès-Verbal.

### e) La « Passe » abonnements

La « Passe » abonnements susceptible d'être prise en compte dans la diffusion, ne peut excéder 0,5% pour les périodiques et 1% pour les quotidiens ou les publications de format tabloïd.

La « Passe » abonnements est inscrite obligatoirement dans la Diffusion non payée.

Cette disposition s'applique à toutes les publications

## 2. VENTES AU NUMERO

La vente au numéro représente le nombre d'exemplaires vendus au public à un prix qui ne peut être inférieur à 50% du prix du numéro indiqué sur la publication. Ces exemplaires peuvent être vendus à la clientèle :

- par les messageries de presse
- par l'intermédiaire d'agents vendeurs (dépositaires de presse, librairies, bibliothèques de gare, vendeurs, etc...).
- par l'éditeur.

Toute vente d'exemplaires réalisée sur des invendus est décomptée séparément (cf. « ventes sur exemplaires à diffusion différée »).

### 2.1. Ventes au numéro payé par l'acheteur individuel

Sont décomptés dans cette rubrique :

#### 2.1.1 Exemplaires livrés par les messageries de presse à des agents vendeurs

Le contrôle est effectué à partir des relevés comptables (en quantité et en valeur) remis mensuellement à l'éditeur. Ceux-ci indiquent les prises, la passe, les réassorts par numéro mis en vente, et les invendus constatés.

Ces divers éléments doivent être enregistrés et comptabilisés par l'éditeur, par mois ou par numéro. Les états de mise en vente et d'invendus fournis par les messageries doivent se suivre sans interruption.

#### 2.1.2 Exemplaires livrés par l'éditeur à des agents vendeurs (dépositaires, librairies, bibliothèques des gares, vendeurs, etc...).

Le nombre des exemplaires ainsi mis en dépôt est contrôlé et totalisé, mois par mois, au moyen des factures ou des documents comptables établis pour chacun d'eux par l'administration de la publication. De ce total est soustrait le nombre des retours correspondant au mois considéré.

Cas particuliers :

Si les invendus rentrent en retard ou si leur nombre est disproportionné par rapport à la vente, par suite de circonstances indépendantes de la volonté de l'éditeur, celui-ci doit signaler ces anomalies à l'ACPM / OJD et réunir toutes les informations permettant de répartir des invendus tout en respectant, avec le plus d'exactitude possible, les fluctuations réelles de la vente.

#### 2.1.3 Exemplaires vendus directement par l'éditeur

Sont considérées comme telles les ventes réalisées à l'unité ou en faible quantité au même acheteur (ventes « caisse », ventes « salon », V.P.C. ...) d'exemplaires en cours de vente.

Le contrôle est effectué en rapprochant les recettes et le nombre d'exemplaires réputés vendus.

## 2.2. Ventes au numéro payé par tiers en nombre

Sont considérées comme telles, les ventes par quantité (non destinées à la revente) effectuées par l'éditeur à une personne, une entreprise ou un groupement désirant assurer ainsi la promotion de sa marque ou de ses produits, la diffusion de ses idées ou le confort de sa clientèle.

Ne sont pris en considération, lors du contrôle, que les exemplaires vendus à des tiers n'ayant aucun lien de dépendance avec la société éditrice de la publication.

Toutefois, dans le cas où un tel lien existe, le nombre des exemplaires ainsi acquis ne peut être pris en compte que dans la limite de 5% des « ventes au numéro payées par l'acheteur ».

Les exemplaires cédés par l'éditeur au titre de ventes payées par des tiers doivent être mis à la disposition des acheteurs dès leur parution. Ils peuvent être acheminés aux destinataires finaux soit par les acheteurs, soit par l'éditeur.

En ce qui concerne les ventes aux compagnies de transport, les exemplaires sont décomptés en « Diffusion France », ou en « Diffusion Etranger » selon le lieu de mise à bord.

Les ventes par tiers donnent lieu à une ventilation particulière dans une annexe du PV intitulée « Ventilation de la diffusion France entre les principaux circuits de ventes et d'abonnements, par tiers et différés ».

Le contrôle et la validation des ventes par tiers sont soumis à une procédure spécifique décrite au chapitre 4 du présent règlement.

Les ventes au numéro par tiers en nombre cumulés aux abonnements par tiers en nombre et à la diffusion des versions numériques par tiers ne peuvent excéder 33% de la diffusion totale payée du titre (hors diffusion différée). Au-delà de ce quota, ces exemplaires sont décomptés en diffusion non payée.

Pour faciliter les calculs et pour une meilleure compréhension, l'ACPM / OJD préconise le calcul du quota maximum autorisé sur la base de 50% de la diffusion payée individuelle. Ce quota est apprécié mensuellement.

Il est appliqué au prorata des diffusions France et Etranger

## 2.3. Exemplaires vendus sur numéros à diffusion différée payée

Ils sont pris en compte au vu des bons de livraison et des recettes correspondantes, à condition que, depuis la date de parution mentionnée sur la publication, ne se soit pas écoulé un délai supérieur à :

- 8 jours pour les quotidiens
- 1 mois pour les hebdomadaires, bihebdomadaires et trihebdomadaires
- 6 mois pour les mensuels et bimensuels
- 1 an pour les bimestriels et trimestriels



Lors du contrôle, il est tenu compte du mois de la vente et non de la date de parution mentionnée sur l'exemplaire à diffusion différée.

Les ventes au numéro sur exemplaires à diffusion différée prises en compte lors du contrôle ne peuvent pas être supérieures à 10% de la diffusion payée sur exemplaires « frais » correspondant aux abonnements et à la vente au numéro.

Les ventes ainsi assurées à l'exportation par l'intermédiaire des messageries ne sont pas incluses dans cette limite de 10%.

Les documents émis par les différents réseaux de distribution (diffuseurs, soldeurs) doivent permettre de constater que ces exemplaires ont été réellement reçus, diffusés et payés par l'acheteur final à un tarif au moins égal à 50% du prix indiqué sur la publication. Toutes les pièces comptables nécessaires doivent être fournies par les diffuseurs et soldeurs aux délégués de l'ACPM / OJD.

En aucun cas, des achats massifs effectués par des soldeurs non agréés et non contrôlés par l'ACPM / OJD ne sont pris en compte.

Les exemplaires diffusés par les éditeurs ou les messageries de presse à des agents vendeurs sont comptabilisés dans la colonne 13 du P.V., «diffusion différée payée».

Les frais occasionnés par les contrôles chez les soldeurs sont facturés par l'ACPM / OJD à l'éditeur, selon un barème déterminé forfaitairement chaque année.

#### 2.4. « Passe » ventes au numéro

Le nombre des exemplaires vendus au numéro dans le cadre des paragraphes 2.1.1. , 2.1.2, et, éventuellement 2.3 ci-dessus, est majoré de 4‰ (Quatre pour mille) du nombre des exemplaires livrés aux agents de la vente.

#### 2.5. Exemplaires diffusés dans les points de vente lorsque les acheteurs bénéficient de réductions (espèces ou cadeaux) et/ou d'une offre de remboursement différé.

Les exemplaires vendus avec un remboursement ou un coupon de réduction présentant moins de 50 % de remise par rapport à la valeur faciale normale, doivent être comptabilisés en vente au numéro.

Ces « bons » sont gérés pour chaque point de vente par les distributeurs.

Les quantités et le montant des remises pour chaque publication doivent apparaître sur les comptes rendus de vente et les documents comptables.

Dans le cas de cadeaux, la même règle que pour les abonnements doit être appliquée :

- soustraction de la valeur d'achat (H.T.) du cadeau du prix de cession (H.T.) à l'acheteur et comparaison avec le seuil de 50%, de la valeur faciale (H.T. ) de la publication.

Dans le cas où l'offre de remboursement, la valeur du coupon de réduction ou le cadeau génère un achat à moins de 50%, les exemplaires correspondants ne peuvent être décomptés en diffusion payée. Ces exemplaires pourront être décomptés en diffusion non payée (« services demandés »), mention étant faite en « Observations », en valeur absolue et en pourcentage des quantités d'exemplaires pris en compte suite à ces opérations promotionnelles.

Dans tous les cas, les justificatifs doivent être fournis à l'ACPM / OJD.

### 3. PROCEDURE SPECIFIQUE DE CONTROLE DES DIFFUSIONS PAR TIERS OU DIFFEREES

Ces diffusions peuvent être réalisées ou par les éditeurs eux-mêmes ou par des sociétés intermédiaires.

a) Diffusions directement réalisées par l'éditeur.

L'éditeur effectuant lui-même ce type de diffusion par tiers devra respecter les principales règles suivantes :

- . établissement d'un contrat avec l'acheteur (présentation de l'original lors du contrôle) faisant apparaître clairement les éléments suivants :
  - . le nombre d'exemplaires.
  - . les numéros de parution.
  - . le lieu et le moyen de la livraison.
  - . les conditions financières.
- . établissement d'une facturation au plus tard dans le trimestre qui suit la livraison des exemplaires indiquant les numéros de parution.
- . justification du paiement effectif des factures.
- . présentation des bons de livraisons s'il s'agit de ventes alimentant des réseaux (hôtels, chaînes de magasins, cliniques...), présentation d'une note descriptive les détaillant.

En l'absence de contrat il pourra être présenté en remplacement un bon de commande indiquant : le nombre d'exemplaires, les numéros de parution, le lieu et le moyen de livraison, les conditions financières.

Ces diffusions feront l'objet le jour du contrôle d'un état préparatoire spécifique, aussi bien en quantités qu'en valeur.

b) Prestations de diffusions effectuées par des intermédiaires

Tout éditeur peut faire appel à des prestataires de ventes par tiers ou différées.

Pour que les quantités ainsi diffusées soient validées par l'ACPM / OJD, ces sociétés doivent adhérer à l'ACPM / OJD, a priori, en tant que membres associés et respecter les procédures de contrôle suivantes :

- . Sur l'activité de l'année précédente, ces sociétés s'engagent à un contrôle financier et matière de l'ACPM / OJD, avant le 1er Mars de chaque année.

. Lors de ce contrôle, ces sociétés devront présenter :

- Le contrat ou les bons de commande les liant à l'éditeur.
- Une situation comptable arrêtée au 31 décembre.
- Les duplicata de déclarations de TVA.
- Les factures d'achat et de vente et la preuve du paiement effectif de celles-ci.
- L'accès aux comptes des classes 6 et 7.
- Les états de gestion des stocks et leurs justificatifs d'entrée et de sortie.
- Des états préparatoires de diffusion, titre par titre (ACPM / OJD ou non).
- La description détaillée des réseaux utilisés.
- Les contrats passés avec les réseaux, ou de diffusion, ou de revente quand il s'agit de soldeurs.

Lors de ce contrôle, les délégués de l'ACPM / OJD devront avoir la possibilité d'accéder aux installations physiques de ces intermédiaires. En ce qui concerne les soldeurs, il convient d'ajouter la disposition suivante : le marquage des lots fabriqués, avec une identification du soldeur.

## OBSERVATIONS ET CAS PARTICULIERS

### 1) Numéros spéciaux

Ce sont des numéros compris dans la série, avec un thème particulier, dont le prix de vente et/ou le tarif de publicité peuvent être différents de ceux des autres numéros de la série. Ils sont obligatoirement servis aux abonnés. Ils sont décomptés dans la diffusion de la publication.

### 2) Numéros hors-série

Les numéros édités en dehors de la série normale de la publication, et non numérotés, ne sont pas comptabilisés dans la diffusion du titre. A la demande de l'éditeur, ces numéros peuvent toutefois être mentionnés en « Observations » dans le Procès-Verbal avec, s'il y a lieu, des indications de tirage, de diffusion et de prix.

Ces numéros ne sont pas, en général, servis aux abonnés.

### 3) Suppléments

Un supplément accolé à son produit principal ne constitue avec celui-ci qu'un produit unique et est compté comme tel.

### 4) Ventes au numéro couplées

Les Ventes au Numéro couplées permettent l'achat de plusieurs exemplaires sous un même conditionnement.

Pour être retenues en Ventes au Numéro individuelles (col 6), ces opérations doivent répondre aux critères suivants :

- Prix : le prix du « lot » doit être égal ou supérieur à 50% de la somme des prix de chaque publication pour la parution concernée. Si, en respectant cette règle, le prix possible du lot est inférieur ou égal au prix de vente facial du titre porteur, le prix du pack devra alors être relevé pour atteindre au minimum la valeur faciale du titre porteur majorée de 5 centimes. (On entend par titre porteur, le titre qui porte, sur sa couverture, la codification spécifique de la messagerie pour la commercialisation de ce lot, le titre accessoire étant dénommé le titre porté).
- Codification : ces opérations doivent faire l'objet, de la part des messageries, de codifications spécifiques (Il y a autant de codifications qu'il y a de combinaisons possibles).
- Forme du conditionnement : le conditionnement doit permettre à l'acheteur d'identifier très clairement les produits constituant le lot.
- Mention promotionnelle ou étiquetage : A aucun moment, l'accroche graphique ne peut laisser supposer qu'un titre est offert par un autre, mais qu'il s'agit bien d'une opération promotionnelle de ventes de plusieurs publications (L'accroche recommandée est « le titre A + le titre B au prix de XXX » au lieu de ZZZ).
- Récence : Les exemplaires proposés dans ces offres sont en cours de parution. Tout exemplaire « différé », vendu dans ce type d'opération sera pris en compte en diffusion différée s'il répond aux critères de « prix », « codification », « conditionnement » et « accroche graphique » définis dans ce paragraphe.
- Pour les lots constitués de titres de périodicités différentes deux situations sont à prendre en compte :
  - o si le titre porteur est celui qui a la plus petite périodicité, alors l'ensemble des exemplaires du lot sont qualifiés en vente au numéro individuelle (col 6).
  - o si le titre porteur est celui qui a la plus longue périodicité, alors les exemplaires du titre porteur sont réputés en vente au numéro individuelle (col 6), les exemplaires du titre porté sont systématiquement comptabilisés en diffusion différée payée dans leur totalité. (col 13).
- Contrôle : en plus des éléments habituels, l'éditeur présente au moment du contrôle, les opérations réalisées durant la période analysée dans leur conditionnement d'origine. Il produit en même temps les exemplaires de ces parutions vendus individuellement.

Remarque :

Dans le cas des ventes couplées incluant des numéros identiques d'un même titre quel que soit le prix attribué au lot, les exemplaires sont décomptés à part égale en vente au numéro individuelle (col 6) et en diffusion gratuite (col 15).

Procès-verbal : Les quantités vendues lors d'actions de ce type durant la période contrôlée font l'objet d'une mention spéciale en observation du procès-verbal.

## 5) Albums

Seuls les exemplaires parus depuis moins de 12 mois au moment de la mise en vente des albums sont pris en compte.

Les exemplaires périmés, vendus en album, sont comptabilisés dans la colonne «diffusion différée payée» aux conditions suivantes :

- Les exemplaires doivent être entiers.
- L'album doit être vendu au public à un tarif qui n'est pas inférieur à 50% du prix total des

exemplaires incorporés.

- Le délai de parution des exemplaires et la date de mise en vente des albums doivent être mentionnés en « Observations » dans le Procès-Verbal.

Les règles édictées au paragraphe 2.3 ci-dessus sont applicables aux albums.

#### 6) Concours et jeux

Lorsqu'au cours de la période contrôlée la publication a organisé un concours ou un jeu, il doit en être fait mention dans le Procès-Verbal, en indiquant les dates exactes de ce concours ou de ce jeu.

#### 7) Ventes à l'exportation

Pour les ventes à compte ferme, le pourcentage des invendus est égal à la différence entre le taux de remise accordé par la publication aux distributeurs et le taux de référence des messageries de presse.

Dans tous les cas, le taux d'évaluation des invendus ne peut être inférieur à 10%.

Lorsque la diffusion d'un titre hors de France est égale ou supérieure à 10% de la diffusion totale du titre, la diffusion à l'exportation donne lieu à une annexe au Procès-Verbal de contrôle ainsi qu'à une répartition géographique distincte, pays par pays. Cette disposition ne s'applique qu'aux publications dont la diffusion totale moyenne est supérieure à 50.000 exemplaires.

Dans le cas où il existe des ventes à l'exportation, celles-ci doivent apparaître de manière distincte, à la première page du Procès-Verbal de contrôle :

- dans la moyenne de diffusion payée en y précisant, si le cas se présente, la vente sur exemplaires différés,
- dans la moyenne de diffusion non payée en y précisant, si le cas se présente, les services sur exemplaires à diffusion différée.

#### 8) Offres d'abonnement gratuit

Une publication (B) offerte gratuitement à un abonné d'une publication (A) est prise en compte en diffusion gratuite si la durée de l'abonnement gratuit à la publication B n'excède pas 25% de la durée de l'abonnement à la publication A.

De plus, la durée de l'abonnement gratuit à la publication B ne peut excéder :

- 2 mois consécutifs pour les quotidiens
- 3 mois consécutifs pour les trihebdomadaires, bihebdomadaires, hebdomadaires, décadaires et bimensuels
- 3 numéros consécutifs pour les mensuels
- 2 numéros consécutifs pour les bimestriels
- 1 numéro pour les trimestriels

9) D.O.M. - T.O.M. :

Pour les titres ayant des éditions différenciées pour la France et pour l'Export (édition « lourde » et « allégée ») il ne sera pas possible de comptabiliser en diffusion France les D.O.M. et / ou les T.O.M., servis sur l'édition export.

#### 4. VERSIONS NUMERIQUES

Définition de la «Version Numérique de type PDF» :

La «Version Numérique de type PDF» reprend, au minimum, l'entier contenu rédactionnel principal et publicitaire d'une parution « papier ».

La Version Numérique, consultable sur le site de l'Editeur ou dans l'une de ses applications, peut être complétée par un contenu éditorial en cohérence avec celui du titre en question. L'élément majeur et central de cet ensemble ainsi formé doit rester la version numérique.

*La définition retenue est inspirée directement des standards internationaux de l'IFABC (l'Association Internationale des Bureaux de Certification).*

*Il ne faut pas confondre « la Version Numérique de type PDF » et « l'Édition Numérique ». La «Version Numérique de type PDF» est le reflet exact, au minimum, tant sur le plan rédactionnel que publicitaire de la version papier. Cette «Version Numérique de type PDF» peut être étoffée de façon cohérente et en relation directe avec l'édition « papier » (plus de photos, des accès à des vidéos, des liens internes, un sommaire permettant l'accès direct à une rubrique...). Plus globalement cet enrichissement doit rester dans le cadre du « maillage et de la navigation » interne à la version papier d'origine. La «Version Numérique de type PDF» doit reprendre le contenu commun à l'ensemble de la version papier.*

*En ce qui concerne les quotidiens, l'intégration des suppléments magazines n'est pas obligatoire.*

*Les «Versions Numériques de type PDF» peuvent être diffusées sur des supports variés, tels qu'ordinateur, tablette, smartphone...*

*Pour sa part, l'«Édition Numérique» est un ensemble d'informations mis à disposition le plus souvent via une interface internet payante : elle peut contenir au-delà d'une éventuelle «Version Numérique de type PDF» des services tels que : fil d'actualité, consultation d'archives, de bases documentaires ou statistiques, mise en place d'alertes par mots clés etc...*

*Cette notion d'«Édition Numérique» fait l'objet d'une certification spécifique. Les données issues de la certification des «Éditions Numériques» ne sont pas agrégables aux données Print.*

*L'éditeur commercialisant des «Versions Numériques de type PDF» doit transmettre à l'ACPM / OJD tous les codes d'accès permettant la consultation de ces exemplaires. Il doit également fournir à l'ACPM / OJD tout son « matériel » de promotion.*

## Tarif recevable

Pour être intégrée à la diffusion payante d'un titre, la diffusion numérique doit répondre aux conditions tarifaires suivantes :

Pour les ventes à l'acte :

- le prix de vente de référence d'une « Version Numérique de type PDF » est égal à 50 % de la valeur faciale TTC du titre papier correspondant.

Pour les abonnements souscrits.

- le prix de référence de la souscription d'une « version numérique de type PDF » est égal à :
  - 50% du tarif d'abonnement de base Print figurant dans l'ours de la publication
  - ou au tarif de référence calculé de la façon suivante : prix de vente au numéro Print X nb de parutions X 40%.

Ces tarifs ainsi définis, sont dénommés : Tarifs de référence des « Versions Numériques de type PDF » (TRVN). Ils peuvent comme pour la réglementation sur le Print bénéficier d'un abattement de 50% maximum.

## Natures de diffusion admissibles

La diffusion des « Versions Numériques de type PDF » se répartit entre la diffusion payante individuelle et la diffusion payante par tiers.

La diffusion gratuite est recevable sous certaines conditions (voir plus bas).

### a) La diffusion individuelle

La diffusion individuelle correspond aux versions directement payées par l'acheteur destinataire.

Les offres de ventes et d'abonnements couplées papier/« Version Numérique de type PDF » d'un même titre et d'une même parution ne sont décomptées qu'en diffusion papier.

Ces offres ainsi qualifiées sont dénommées « juxtaposées ».

En revanche, les offres « contigües » (ex : un quotidien servi en numérique du lundi au jeudi puis en papier du vendredi au dimanche) et les offres « bundle » (un titre servi en papier couplé à un titre différent servi en numérique) peuvent être éligibles pour leurs exemplaires papier et numériques dans la partie des offres non juxtaposée.

Pour se faire, la règle suivante doit être respectée :

- le montant de l'offre contigüe ou bundle devra impérativement être supérieure d'au moins 10% à l'élément constitutif le plus onéreux de l'offre (Print ou numérique). Les éléments constitutifs de l'offre pris en compte étant ceux présents dans le référentiel public de l'éditeur (hors offres promotionnelles) ou, en l'absence de référentiel éditeur, la prise en compte d'un référentiel théorique établi de la façon suivante :
  - Valorisation théorique des éléments Print : 100% de la valeur faciale minorée de 20%
  - Valorisation théorique des éléments numériques : 100% de la valeur faciale Print minorée de 45%

En cas de diffusion par une messagerie « numérique », cette dernière doit être inscrite, a priori, comme Membre Associé de l'ACPM / OJD et faire l'objet de contrôles réguliers.

*Les prestataires de diffusion numérique effectuant la commercialisation de « Versions Numériques de type PDF » doivent s'inscrire à l'ACPM / OJD en tant que membre associé soumis à contrôle.*

*Ils sont audités 2 fois par an. L'inscription se fait « a priori », c'est-à-dire avant de démarrer des opérations de commercialisation qui pourraient être prises en compte par l'ACPM / OJD.*

Dans le cas de « Versions Numériques de type PDF » souscrites dans le cadre d'un forfait « multi-titres » et illimité, le nombre d'exemplaires validés par l'ACPM / OJD sera issu de l'analyse du chiffre d'affaire brut TTC généré par ce forfait pour chaque titre concerné, divisé par le TRVN « vente à l'acte » du titre en question. Néanmoins, si le prix unitaire moyen du forfait pour le titre analysé est supérieur au TRVN, c'est le nombre réel de « Versions Numériques de type PDF » qui sera retenu par l'ACPM / OJD.

Rappel : l'analyse globale de CA ne s'applique que dans le cas de forfaits multi-titres en provenance de messageries numériques.  
Pour les quotidiens, la notion de forfait illimité multi-éditions n'est pas retenue.

*Pour un prix forfaitaire (a priori mensuel) l'internaute « acheteur » peut acquérir un très grand nombre, voire un nombre illimité de publications durant une période déterminée (a priori mensuelle). Si on applique basiquement le TRVN « vente à l'acte », le nombre d'exemplaires qualifiés OJD est très souvent inférieur à la réalité des ventes compte tenu des prix unitaires faibles par publication qui ressortent de ces forfaits. Dans ces cas de forfaits spécifiques, l'ACPM / OJD procède à une analyse du CA brut TTC par publication afin de déterminer le nombre de copies éligibles à la certification OJD.*

*Exemple : Un mensuel dont le TRVN est de 0,5, a généré un CA sur forfait de 1000 euros. Le nombre de copies réellement servies par la messagerie est de 3000. Seuls seront retenus par l'ACPM / OJD 2000 exemplaires. Ce qui est la résultante de  $1000/0.5$ .*

*Néanmoins, le chiffre de copies réellement délivrées reste la base si le TRVN est inférieur au prix unitaire du forfait par titre.*

*Exemple : Un mensuel dont le TRVN est de 0,5 a généré un CA sur forfait de 1000 euros. Le nombre de copies réellement servies par la messagerie est de 1000. Seuls seront retenus par l'ACPM / OJD 1000 exemplaires, même si la résultante d'analyse de  $1000/0.5$  donne 2000.*

## b) La diffusion par tiers

Ce sont des diffusions réalisées auprès de sociétés, collectivités territoriales, associations, syndicats... qui se portent acquéreurs d'un nombre important d'exemplaires, pour le confort de leur clientèle, le besoin de leurs adhérents, celui de leurs salariés ...

Les diffusions par tiers découlant d'offres couplées papier / « version numérique de type PDF » ne sont décomptées qu'en diffusion papier.

Deux situations sont à examiner :

1/ Les ventes jusqu'à 100 exemplaires par parution réalisées sans contrepartie.



On entend par vente sans contrepartie, toute opération effectuée avec un paiement direct respectant le TRVN. Dans ce cas de figure, l'Editeur (ou l'une de ses sociétés apparentées) n'a aucune charge à engager pour réaliser la vente (ex : achat de fichier, concession d'espace publicitaire...).

Le nombre d'exemplaires éligibles est alors calculé par l'analyse individuelle du CA TTC de chaque « opération ». La diffusion validée correspond à la division du CA de l'opération par le TRVN.

Néanmoins, si le prix unitaire moyen issu de ce calcul est supérieur au TRVN, c'est le nombre réel de « versions numériques de type PDF » qui sera retenu par l'ACPM / OJD.

Pour ce type de ventes, en plus de l'engagement contractuel (contrat, bon de commande), il est obligatoire d'établir une attestation sur l'honneur contresignée par l'éditeur et la société contractante s'engageant sur la nature non compensée de l'opération. (Cette attestation peut être remplacée par une clause particulière des Conditions Générales de Ventes de l'éditeur.)

Il n'y a jamais d'analyse globale du CA de tous les grands comptes confondus.

## 2/ Les ventes avec contrepartie et les ventes de plus de 100 exemplaires par parution réalisées sans contrepartie.

On entend par vente avec contrepartie, toute opération effectuée moyennant une contrepartie partielle ou totale de la vente en question (Achat de fichier, frais d'échantillonnage...) sans laquelle l'opération n'aurait pas eu lieu.

L'offre doit être parfaitement explicite et l'obtention de la version numérique doit être l'objet principal de l'offre. Dans ce contexte, sont éligibles à l'ACPM / OJD, toutes les versions numériques qui sont, physiquement, réellement demandées. Toutes demandes réalisées par un système automatisé (type robots ou autres) ou réalisées dans le cadre de demandes en masse émises par une même source ne peuvent être admises.

L'éditeur, sur simple demande de l'ACPM / OJD doit être en mesure de communiquer son matériel de promotion et l'explication du parcours client.

Pour se faire, l'Editeur doit intercaler un lien de redirection (tag) spécifique dans le lien de téléchargement des versions numériques concernées.

Ce tag est généré par une application internet dédiée de l'ACPM / OJD, Numéo, dans laquelle l'éditeur déclare et décrit, au préalable, ces opérations.

Pour utiliser cette interface, l'Editeur contacte les services de l'ACPM / OJD, qui lui remettent un identifiant et un mot de passe.

Les versions numériques ainsi éligibles sont dé-dupliquées sur la base du terminal unique identifié (TUI) et sur la période de validité de la parution du titre.

Période de validité (j étant le jour de parution) :

- ✓ Pour les quotidiens de j-1 à j+2
- ✓ Pour les hebdomadaires de j-1 à j+15
- ✓ Pour les bimensuels de j-1 à j+30
- ✓ Pour les mensuels de j-7 à j+45
- ✓ Pour les bimestriels de j-7 à j+60
- ✓ Pour les trimestriels de j-7 à j+90

En complément de ce suivi physique, les éditeurs doivent, d'une part, établir une relation contractuelle par opération et, d'autre part, générer une facturation en adéquation avec le

nombre d'exemplaires réellement demandé (cette facturation peut éventuellement faire apparaître en objet la mention : « Droits d'utilisation de versions numériques » en lieu et place de la mention : « Exemplaires réellement demandés »).

Dans ce dernier cas, les droits d'utilisation facturés sont obligatoirement égaux ou supérieurs à la valeur des exemplaires réellement demandés).

*Important : le fait d'identifier clairement le destinataire final ne requalifie pas la « version numérique de type PDF » de tiers en individuelle. Ce qui qualifie la diffusion tiers, c'est le paiement, individuel ou non.*

*Définition du TUI : Terminal connecté à un réseau disposant d'un applicatif permettant de consulter un contenu distant (navigateur, liseuse, appli,...) identifié soit par un cookie permanent, soit par un couple IP/User Agent dé dupliqué sur la base d'une période variable selon la périodicité du titre.*

*La diffusion numérique par tiers entre dans le calcul des quotas imposés par le règlement de la Presse Payante Grand Public (non applicable en Presse Professionnelle)*

Dans le cas des kiosques numériques multi-éditeurs, dans la mesure où un lien de dépendance existe entre la société éditrice d'une publication et le tiers acheteur, le nombre d'exemplaires numériques est limité à 25 % de la « diffusion individuelle payée »

Cette règle est applicable à compter du 1<sup>er</sup> Janvier 2017.

#### Diffusion Gratuite :

Sont éligibles à la diffusion gratuite toutes les versions numériques qui sont, physiquement réellement demandées.

Pour se faire, l'Editeur doit intercaler un lien de redirection (tag) spécifique dans le lien de téléchargement des versions numériques concernées.

Ce tag est généré par Numéo, une application internet ACPM / OJD dédiée dans laquelle l'Editeur déclare et décrit, au préalable, ces différentes opérations de diffusion gratuite.

Pour utiliser cette interface, l'Editeur contacte les services de l'ACPM / OJD qui lui remettent un identifiant et un mot de passe.

Les versions numériques ainsi éligibles sont dé-dupliquées sur la base du terminal unique identifié (TUI) et sur la période de validité de la parution du titre (voir plus haut).

La diffusion gratuite écoulant d'offres couplées papier / « version numérique de type PDF » ne sont décomptées qu'en diffusion papier.

#### Répartition Géographique :

Pour la diffusion tiers, l'ACPM / OJD restitue dans son interface les versions demandées en France et celles demandées à l'étranger. Les exemplaires « France » sont répartis au prorata de la diffusion « papier ».

#### Imputation dans les colonnes du Procès-Verbal

La diffusion numérique payante est incluse dans deux colonnes spécifiques du Procès-Verbal :

- ✓ Colonne 7 = diffusion numérique individuelle
- ✓ Colonne 11 = diffusion numérique par tiers

La diffusion numérique gratuite est incluse dans la colonne 15.

## **B. DIFFUSION NON PAYEE :**

Sont considérés comme non payés tous les exemplaires, en cours de parution, qui ne répondent pas aux critères de diffusion payée décrite ci-dessus et tous les exemplaires gratuits dont la diffusion physique peut être prouvée.

Tout éditeur peut faire appel à des intermédiaires pour assurer sa diffusion non-payée. Pour que les quantités ainsi diffusées soient validées par l'ACPM / OJD, ces sociétés doivent adhérer à l'ACPM / OJD, a priori, en tant que membres associés et respecter les procédures de contrôle suivantes :

- . Sur l'activité de l'année précédente, ces sociétés s'engagent à un contrôle financier et matière de l'ACPM / OJD, avant le 1er Mars de chaque année.
- . Lors de ce contrôle, ces sociétés devront présenter :
  - Le contrat ou les bons de commande les liant à l'éditeur.
  - Une situation comptable arrêtée au 31 décembre.
  - Les duplicata de déclarations de TVA.
  - L'accès aux comptes des classes 6 et 7.
  - Les états de gestion des stocks et leurs justificatifs d'entrée et de sortie.
  - Des états préparatoires de diffusion, titre par titre (ACPM / OJD ou non).
  - La description détaillée des réseaux utilisés.
  - Les contrats passés avec les réseaux de diffusion.

Lors de ce contrôle, les délégués de l'ACPM / OJD devront avoir la possibilité d'accéder aux installations physiques de ces intermédiaires.

## **OBSERVATIONS**

Ne peuvent en aucun cas être comptabilisés dans la diffusion non payée :

- Les justificatifs d'insertion d'annonces de publicité.
- Les exemplaires destinés à la prospection de la publicité.
- Les services faits à des éditeurs de presse, à des publications ou agences de presse, à des attachés de presse ou de relations publiques.
- Les exemplaires envoyés, nominativement ou non, à l'adresse des annonceurs, des agences de publicité, des centrales d'achat d'espaces, des régisseurs de publicité ou, d'une façon générale, aux intermédiaires de la communication publicitaire.
- Les dépôts légaux que toute publication doit effectuer conformément à la loi.
- Les exemplaires différés

## V. PROCES-VERBAL DE CONTROLE

A l'issue de chaque contrôle effectué, il est établi un Procès-Verbal conformément au présent Règlement.

### 1. ETABLISSEMENT DU PROCES-VERBAL

Le Directeur Général ou ses délégués et l'expert-comptable qu'il a désignés, et, le cas échéant, les Commissaires délégués, établissent le Procès-Verbal de contrôle, conformément au présent Règlement.

#### a) Rôle de l'ACPM / OJD - Presse Payante :

- Le Directeur Général, ou ses délégués, prennent connaissance des :

- . pièces relatives au tirage
- . pièces relatives aux abonnements payants
- . pièces relatives à la vente au numéro
- . pièces relatives aux services gratuits
- . tous autres documents justificatifs nécessaires

#### b) Rôle de l'Expert-comptable :

- Le Directeur Général désigne, parmi les experts-comptables habilités par cet organisme, celui qui effectue le contrôle.
- L'expert-comptable opère sous sa propre responsabilité, conformément aux règles de son Ordre. Ainsi est exclu tout lien éventuel de subordination de celui-ci envers l'ACPM / OJD ou les publications contrôlées.
- L'expert-comptable établit le rapprochement financier des abonnements payés et de la vente au numéro, à partir d'un ensemble de documents dont la liste figure en annexe de ce Règlement.

Il est rappelé qu'un compte de résultats distinct doit être établi pour chaque titre édité par une même société.

En l'absence d'un tel document, la comptabilité analytique doit permettre de déterminer les recettes imputées à chaque publication et de « recouper » le bilan.

#### c) Rôle des Commissaires Délégués

Les commissaires délégués sont désignés conjointement par l'éditeur et le Directeur Général.

Ils sont tenus d'assister à toutes les opérations de contrôle et de prendre connaissance des pièces justifiant la diffusion - en particulier les fiches d'abonnements individuels et des services demandés - à l'exception de la comptabilité générale.

## 2. STRUCTURE DU PROCES-VERBAL DE CONTROLE

(Voir modèle de Procès-Verbal en Annexe)

Le Procès-Verbal de contrôle se présente de la façon suivante :

### A - AU RECTO

#### 1) INFORMATIONS GENERALES

- Le titre de la publication, ainsi qu'éventuellement le sous-titre.
- Sa périodicité.
- L'adresse de la publication.
- Le nom de la société d'édition.
- Le numéro d'inscription à la Commission Paritaire des Publications et Agences de Presse.
- Le numéro d'identification à l'ACPM / OJD - Presse Payante.
- La reproduction du logotype de la publication.
- La date du contrôle.
- La date du précédent contrôle.
- Le prix de vente du numéro (toute modification de tarif doit être mentionnée en « Observations » avec les dates de changement).
- Le tarif des abonnements (en France, à l'étranger) ; toute modification de tarif doit être mentionnée en « Observations » avec la date du changement.
- Le nom et l'adresse du concessionnaire, régisseur de publicité ou organisme chargé de la centralisation des ordres de publicité.
- La mention « provisoire » si elle est justifiée
- Le rappel des résultats de contrôle des trois années précédant le contrôle en cours (Diffusion Totale Payée et Diffusion France Payée ).
- Les ventilations des résultats du contrôle, sous forme graphique, suivantes :
  - France/Etranger (Diffusion Payée)
  - Par nature de diffusion (Diffusion France Totale)
  - Par canal de diffusion (Diffusion France Payée)
- La diffusion Dom / Tom incluse dans Diffusion France Payée ou incluse dans Etranger.
- Pour les publications périodiques (hebdomadaires, bi-mensuelles, mensuelles, etc...) le choix dans le domaine de la diffusion telle qu'elle apparaît dans les lignes mensuelles du PV de l'ACPM / OJD :
  - Soit de la diffusion du numéro daté de ce mois tel que recommandé par l'ACPM / OJD - Presse Payante.
  - Soit, pour des raisons comptables impérieuses, de la diffusion du numéro mis en place.
- Les Annexes au Procès-Verbal

## 2) TABLEAU DU PROCES-VERBAL

- Colonne 1 : l'année et les mois de parutions contrôlées
- Colonne 2 : nombre de parutions dans le mois

### \* TIRAGE

- Colonne 3 : moyenne du tirage par mois de parution

### DIFFUSION France

- Diffusion Payée Individuelle (colonne 8)
  1. Abonnements postaux (colonne 4)
  2. Abonnements portés (colonne 5)
  3. Ventes au numéro (colonne 6)
  4. Versions numériques individuelles (7)
- Diffusion par Tiers en Nombre (colonne 12)
  1. Abonnements (colonne 9)
  2. Ventes au numéro (colonne 10)
  3. Versions numériques (colonne 11))
- Diffusion Différée Payée (colonne13)
- Diffusion France Payée (colonne 14)
- Diffusion France Non Payée (colonne 15)
- Diffusion France Totale (colonne 19)

### DIFFUSION ETRANGER

- Diffusion Payée (colonne 20)
- Diffusion Non Payée (colonne 21)
- Diffusion Totale (colonne 22)

### DIFFUSION TOTALE

- Diffusion Payée France + Etranger (colonne 18)
- Diffusion Non Payée France + Etranger (colonne 19)
- Diffusion Totale France + Etranger (colonne 20)

### B - AU VERSO

- 1) Répartition géographique de la diffusion (régions, départements, éventuellement arrondissements et cantons) sous la responsabilité de l'éditeur.
- 2) Signature du Directeur Général de l'ACPM / OJD, du ou des représentants du Directeur Général, de l'expert-comptable ayant effectué le contrôle et des commissaires y ayant participé.

Observations obligatoires :

Pour la presse quotidienne :

- Les jours de publication des suppléments TV et féminins.
- Modification de tarif avec les dates de changement.
- Périodes de concours, jeux...
- Jours de grève.
- Périodes neutralisées pour cause de force majeure.
- Nombre d'abonnements souscrits avec prime, cadeau, vente jumelée...
- Nombre d'abonnements facturés et non réglés au 31 décembre de l'année contrôlée.

### 3) REPARTITION GEOGRAPHIQUE DE LA DIFFUSION (sous la responsabilité de l'éditeur)

Le Procès-Verbal doit être complété par une déclaration de répartition géographique de la diffusion, établie sous la responsabilité de l'éditeur sur la moyenne par numéro. Cette répartition est décomptée en nombre d'exemplaires par département pour la métropole, et par pays pour l'étranger.

Elle doit correspondre à la moyenne de la diffusion totale du Procès-Verbal.

L'ACPM / OJD - Presse Payante fournit aux publications le formulaire qu'elles doivent remplir, détaillant la répartition de la diffusion par départements et régions.

Cette répartition doit correspondre à la moyenne de diffusion de deux mois consécutifs compris dans la période contrôlée, à l'exception des mois de vacances (Juillet et Août) et de ceux au cours desquels la publication a organisé un concours ou un jeu. Les chiffres sont ensuite réajustés sur la base de la diffusion moyenne totale annuelle.

Pour les journaux régionaux, départementaux ou locaux, la répartition de la diffusion par édition est obligatoire ; le refus de l'éditeur de la communiquer est mentionné au Procès-Verbal. La répartition géographique par arrondissement et par canton est facultative.

### 4/ REPARTITION DE LA DIFFUSION : CAS PARTICULIERS

Les quotidiens qui le souhaitent ont la possibilité sur la base du volontariat de demander l'établissement de 2 types d'annexes certifiées afin de mieux décrire leurs diffusions :

- L'annexe d'édition régionale
- L'annexe de diffusion par jour nommé

A/ L'annexe d'édition régionale

Cette annexe porte sur la diffusion globale de chaque édition de production sans critère d'affectation géographique.

En d'autres termes, est contrôlée globalement l'édition de production diffusée dans sa propre zone d'édition mais aussi à l'extérieur de celle-ci.

Pour éviter toute confusion, il est important de noter que cette notion d'édition de production ne recouvre pas la notion de produit *Titre globalisé et diffusé dans une zone d'édition* (ensemble des éditions vendues dans une zone géographique homogène).

Cette certification entraîne obligatoirement l'étude de la totalité des éditions du titre demandeur et donc d'établir autant d'annexes qu'il y a d'éditions.

#### a/ Contrôle comptable et financier

Compte tenu de la complexité du problème et du niveau de connaissance des éditeurs, notamment en ce qui concerne leurs comptabilités analytiques, ce contrôle reste global, au niveau du titre, il n'y a donc, en ce domaine, aucune modification par rapport au contrôle général du titre.

#### b./ Contrôle de gestion et de traçabilité

Cette démarche porte entièrement sur la traçabilité de *l'édition de production* au travers des états de gestion Editeurs :

- Tirage : présentation des feuilles de tirage quotidiennes et par édition de production.  
(avec mention des quantités d'abonnements payants et gratuits et des envois sous coiffes payants et gratuits).
- Abonnements postaux et portés: présentation des états de gestion et statistiques par édition de production.
- Ventes au numéro : présentation des états de gestion par édition de production :
  - état de la facturation (ventilation des prises et des invendus)
  - état des prises
  - état des retours d'invendus
  - état des réassorts (si disponible)
  - états statistiques

A ce niveau, il est impératif que l'éditeur puisse rapprocher de ses prises, aussi bien en terme de dates de parution que d'éditions, ses invendus ; cela suppose donc un retour, une reconnaissance et une saisie des invendus par édition.

- Diffusion non payée : mêmes conditions que pour les Abonnements et les ventes au numéro (partie Prises uniquement).

#### c / Points particuliers

Ce contrôle est effectué sur des données brutes, ce qui implique que :

- il ne peut y avoir d'amalgame d'éditions de codification différente.
- les redécoupages d'éditions (temporaires ou définitives) ne donnent pas lieu à retraitement (par contre une information spécifique à ce sujet peut figurer en observation du Procès-Verbal).



Ce contrôle donne lieu à autant d'annexes que le titre a d'éditions. Ces annexes ont la même forme que le Procès-Verbal général du titre.

La structure de cette annexe est identique à celle du Procès-Verbal général.

L'annexe est remise à l'éditeur. Sa publication et sa communication relèvent de la seule responsabilité de ce dernier.

#### B/ Annexe de la diffusion par jour nommé

Cette annexe est bâtie sur la mise en place d'un indice en base 100 permettant une meilleure approche et compréhension des variations de la diffusion des quotidiens par jour nommé du lundi au samedi.

La base 100 est constituée par la moyenne de diffusion totale des jours de la semaine.

La période de référence est la dernière année contrôlée.

En théorie, l'indice représente la moyenne de tous les jours nommés de l'année.

En pratique et dans un souci de cohérence, les événements atypiques seront neutralisés (pour chaque jour nommé seront donc exclus les 4 meilleurs et les 4 plus mauvais scores de l'année).

#### a/ Méthode de calcul :

Pour faciliter les calculs et la collecte des informations, les éléments de référence seront obtenus sur la base du tirage utile. Cette hypothèse résulte du fait que les écarts type, notamment rapportés à une base 100, entre les diffusions et les tirages en matière de presse quotidienne sont très faibles.

La base 100 est calculée de la manière suivante :

$$T = Ts1 + Ts2 + Ts3 + Ts4 + Ts5 + Ts6$$

$$\text{Base 100} = T/6$$

$T_x$  = moyenne des tirages utiles des différents jours de semaine minorée des 4 meilleurs et des 4 plus mauvais scores de l'année.

L'indice de chaque jour est exprimé de la manière suivante :

$$\text{Indice de } J_x = (T_{sx}/T) * 100$$

#### b/ Publication

Cet indice est publié sous forme de graphe en annexe du Procès-Verbal général correspondant à l'année analysée.

## VI. LES CONTROLES

### 1. FREQUENCE DES CONTROLES

#### a) Contrôle annuel :

Il est obligatoire, une fois par an, pour tout éditeur adhérent du Bureau ACPM / OJD - Presse Payante.

Ce contrôle porte sur les 12 mois consécutifs constituant l'année civile précédente.

#### b) Second contrôle annuel :

Ce second contrôle annuel est :

- Soit obligatoire :

. pour tout titre offrant une garantie de diffusion (quelle que soit la périodicité choisie : annuelle, semestrielle, trimestrielle, mensuelle, hebdomadaire, quotidienne, etc...).

. pour tout titre ayant choisi une fréquence soutenue de « Déclarations Déposées » à l'ACPM / OJD - Presse Payante, c'est-à-dire par jour, par semaine ou par mois. Celui-ci s'engage, dans ce cas, sur une période minimum de deux ans.

- Soit facultatif, à la demande d'un éditeur volontaire. Celui-ci s'engage, dans ce cas, sur une période minimum de deux ans.

Dans tous les cas, un second contrôle annuel a lieu à partir du 1er Septembre de chaque année.

Le Procès-Verbal établi à l'issue de ce second contrôle annuel porte sur les six derniers mois de l'année précédente et les six premiers mois de l'année en cours.

Le coût de ce second contrôle est établi sur la base de 50 % du droit proportionnel annuel de chaque titre, fixé selon les barèmes en vigueur.

#### c) Contrôle après saisine d'office par l'ACPM / OJD

Dans le cas où, postérieurement à un contrôle auquel il a procédé, l'ACPM / OJD a connaissance d'éléments tels que si il en avait disposé lors de ses opérations de contrôle, un Procès-Verbal différent aurait pu être établi, il peut décider d'office de procéder à un nouveau contrôle de la publication en cause et ce, dans le délai qui lui paraîtra le meilleur.

Cette dernière ne pourra pas s'opposer à l'exécution de ce nouveau contrôle, sous peine d'exclusion pour faute grave.

## 2. CALENDRIER DES CONTROLES

\* Tout titre admis au Bureau ACPM / OJD - Presse Payante devra être contrôlé dans un délai de trois mois à partir de la date de son adhésion.

Il ne sera autorisé à utiliser le label ACPM / OJD - Presse Payante qu'après la publication de son Procès-Verbal de contrôle.

\* La date de chaque contrôle est proposée à la publication par le Directeur Général de l'ACPM / OJD

Il n'est pas possible à l'éditeur de différer cette date de plus d'un mois. Passé ce délai, il doit se soumettre impérativement au contrôle sous peine d'être exclu de l'ACPM / OJD.

\* L'ACPM / OJD précise à la publication contrôlée :

- . le premier mois qui figurera sur le Procès-Verbal
- . le dernier mois qui sera contrôlé, pour lequel les invendus auront été enregistrés ou déterminés avec précision, ce qui impliquera un délai de 3 à 4 mois, en général, entre ce dernier mois et la date du contrôle.

\* Un délai sera respecté entre deux contrôles successifs afin d'éviter les écueils suivants :

- Choisir des dates trop rapprochées rend difficile l'estimation de la vente réelle, le nombre des invendus n'étant pas encore définitivement connu.
- Choisir des dates trop éloignées ne permet pas d'établir des comparaisons satisfaisantes, ni de collecter les informations souhaitées par les annonceurs et les professionnels de la publicité.

### REMARQUES :

Publications créées depuis moins d'un an

Le premier contrôle porte sur les résultats de diffusion des six premiers mois consécutifs à sa création. Le Procès-Verbal portera la mention « Provisoire ».

## 3. ENGAGEMENTS DE CONTROLE LORS DE LA CESSION D'UN TITRE

1) Engagement d'un éditeur cédant un titre ACPM / OJD - Presse Payante

Tout éditeur cédant un titre, adhérent de l'Association, s'engage à fournir des chiffres de diffusion jusqu'à la date effective de cession.

L'ACPM / OJD peut procéder alors à un contrôle spécifique portant sur la période comprise entre le contrôle le plus récent et la dernière date de parution avant cession.

L'éditeur cédant s'engage à faciliter la fourniture de tous les éléments nécessaires au bon établissement du contrôle, notamment l'arrêté des comptes.

## 2) Engagement d'un éditeur achetant un titre ACPM / OJD - Presse Payante.

Tout éditeur acquérant un titre ACPM / OJD - Presse Payante doit faire siennes, dans toute la mesure du possible, les obligations de l'éditeur précédant vis-à-vis de l'ACPM / OJD, sur le laps de temps restant à couvrir, notamment dans les cas suivants :

- Respect du nombre et des dates des contrôles annuels ou bi-annuels.
- Maintien des Déclarations de Diffusion Déposées à l'ACPM / OJD - Presse Payante
- Continuation de la Diffusion Garantie contrôlée par l'ACPM / OJD - Presse Payante

Le non-respect d'une ou plusieurs dispositions de ces deux alinéas peut amener l'ACPM / OJD à saisir son Comité Diffusion afin d'engager une procédure d'exclusion à l'encontre d'un titre contrevenant.

## 4. ENGAGEMENT D'UN TITRE NOUVEAU INSCRIT A L'ACPM / OJD - PRESSE PAYANTE : DSHL

Tout nouveau titre en phase de lancement peut s'engager, sur la base du volontariat – quelle que soit sa périodicité – à fournir, dans le mois qui suit la date de relève des invendus ou dans le mois qui suit la date du dépôt postal principal, ses chiffres de diffusion à l'Association.

Ceux-ci seront communiqués sous forme de D.S.H. mensuelles, dites D.S.H.L., (Déclaration Sur l'Honneur de Lancement), identiques au modèle existant. (A noter que pour les titres bimestriels ou trimestriels la D.S.H.L. sera faite par numéro)

Ces déclarations seront soumises dans leur intégralité au contrôle de l'Association. Un écart maximum de 5 % (en plus ou en moins) sera toléré entre chaque D.S.H. et le contrôle de cette période.

Cette procédure de déclaration est limitée à la Diffusion France métropolitaine Payée.

Cet engagement de déclaration cessera à partir du moment où un premier contrôle aura été effectué conformément aux règlements de l'Association.

## **VII. DECLARATIONS SEMESTRIELLES DE DIFFUSION SUR L'HONNEUR (D.S.H.) DECLARATIONS DEPOSEES A L'ACPM / OJD SOUS LA RESPONSABILITE DE L'EDITEUR.**

### **A - DECLARATIONS SEMESTRIELLES DE DIFFUSION SUR L'HONNEUR (D.S.H.)**

Toute publication, inscrite à l'ACPM / OJD - Presse Payante et qui a fait l'objet d'un contrôle, doit fournir obligatoirement, deux fois par an, une Déclaration Semestrielle de Diffusion sur l'Honneur (D.S.H.).

Celle-ci comprend : la moyenne de sa diffusion payée et de sa diffusion non payée, ventilée entre France et Etranger. Elle est établie mois par mois, ou numéro par numéro, selon la périodicité de la publication et sans interruption. Elle porte sur le dernier exercice et s'étend sur une année civile entière pour la première déclaration faite au cours du premier semestre de l'année suivante. Elle porte sur les six derniers mois de l'année précédente et les six premiers mois de l'année en cours pour la seconde déclaration.

Le formulaire utilisé pour une D.S.H. est identique à celui du Procès-Verbal de contrôle ACPM / OJD - Presse Payante G.P.

Ces déclarations doivent impérativement parvenir à l'ACPM / OJD au plus tard le 15 Mars pour la première déclaration portant sur l'année civile précédente et au plus tard le 15 Septembre pour la seconde déclaration.

Toute publication qui n'aura pas satisfait à la fourniture d'une D.S.H. sera traduite par le Directeur Général de l'ACPM / OJD devant le Comité Diffusion, afin de procéder à son contrôle dans les délais les plus brefs. Un refus de contrôle conduit alors à l'exclusion de l'ACPM / OJD.

Les D.S.H. sont validées ultérieurement par le Procès-Verbal établi à l'issue des opérations de contrôle.

S'il existe un écart supérieur à 1% entre la diffusion constatée lors du contrôle et celle figurant sur une D.S.H., le Directeur Général de l'ACPM / OJD saisit le Comité Diffusion pour sanction. (Cf. Chapitre 12 du présent règlement).

Dans le cas où une D.S.H. n'est pas conforme aux règles de contrôle, le Directeur Général de l'ACPM / OJD peut saisir le Comité Diffusion.

La publication peut, elle aussi, en cas de désaccord, introduire une réclamation auprès du Comité Diffusion.

La procédure en vigueur devant le Comité Diffusion est définie à l'article 9 du Règlement Intérieur de l'Association.

## B - DECLARATIONS DEPOSEES » A l'ACPM / OJD SOUS LA RESPONSABILITE DE L'EDITEUR

### A -Engagement

Ces déclarations sont facultatives, à l'initiative de l'éditeur qui en choisit le rythme en fonction de sa politique commerciale. Tout éditeur concerné doit envoyer à l'ACPM / OJD - Presse Payante, au plus tard le 30 juin ou le 31 décembre de chaque année, une lettre d'engagement de Déclaration de diffusion rappelant ses obligations et la fréquence de ses Déclarations. Cet engagement doit être strictement respecté pendant les 24 mois suivants.

### B - Fréquence

Quatre fréquences de déclaration sont retenues, parmi lesquelles l'éditeur effectue son choix :

- par jour
- par semaine
- par mois
- par trimestre

Obligation liée à la fréquence de production des chiffres : les titres qui choisissent un rythme de déclarations par jour, par semaine ou par mois, doivent faire effectuer deux contrôles par an par l'ACPM / OJD (Cf supra, Chapitre VI).

### C - Dépôt des Déclarations à l'ACPM / OJD

Les éditeurs qui ont choisi la formule des déclarations intermédiaires doivent, préalablement à toute utilisation, déposer leurs chiffres à l'ACPM / OJD ; cette formule permet de dénommer le système « Déclarations Déposées » sous la responsabilité de l'éditeur.

L'ACPM / OJD demande pour les éditeurs ayant choisi une fréquence soutenue (jour, semaine, mois), un dépôt mensuel des chiffres au plus tard à la fin du deuxième mois suivant la période concernée (Ex. : fin Mars pour le dépôt du mois de Janvier).

Les dépositions de Déclarations de chaque titre sont tenues confidentielles jusqu'à la date limite des déclarations.

Afin d'éviter tout litige, il est demandé aux éditeurs de respecter un délai de 24 heures entre la date de dépôt des chiffres à l'ACPM / OJD et leur utilisation publique par les éditeurs concernés.

### Dépôt exceptionnel

Tout titre adhérent à l'ACPM / OJD - Presse Payante et souscripteur à cette formule de déclarations, a, en plus, le droit d'effectuer des déclarations particulières portant sur les ventes d'un ou plusieurs numéros exceptionnels, même s'il a souscrit à des déclarations de fréquence moins soutenues. (Ex. : ventes d'un jour daté précis pour un quotidien qui a choisi de déposer ses chiffres par semaine).

Ce dépôt exceptionnel doit satisfaire aux mêmes impératifs de délais préalables (24 heures) et de formatage de document que les déclarations habituelles.

## D - Formatage des informations

Chaque éditeur ayant souscrit à ces Déclarations dépose ses chiffres selon un formatage édité par l'ACPM / OJD.

Cet éditeur fournit des chiffres de diffusion sur le seul univers France Payée, ventilés selon un colonage identique à celui du Procès-Verbal.

Les éditeurs ayant choisi d'effectuer des déclarations par jour, par semaine ou par trimestre devront également fournir des chiffres en moyenne mensuelle afin d'assurer un raccordement direct avec les chiffres des contrôles.

## E - Contrôles des informations

Les chiffres ainsi déclarés, sous la responsabilité de l'éditeur, font l'objet de deux vérifications et d'un contrôle.

- la vérification des déclarations s'effectue au moment du dépôt par l'éditeur et de sa réception à l'ACPM / OJD. Il s'agit d'une première vérification de conformité du formatage, qui pourra amener au refus du dépôt et des chiffres, en cas de non-respect du format prévu.

- L'ACPM / OJD procède ensuite à une deuxième vérification de cohérence des chiffres avec les résultats connus et déjà contrôlés du titre. En cas d'écart trop important ou d'anomalie évidente, L'ACPM / OJD se réserve le droit de demander un supplément d'informations à l'éditeur.

- Le contrôle des chiffres et informations déclarés est réalisé de façon spécifique et approfondie lors des contrôles ACPM / OJD annuels, bi-annuels ou ponctuels. Le contrôleur ACPM / OJD et l'éditeur disposent chacun, à ce moment, d'un récapitulatif complet de toutes les Déclarations, (notamment celles effectuées par jour, par semaine ou par mois), ou exceptionnelles, effectuées, par l'éditeur, sur la période contrôlée.

## F - Titres concernés par les Déclarations Déposées

Cette procédure est ouverte à tous les titres adhérents de l'ACPM / OJD - Presse Payante, quelles que soient leur famille de presse ou leur périodicité.

Elle n'est autorisée que pour les titres ayant déjà satisfait à l'obligation d'un premier contrôle.

## G - Seuil et sanctions

Un écart maximum et exceptionnel de 1 % pour les chiffres en cumuls semestriels et annuels et de 3 % pour les chiffres intermédiaires est toléré entre les chiffres déclarés et les chiffres vérifiés lors de chaque contrôle.

Des écarts plus importants ou systématiques sont sanctionnés.

Ainsi :

- a) Une rectification des chiffres erronés déclarés peut être inscrite sur le Procès-Verbal du contrôle de la période considérée en « Observations ».
- b) Un refus de délivrance du Procès-Verbal de contrôle, avec communication publique des raisons du refus, peut être décidé à l'encontre d'un titre contrevenant.
- c) L'ACPM / OJD peut interdire à un titre contrevenant toute utilisation des Déclarations Déposées pour une période de 6 à 12 mois. L'Association rend cette décision publique par courrier individuel, par une communication dans sa Lettre d'information et par la presse professionnelle.

- d) Une rectification pour cause de préjudice médiatique peut être demandée dans la presse, notamment professionnelle et publiée dans la lettre d'information de l'ACPM / OJD. Cette rectification fait mention des écarts relevés lors du contrôle, entre le Procès-Verbal et les chiffres déclarés.
- e) Une exclusion de l'ACPM / OJD, en cas de diffusion réitérée d'informations mensongères, peut être décidée par le Comité Diffusion, à la majorité des 2/3 des membres.
- f) Les frais éventuellement entraînés par l'application de ces procédures sont à la charge de l'éditeur.
- g) Diffusion de l'information

Les chiffres de Déclarations de diffusion sont produits à l'initiative et sous la responsabilité de l'éditeur.

En conséquence, seul celui-ci peut prendre la décision de publier ses résultats ou de les communiquer par tout moyen qu'il juge opportun : mailing, fax, presse professionnelle, campagne de publicité ou autre, en fonction de sa politique commerciale.

A l'inverse, l'éditeur a une obligation de mise à disposition des chiffres déclarés, en particulier, vis-à-vis des utilisateurs et adhérents de l'ACPM / OJD qui le souhaitent. Cette obligation de mise à disposition concerne l'ensemble des documents préformatés, selon le rythme sur lequel l'éditeur s'est engagé en fin d'année précédente.

L'ACPM / OJD ne peut, sauf accord exceptionnel, faire état des chiffres qui lui sont confiés en dépôt.

Pour différencier ceux des titres qui auront fait l'effort de déposer leurs chiffres à l'ACPM / OJD, avec le poids financier et les contraintes supplémentaires que cela représente, il est entendu qu'ils auront, seuls, le droit d'utiliser la mention « Déclaration Déposée » sous la responsabilité de l'éditeur.

#### h) Coût

Le coût des vérifications, stockage, contrôle des informations ainsi déposées par les éditeurs à l'ACPM / OJD, est imputé aux seuls éditeurs ayant choisi ce système de Déclarations.

Le coût est proportionnel à la fréquence du rythme des dépôts et figure dans le barème appliqué aux titres ACPM / OJD - Presse Payante.

Tout autre rythme de fréquence de dépôt fera l'objet d'une tarification spécifique.



## VIII. UTILISATION DU LABEL ACPM / OJD - PRESSE PAYANTE

Toute publication, dont la diffusion a été contrôlée par l'ACPM / OJD - Presse Payante et a fait l'objet d'un Procès-Verbal ou a été indiquée à l'Association par l'éditeur sous la forme d'une Déclaration Semestrielle de Diffusion sur l'Honneur (D.S.H.), doit faire figurer le label ACPM / OJD - Presse Payante dans chacun des exemplaires qu'elle édite et dans ses documents publicitaires.

Le label ACPM / OJD - Presse Payante ne peut être utilisé qu'une fois la première opération de contrôle effectuée, en aucun cas avant celle-ci et les résultats publiés.

A noter que pour des raisons de vérification de l'exactitude de l'appellation de ce label, chaque titre membre de l'ACPM / OJD doit envoyer obligatoirement un exemplaire de chacune de ses parutions à l'Association.

### 1) Label utilisable après contrôle

Il comporte le millésime de l'année contrôlée par l'ACPM / OJD.

LOGO + 200...

### 2) Label utilisable après une D.S.H.

a - La période de diffusion faisant l'objet de la D.S.H. correspond à l'année civile précédente : le label comporte le millésime de l'année avec le sigle D.S.H.

LOGO + D.S.H. 200...

b - La période de diffusion faisant l'objet de la D.S.H. porte sur les six derniers mois de l'année civile précédente et les six premiers mois de l'année civile en cours : le label comporte les deux derniers chiffres des deux millésimes avec le sigle D.S.H.

LOGO + D.S.H. 200.../200...

La présence effective de ces indications dans les titres concernés et leur conformité sont vérifiés lors de chaque contrôle.

En cas de contravention à ces dispositions, notamment lors d'usage abusif de ces labels, le Directeur Général de l'ACPM / OJD saisit le Conseil d'Administration de l'Association.

## **IX. CONDITIONS D'UTILISATION PAR L'EDITEUR DES RESULTATS DES CONTROLES DE DIFFUSION, DES DECLARATIONS SEMESTRIELLES SUR L'HONNEUR (D.S.H.)**

L'utilisation, notamment au plan publicitaire, faite par les publications inscrites au Bureau ACPM / OJD - Presse Payante, relative à leur diffusion, telle qu'elle apparaît sur les Procès-Verbaux et dans leurs Déclarations Sur l'Honneur, est soumise aux règles générales suivantes :

I - Tout éditeur, membre de l'ACPM / OJD - Presse Payante, s'engage à communiquer, au minimum, les deux principaux résultats de diffusion concernant chacun de ses titres, à sources et périodes comparables.

C'est-à-dire : - la Diffusion Payée France  
- la Diffusion Totale

Cet éditeur s'engage également à ce que chaque utilisation, tout au long de l'année, des chiffres de l'ACPM / OJD, en particulier, dans les documents de promotion, de prospection ou de campagne de publicité, soit établie sur des bases de comparaison incontestables, indiquant une origine de ses chiffres identiques (P.V. comparé à un P.V. ; DSH à une DSH, Déclaration Déposée à une Déclaration Déposée, etc...) et des périodes concernées également identiques.

Il s'engage, enfin, à respecter les règles du droit comparatif, telles qu'elles sont établies en France.

Tout manquement à tout ou partie des dispositions indiquées ci-dessus, est sanctionné par le Conseil d'Administration de l'ACPM / OJD sur proposition du Comité Diffusion.

Ces deux instances peuvent proposer et décider les sanctions suivantes :

1) Un communiqué de presse rectificatif porté à la connaissance de la presse, notamment celle de la communication, ainsi qu'à celle de tous les membres de l'ACPM / OJD et de tous les acteurs intéressés.

2) Sur proposition du Comité Diffusion et sur décision du Conseil d'Administration, l'ACPM / OJD peut demander un droit de réplique à une publication ayant contrevenu aux dispositions ci-dessus afin qu'elle publie un rectificatif en même lieu et place que l'information jugée non conforme aux règles en question (que cette information soit rédactionnelle ou publicitaire).

3) L'ACPM / OJD peut faire connaître toute décision prise en règlement d'un litige entre ses membres à propos de chiffres de diffusion ou du non respect par un de ces membres des conditions d'utilisation de ses chiffres, par voie de publicité commerciale, dans la presse professionnelle de la communication.

II - Chaque mois, l'ACPM / OJD publie dans leur intégralité les Procès-Verbaux de contrôle.

Leur reproduction, totale ou partielle, est interdite sans autorisation préalable expresse de l'ACPM / OJD pour l'ensemble des publications contrôlées.

Les éditeurs sont réputés avoir donné mandat à cet organisme pour autoriser ou interdire la reproduction par des tiers des éléments chiffrés figurant dans les Procès-Verbaux de contrôle de leurs publications.

III - L'ACPM / OJD - Presse Payante peut établir un Procès-Verbal de couplage de plusieurs publications contrôlées, sous réserve que la périodicité de ces publications soit la même.

L'établissement de ce document de couplage sera facturé sur la même base que celle établie par les Annexes au Procès-Verbal.

IV - Lorsqu'une publicité est faite pour plusieurs publications dont certaines seulement sont inscrites au Bureau ACPM / OJD - Presse Payante, le label de ACPM / OJD - Presse Payante ne peut être utilisé que pour les publications contrôlées.

#### V - Documents publiés par les éditeurs

Tout membre de l'ACPM / OJD qui s'estime lésé par des indications portées par un éditeur sur sa publication ou ses documents publicitaires ou commerciaux relativement à la diffusion de sa publication peut en saisir le Comité Diffusion.

## **X. RESSOURCES**

Les cotisations et participation aux frais de contrôles sont fixées et payées par les membres de l'ACPM / OJD - Presse Payante dans les conditions prévues par les articles 12 des Statuts et 4 et 5 du Règlement Intérieur de l'Association.

Les frais liés à chaque opération de contrôle effectuée à l'initiative de l'ACPM / OJD ou à la demande d'une publication, incluent les honoraires des Experts Comptables.

Les frais de déplacements et de séjours (pour la province) du Directeur Général et/ou de son délégué sont à la charge de l'Association sauf dans les cas suivants :

- la date de contrôle que demande la publication ne correspond pas à celle d'une tournée prévue et annoncée à l'avance par le Directeur Général.
- le contrôle ou l'établissement du Procès-Verbal n'a pas pu être effectué à la date prévue et acceptée par la publication, du fait de celle-ci.
- un contrôle intermédiaire est demandé par la publication (Cf Supra / Chapitre VII - Les Contrôles).

Dans ces trois cas, les frais sont à la charge de l'éditeur.

## **XI. NON RESPECT DU REGLEMENT D'APPLICATION**

Toute publication contrevenant au présent règlement peut faire l'objet d'une sanction décidée par le Conseil d'Administration, sur proposition du Comité Diffusion.

Celle-ci peut aller du simple rappel à l'ordre à l'exclusion immédiate, ceci incluant tous les grades de sanctions prévus aux différents chapitres de ce règlement.

Une exclusion est en particulier prévue dans le cas :

- d'un refus de contrôle après saisine d'office de l'ACPM / OJD
- si un éditeur diffère la date de contrôle proposée par l'ACPM / OJD de plus d'un mois,
- si un éditeur refuse un contrôle après la non fourniture d'une D.S.H. ou dans le cas de la non fourniture d'une D.S.H. deux fois de suite,
- d'une diffusion réitérée d'information mensongère dans une Déclaration Déposée.

## **ENTREE EN VIGUEUR DES REGLES DE CONTROLE**

Le présent Règlement d'Application codifie les règles adoptées par les instances de l'ACPM / OJD - Presse Payante de Février 2017 et antérieures.



## **Annexes**

- Principaux éléments nécessaires au contrôle du Tirage et de la Diffusion
- Procès-Verbal de contrôle
- Ventilation des diffusions France par tiers et différées
- Annexe « Diffusion Etranger »



## PRINCIPAUX ELEMENTS NECESSAIRES AU CONTROLE

Doivent être mis à la disposition des équipes de l'ACPM / OJD (expert-comptable et contrôleur), dès le début des opérations de contrôle, les éléments suivants :

### I – Pièces comptables justificatives

1. Bilans, comptes de résultats et annexes détaillées nécessaires au contrôle.
2. Comptabilité :
  - + Grand livre de clôture pour les comptes concernés nécessaires au contrôle.
  - + Balance générale de clôture pour les comptes concernés nécessaires au Contrôle.
3. Comptabilité analytique (titres multiples contrôlés ou non) :
  - + Grand livre analytique avec codes de sections intéressées
  - + Tableau de raccordement entre l'arrêté du bilan et l'arrêté civil
  - + Tableau de raccordement entre la comptabilité générale et l'ACPM / OJD
4. Eléments complémentaires :
  - + Eléments généraux
    - ➔ Balance des clients douteux (section presse – rubrique diffusion)
    - ➔ Etat des provisions pour créances douteuses (section presse – rubrique diffusion)
    - ➔ Déclaration de T.V.A.
  - + Justification du tirage :
    - ➔ Factures originales d'impression et de brochage avec accès éventuel et par sondage, aux bons de livraisons
    - ➔ Livre ou feuilles de tirage lorsque l'éditeur est son propre imprimeur, avec états de gestion de stocks.

### CAS PARTICULIERS :

- a) Période bilantielle ne correspondant pas à l'année civile :
  - + Tous documents nécessaires et tableaux de raccordement permettant le contrôle sur l'année civile

b) Contrôle demandé sur une période non bilantielle :

- ✚ Contrôle « provisoire » (premier contrôle ou nouveau titre) : comptabilité (Grand livre, balance) et tous éléments nécessaires arrêtés et fournis à la date du contrôle.

## II – Abonnements

1. Liste des tarifs pratiqués au cours de la période contrôlée et de l'année précédente.
2. Etats mensuels de nouveaux abonnés.
3. Etats de gestion des abonnements servis, en quantité et par codes prix.
4. Etats de la dette gestion abonnements de la période contrôlée et de l'année précédente.
5. Justification détaillée du compte « abonnements à servir » à la fin de l'exercice ou de la période contrôlée.
6. Etat des « grâce copies théoriques » et états des « grâce copies récupérées » comptablement pour paiement tardif (si disponibles).
7. Etats des suspendus pour non paiement ou non renouvellement (par origine).
8. Factures de routage, Bordereaux 1289 et Factures de La Poste.
9. Etats statistiques comportant :
  - ✚ Le nombre d'abonnements souscrits avec ventes jumelées et/ou à primes, ainsi que les factures correspondant à l'achat des primes ou objets accompagnant les ventes jumelées
  - ✚ Le nombre d'abonnements facturés et non réglés à la fin du dernier mois de la période contrôlée
  - ✚ Propositions d'abonnements (matériel)
  - ✚ Possibilité d'accès à la vérification du paiement effectif des abonnements auprès de l'éditeur
  - ✚ Etat des abonnements par portage, quantité d'exemplaires et valeur correspondante
10. Ventilation de la diffusion entre les principaux circuits d'abonnements par tiers

## III – Ventes au numéro

Liste des tarifs pratiqués au cours de la période concernée et de l'année précédente.

### a) Consignataires

France :

- ✚ Presstalis, MLP : états annuels récapitulatifs de la diffusion
- ✚ Autres distributeurs étrangers (MLP, Soumillon, Naville, etc...) : états des prises et des invendus mensuels pour chaque distributeur avec rattachement comptable (méthode de comptabilisation, taux de change, etc...)

Cas particuliers :

En cas de décalage de prise en compte des exemplaires fournis ou invendus avec la période annuelle, un tableau de raccordement en quantité et en valeur doit être préparé par l'éditeur.

Justification de la vente au numéro :

- + Presstalis, MLP, Transport presse : comptes-rendus mensuels de distribution (prises, invendus)
- + Autres messageries : factures de prises et invendus correspondants

**b) Ventes directes**

- + Etats mensuels des quantités et des montants encaissés correspondants

**c) Ventes par portage**

- + Etats des ventes au numéro par portage, quantité d'exemplaires et valeur correspondante

**d) Ventes sur exemplaires frais ou différés**

- + Ventilation de la diffusion entre les principaux circuits de ventes par tiers et différés
- + Etats mensuels par client des quantités et des montants et pièces justificatives correspondantes (avec accès aux preuves des paiements, si importance particulière)
- + Justification de la diffusion directe : tous les éléments et pièces justificatives permettant de déterminer et de justifier la vente des exemplaires.

**IV. Justification des services gratuits**

- + Services divers (GP)
- + Services permanents (Pro)
- + Services demandés individuellement (GP + Pro)
- + Services promotionnels (Pro)

Tous éléments et pièces justificatives permettant de déterminer et de justifier la diffusion de ces exemplaires.



Ne peuvent en aucun cas être pris en compte :

- + Les justificatifs d'insertion d'annonces de publicité.
- + Les exemplaires destinés à la prospection de la publicité.
- + Les services faits à des éditeurs de presse, à des publications ou agences de presse, à des attachés de presse ou de relations publiques.
- + Les exemplaires envoyés, nominativement ou non, à l'adresse des annonceurs, des agences de publicité, des centrales d'achat d'espaces, des régisseurs de publicité ou d'une façon générale aux intermédiaires de la communication publicitaire.
- + Les dépôts légaux, que toute publication doit effectuer conformément à la loi.
- + Pour la presse Grand Public, les services promotionnels (exemplaires gratuits adressés individuellement ou non, à titre de promotion des ventes, à des destinataires qui n'en ont pas fait la demande).
- + Les numéros ou abonnements servis en échange de publicité.

### Répartition Géographique (sous la responsabilité de l'Editeur)

Le Procès-Verbal doit être complété par une déclaration de répartition géographique de la diffusion, établie sous la responsabilité de l'éditeur. Cette répartition est décomptée en nombre d'exemplaires par département pour la métropole, et par pays pour l'étranger. Elle doit comprendre le total des abonnements, de la vente au numéro et des services réguliers comptés dans la diffusion.

Cette répartition géographique doit correspondre à la moyenne de diffusion géographique de deux mois consécutifs, compris dans la période contrôlée, à l'exception des mois de vacances (Juillet et Août) et de ceux au cours desquels la publication a organisé un concours ou un jeu.

Les chiffres sont ensuite réajustés sur la base de la diffusion moyenne totale annuelle.

Pour les journaux de province, régionaux et départementaux ou locaux, la répartition de la diffusion par édition est obligatoire : le refus de l'éditeur de la communiquer sera mentionné au Procès-Verbal. La répartition géographique par arrondissement et par canton est facultative.

PS. Ce document annule et remplace toutes les autres éditions des « Principaux Eléments nécessaires au Contrôle du Tirage et de la Diffusion ».