



REGLEMENT D'APPLICATION

ACPM / Pôle Fréquentation

Avril 2014
(MAJ juillet 2021)

Pôle Fréquentation

Table des matières

| | | |
|--------------|--|-----------|
| I. | PREAMBULE | 3 |
| II. | DEFINITIONS & REGLES | 4 |
| | A - DEFINITIONS : | 4 |
| | MESURE DES « SITES » : | 4 |
| | MESURE DES « APPLICATIONS » : | 5 |
| | B – REGLES : | 6 |
| III. | ADHESION | 8 |
| | A - STATUT | 8 |
| | B - QUALITE | 8 |
| | C - PROCEDURE D'ADMISSION | 8 |
| | D - INSCRIPTION A LA CERTIFICATION ACPM : | 8 |
| | E - DECLARATION ET EVOLUTION DU PERIMETRE | 9 |
| IV. | IMPLEMENTATION DE L'OUTIL DE MESURE | 9 |
| V. | MISE EN PLACE DES CONTROLES | 9 |
| | A - PERIMETRE CONTROLE | 9 |
| | B - ETAPES DE LA MISE EN PLACE | 9 |
| VI. | LA DECLARATION SYSTEMATIQUE DE FREQUENTATION (D.S.F.) | 9 |
| | A - OUTIL DE MESURE ET D.S.F. | 10 |
| | B - RESPONSABILITE | 10 |
| | C - CONTENU DE LA D.S.F. | 10 |
| | D - FORME ET DELAI DE LA D.S.F. | 10 |
| | E - EXPLOITATION DE LA D.S.F. | 11 |
| VII. | LE CONTROLE | 11 |
| | A - PROCEDURE DU CONTROLE | 11 |
| | B - CHAMP DU CONTROLE | 11 |
| | C - FREQUENCE ET DATE DES CONTROLES | 11 |
| | D - OBSTACLE AU CONTROLE | 12 |
| | E - CONFORMITE DES VALEURS | 12 |
| VIII. | LE PROCES-VERBAL | 12 |
| | A - CHAMP DU PROCES-VERBAL | 12 |
| | B - CONTENU DU PROCES-VERBAL | 12 |
| | C - FREQUENCE ET DELAI DU PROCES-VERBAL | 13 |
| | D - PUBLICITE DES RESULTATS | 13 |
| IX. | LA CERTIFICATION « ACPM / Fréquentation » | 13 |
| | A - LOGO ET MENTIONS | 13 |
| | B - RESULTATS | 13 |
| X. | RESSOURCES | 14 |
| XI. | NON-RESPECT DU REGLEMENT D'APPLICATION ET LITIGES | 14 |
| | A - DISPOSITION GENERALE | 14 |
| | B - CONTROLE | 14 |
| | C - PUBLICATION DES RESULTATS | 14 |
| | D - UTILISATION DE LA CERTIFICATION | 14 |
| XII. | ENTREE EN VIGUEUR DES REGLES DE CONTROLE | 15 |

I. PREAMBULE

L'ACPM, Association de loi 1901, dont la vocation est le dénombrement des médias, assure le contrôle de la véracité des chiffres de fréquentation et de diffusion des supports numériques suivants :

- Les Sites Fixes
- Les Sites Mobiles
- Les Sites AMP (Contenus Distribués)
- Les Applications Mobiles
- Les Applications Tablettes
- La DOOH (Affichage Digital)
- Les Podcasts
- La diffusion digitale des Radios

En vue de la publication mensuelle des Procès-verbaux correspondants, à l'attention de ses adhérents, comme de l'ensemble des annonceurs et des professionnels de la publicité.

Au sein de l'ACPM, la Certification de l'ensemble des supports numériques est assurée par son Pôle Fréquentation.

Ce Règlement d'Application codifie les Règles de contrôle élaborées par la Commission Technique Numérique de l'ACPM et adoptées par ses différentes instances (Comité de Direction, Conseil d'Administration, et Assemblée Générale) pour le contrôle de la fréquentation des Supports Numériques.

Le processus de Certification des chiffres de fréquentation implique, pour ces Editeurs, qu'ils travaillent avec un prestataire technique (outil de mesure) bénéficiant du Label ACPM. Ce Label garantit une connaissance maîtrisée des méthodes et du fonctionnement des outils et favorise également l'homogénéité et la comparabilité des résultats fournis.

L'ACPM assure la Certification des chiffres de fréquentation des Supports Numérique, établie sur les critères de la « Visite », du « Visiteur » ainsi que la publication des « Pages Vues » sous la responsabilité de l'Editeur.

Le processus de Certification repose sur l'application de trois opérations successives :

- La déclaration des résultats de fréquentation
- Le contrôle effectué par le Pôle Fréquentation
- Le Procès-verbal établi par le Pôle Fréquentation

II. DEFINITIONS & REGLES

A - DEFINITIONS :

MESURE DES « SITES » :

Un Nom de Domaine : correspond à un nom lié à une adresse IP (Internet Protocol) qui identifie spécifiquement le site web d'une organisation donnée. Ex : 'ACPM.com' Chaque nom de domaine est suivi d'une extension indiquant à quel niveau le nom de domaine réfère. Un nom de domaine (ou NDD en notation abrégée) dispose d'un système hiérarchique, permettant la définition de sous-domaine(s) Ex : 'news.ACPM.com'

Site web fixe : correspond à un contenu éditorial identifié par un ou plusieurs nom(s) de domaine permettant d'accéder à un contenu homogène uniquement hébergé sur le Web et accessible uniquement par une requête de type 'http' via un Navigateur Web. Un même logo principal se retrouve sur l'ensemble du contenu placé sous la responsabilité d'une même entité juridique.

Site web mobile : correspond à un contenu éditorial identifié par un ou plusieurs nom(s) de domaine permettant d'accéder à un contenu homogène uniquement hébergé sur le réseau Mobile et accessible uniquement par une requête de type 'http' via le Navigateur d'un Smartphone. Un même logo principal se retrouve sur l'ensemble du contenu placé sous la responsabilité d'une même entité juridique.

Contenus distribués : Contenus éditoriaux produits et brandés par l'éditeur mais diffusés hors de ses supports digitaux et/ou ne remontant pas sur ses propres noms de domaine.

AMP de Google : AMP est une méthode de création de pages Web pour du contenu statique permettant un rendu rapide. Dans la pratique, AMP se compose de trois parties : AMP HTML est un langage HTML comportant certaines restrictions pour assurer des performances fiables, ainsi que certaines extensions permettant de créer du contenu enrichi plus élaboré qu'avec le HTML de base. La bibliothèque AMP JS garantit un rendu rapide des pages AMP HTML. Le cache Google AMP Cache est un réseau de distribution de contenus base sur proxy qui fournit tous les documents AMP valides. Il extrait les pages AMP HTML, les stocke en mémoire cache et améliore automatiquement la performance des pages.

Visite Unifiée : acte de consultation d'au moins une page du site web fixe ou mobile effectué par un même visiteur depuis un terminal connecté fixe ou mobile. Une absence d'activité excédant trente minutes vaut pour fin de la visite.

Visiteur : est l'identification d'un terminal connecté disposant d'un Navigateur Web pour le site web fixe ou d'un Smartphone connecté disposant d'un Navigateur Mobile, sans distinction de lieu et de mode de connexion, sur la période observée.

Pages Vues Unifiées : téléchargement complet du contenu principal (éditorial/publicitaire) d'une page du site web fixe ou mobile sur le terminal du visiteur identifié.

Un Groupe : correspond à plusieurs sites web ou marques placés sous la responsabilité d'une même entité juridique.

Un Smartphone : est le terme utilisé pour désigner les Terminaux téléphoniques qui

ACPM

Pôle Fréquentation

Texte en vigueur au 09 avril 2014

possèdent des fonctions proches d'un ordinateur personnel grâce à un système d'exploitation évolué permettant de gérer des fonctionnalités bureautiques et multimédias propres à un Smartphone mais aussi de télécharger des Applications tierces Mobile.

Une D.S.H. : Abréviaton pour Déclaration Sur l'Honneur qui correspond à un document dans lequel sera consigné l'ensemble des paramètres liés aux contrôles ACPM.


La DSH doit obligatoirement comprendre le ou les Noms de domaine identifiant la Marque, le Groupe ou le Couplage. Elle comprend également la totalité des adresses IP des machines permettant aux collaborateurs de l'Editeur de se connecter à Internet.

Une D.S.F. : Abréviaton pour Déclaration Systématique de Fréquentation qui correspond à la déclaration de la fréquentation par l'outil de mesure labellisé, au format et aux fréquences définis par l'ACPM.

Exemple de trafic à exclure : Trafic lié à l'ouverture d'emails (sans-referer), Trafic lié à l'ouverture de formats publicitaires : Pop-under, Site-under, etc., trafic lié aux robots, crawlers et autres programmes destinés à indexer le contenu d'un site (sans referer), enfin tout trafic ne pouvant être déterminé par une adresse appartenant à l'éditeur.

Une Visite (Site Web) : Acte de consultation d'au moins une page du site Web effectué depuis un poste connecté par le biais d'un navigateur web. Une absence d'activité sur le site dans un délai excédant trente minutes vaut pour fin de la Visite.

Une Visite (Site Mobile) : Acte de consultation d'au moins une page du site mobile depuis un Terminal Mobile par le biais d'un navigateur. Une absence d'activité sur le site mobile dans un délai excédant trente minutes vaut pour fin de la Visite.

Remarque : cette définition est conforme au standard international publié par l'IFABC (International Federation of Audits Bureaux of Circulation)  et en conformité à la terminologie arrêtée en 2002 par le CESP. (Centre d'Etudes des Supports de Publicité).

Un Visiteur (Site Web) : ou Terminal Unique, est l'identification d'un terminal connecté disposant d'un Navigateur Web, sans distinction de lieu et de mode de connexion, sur la période observée.

Un Visiteur (Site Mobile) : ou Terminal Mobile Unique, est l'identification d'un terminal Mobile connecté disposant d'un Navigateur, sans distinction de lieu et de mode de connexion, sur la période observée.

Une Page Vue (Site Web) : est le téléchargement complet du contenu principal, aussi bien éditorial que publicitaire, d'une page d'un Site sur le navigateur du terminal identifié.

Une Page Vue (Site Mobile): est le téléchargement complet du contenu principal aussi bien éditorial que publicitaire d'une page d'un Site Mobile sur le terminal Mobile identifié.

MESURE DES « APPLICATIONS » :

Une Application Mobile : correspond à un contenu éditorial et publicitaire, accessible uniquement depuis l'application et identifiée par un ou plusieurs programmes téléchargeables de façon gratuite ou payante et permettant d'accéder à un contenu

ACPM

Pôle Fréquentation

Texte en vigueur au 09 avril 2014

homogène depuis un Téléphone Mobile. Les Applications Mobile sont adaptées aux différents environnements techniques des Smartphones et adaptées à leurs contraintes et possibilités ergonomiques.

Une Application Tablette : correspond à un contenu éditorial et publicitaire, accessible uniquement depuis l'application et identifiée par un ou plusieurs programmes téléchargeables de façon gratuite ou payante et permettant d'accéder à un contenu homogène depuis une Tablette Tactile. Les Applications Tablettes sont adaptées aux différents environnements techniques des Tablettes Tactiles et adaptées à leurs contraintes et possibilités ergonomiques.

Une Visite (Application Mobile): est l'acte de consultation d'une Application dédiée aux Téléphones Mobile effectué par un Visiteur Unique depuis son Téléphone Mobile. Une absence d'activité sur cette Application Mobile dans un délai excédant trente minutes vaut pour fin de la Visite.

Une Visite (Application Tablette) : Acte de consultation d'une Application dédiée aux Tablettes Tactiles effectué par un Visiteur depuis sa Tablette. Une absence d'activité sur cette Application dans un délai excédant trente minutes vaut pour fin de la Visite.

Une Page Vue (Application Mobile) : est le téléchargement complet du contenu principal (éditorial/publicitaire) d'une page de l'Application Mobile sur le Téléphone du Visiteur identifié.

Une Page Vue (Application Tablette) : Téléchargement complet du contenu principal (éditorial/publicitaire) d'une page de l'Application Tablette sur la Tablette Numérique du Visiteur identifié.

Un Visiteur (Application Mobile) : ou « Mobinaute » est l'identification d'un Téléphone Mobile Unique connectée, sans distinction de lieu et de mode de connexion, sur la période observée

Un Visiteur (Application Tablette) : est l'identification d'une Tablette Tactile Unique connectée, sans distinction de lieu et de mode de connexion, sur la période observée.

B – REGLES :

Spécifiques aux sites :

Seul le trafic généré sur le ou les noms de domaine déclarés dans la DSH sera pris en compte dans les chiffres certifiés ACPM. Toute part de trafic générée hors de ce périmètre déclaré sera systématiquement exclue.

Seul le trafic lié à la consultation du contenu du site et instamment demandé par les internautes devra être déclaré et pris en compte en vue de sa certification ACPM.
(Les Chiffres issus du trafic des Site-Under, Pop-up ainsi que tout autre format publicitaire non instamment demandé par l'Internautes ne devront pas être déclarés, tout comme la consultation des emailings, l'indexation du contenu du site par les moteurs de recherche, etc.)

Dans le cas où le site comporterait un rafraichissement automatique d'une ou plusieurs

ACPM

Pôle Fréquentation

Texte en vigueur au 09 avril 2014

de ses pages (Auto-Refresh), la certification ACPM impose que le taux de rafraichissement (taux de Refresh) ne dépasse pas 29 minutes et 29 secondes, soit 1799 secondes.

Spécifiques aux applications :

Seul le trafic généré sur la ou les Applications d'une même Marque déclarées dans la DSH sera pris en compte dans les chiffres certifiés ACPM. Toute part de trafic générée hors de ce périmètre déclaré sera systématiquement exclue.

Seul le trafic lié à la consultation du contenu de l'Application et instamment demandé par le Mobinaute devra être déclaré et pris en compte en vue de sa certification ACPM.

(Les chiffres issus de l'envoi de notifications, de messages d'alertes ainsi que tout autre contenu envoyé « en Push » par l'Application Mobile, soit sans que le Mobinaute ait fait la moindre requête, ne devront pas être déclarés)

Dans le cas où l'Application comporterait un rafraichissement automatique de son contenu éditorial et/ou publicitaire (Auto-Refresh), la certification ACPM impose que le taux de rafraichissement (taux de Refresh) ne dépasse pas 29 minutes et 29 secondes, soit 1799 secondes.

Voici la recommandation technique pour tous les éditeurs d'Applications Mobile et Tablettes toutes plateformes confondues depuis le 30 juin 2014, date à laquelle l'activité des Applications en tache de fond du terminal est bannie :

« Seul le trafic réellement sollicité sur un contenu affiché devra être mesuré et déclaré, pour cela il faudra que le déclenchement de la mesure soit lié à l'affichage d'une vue (« View » : Activity sur Android, UIViewController sur iOS, etc.) de l'application, paramètre qui indique que l'application est bien affichée et active en écran principal. Ce tag "View" devra donc être indépendant de toute activation d'un SDK éventuel. »

III. ADHESION

A - STATUT

L'Editeur responsable du Site Web, Site Mobile, Application Mobile, Application Tablette, Groupe ou couplage est Membre Actif de ACPM / Pôle Fréquentation.

B - QUALITE

L'Editeur peut être une personne physique ou morale.

C - PROCEDURE D'ADMISSION

L'Editeur qui souhaite devenir Membre de l'ACPM / Pôle Fréquentation fait part de sa demande en la communiquant au Pôle Fréquentation qui lui adresse un bulletin d'adhésion. Il retourne à l'Association ce bulletin d'adhésion, sa cotisation ainsi que la DSH.

A la suite de l'avis rendu par la Commission ADER de l'ACPM, le Comité de Direction de l'Association statue définitivement sur son adhésion.

D - INSCRIPTION A LA CERTIFICATION ACPM :

En adhérant à l'ACPM / Pôle Fréquentation, l'Editeur pourra inscrire un ou plusieurs Site(s) Web (Marque), Site(s) Mobile(s), Groupe(s) de sites (Groupe), Couplage(s), Application(s) Mobile ou Application(s) Tablette(s) à la Certification ACPM. (Cf. Définitions)

Tout Editeur qui souhaitera inscrire un Groupe de sites web à la certification ACPM Sites Web sera dans l'obligation d'inscrire également les principaux Sites Web constitutifs du Groupe.

Les Sites Web représentant 15% ou plus de la fréquentation totale, en visites, du Groupe seront obligatoirement soumis à la certification. Dans le cas où aucun site du Groupe ne représente plus de 15% de la fréquentation globale alors les cinq sites recueillant la plus forte part de la fréquentation globale seront certifiés et publiés. Tout autre Site Web sera inscrit sur demande de l'Editeur.

L'ACPM / Pôle Fréquentation admet l'inscription qui satisfait aux exigences fixées par le présent Règlement.

L'Editeur recourt à un outil de mesure de sa fréquentation, qui bénéficie du Label de l'Association¹. Si au moment de son inscription, elle ne recourt pas à un outil de mesure labellisé par l'Association, elle est réputée s'engager à le faire avant le commencement de toute procédure de contrôle.

L'ACPM / Pôle Fréquentation se réserve le droit de refuser, de manière discrétionnaire, l'inscription, lorsqu'elle estime, notamment, que la vocation ou le contenu des Supports numérique peut porter atteinte au bon fonctionnement de l'Association ou porter préjudice à son image.

¹ Le présent Règlement présente en annexe 2 la liste des outils de mesure dont la labélisation par l'ACPM est en vigueur, ainsi que les coordonnées des sociétés qui les commercialisent.

E - DECLARATION ET EVOLUTION DU PERIMETRE

L'Editeur à l'obligation de déclarer sur l'honneur dans le document prévu à cet effet (DSH) l'ensemble des noms de domaine lié au périmètre soumis à la certification. Seule la fréquentation issue de ces domaines déclarés sera prise en compte dans la publication des chiffres.

L'Editeur pourra faire évoluer son périmètre par simple mise à jour de la DSH.

IV. IMPLEMENTATION DE L'OUTIL DE MESURE

L'implémentation correcte de l'outil de mesure conditionne la mise en œuvre des contrôles.

Un seul marqueur de mesure (Tag) est inséré par page du périmètre mesuré, les marqueurs étant placés impérativement au bas du document, au plus près de la balise « / body ».

V. MISE EN PLACE DES CONTROLES

Une fois inscrit, le Pôle Fréquentation mettra dans un délai raisonnable en place les contrôles.

A - PERIMETRE CONTROLE

L'ACPM s'assurera par ses contrôles que seule la fréquentation issue du périmètre déclaré est transmise par l'outil de mesure labellisé.

B - ETAPES DE LA MISE EN PLACE

Les contrôles débutent dès lors que l'ensemble des documents sont réceptionnés par l'ACPM / Pôle Fréquentation et que les Tags de l'outil de mesure labellisé sont bien installés sur le périmètre en certification.

VI. LA DECLARATION SYSTEMATIQUE DE FREQUENTATION (D.S.F.)

La Certification des chiffres de fréquentation est déclarée sous la forme d'une Déclaration Systématique de Fréquentation, ou « D.S.F. ».

A - OUTIL DE MESURE ET D.S.F.

La D.S.F. est effectuée par l'intermédiaire de l'Outil de Mesure², qui en produit le résultat et en effectue l'envoi au Pôle Fréquentation.

Aussi longtemps que le Label qui lui a été attribué par l'ACPM / Pôle Fréquentation demeure valide, l'outil de mesure désigné est considéré implicitement comme produisant la D.S.F.

Si l'outil de mesure perd le Label ACPM / Pôle Fréquentation, il ne peut plus produire de D.S.F.

Sauf cas de force majeure, l'Editeur ne peut changer d'outil de mesure produisant une D.S.F., que si le précédent outil de mesure a produit les D.S.F. d'au moins deux mois consécutifs.

B - RESPONSABILITE

L'Editeur est l'auteur de la D.S.F, sur laquelle il engage sa responsabilité. L'outil de mesure agit pour le compte de l'éditeur. La D.S.F. est obligatoire.

C - CONTENU DE LA D.S.F.

Le contenu de la D.S.F. porte sur un dénombrement de la fréquentation du périmètre exprimée à travers les critères de la Visite, du Visiteur et de la Page Vue comme décrit dans les définitions ci-dessus.

D - FORME ET DELAI DE LA D.S.F.

La forme de la D.S.F. est définie dans le « Cahier des Charges de la Labélisation des Outils de Mesure ». Elle est envoyée au Pôle Fréquentation à travers un formulaire informatique prévu à cet effet, à l'adresse désignée pour l'administration des D.S.F. par le Pôle Fréquentation.

1. DSF – Visite

- La D.S.F. est transmise quotidiennement à l'ACPM.
- Un décalage de 3 jours au maximum peut être observé entre la date de la fréquentation exprimée dans la D.S.F. et la date d'envoi de celle-ci.

2. DSF - Visiteur

- La DSF Visiteur est transmise une fois par jour, une fois par semaine et une fois par mois pour le Mobile au plus tard 3 jours ouvrables dès la fin de la période.

3. DSF – Page Vue

- La D.S.F. est transmise quotidiennement à l'ACPM.

² Idem note p.4.

- Un décalage de 3 jours au maximum peut être observé entre la date de la fréquentation exprimée dans la D.S.F. et la date d'envoi de celle-ci.

Exceptionnellement, en cas de défaillance technique justifiée, provenant du Site Web ou de l'outil de mesure, le Pôle Fréquentation admet l'impossibilité de produire une D.S.F.

E - EXPLOITATION DE LA D.S.F.

Les D.S.F. reçues par l'ACPM / Pôle Fréquentation ne peuvent pas être exploitées commercialement ou publicitairement par l'Editeur, avant la production du Procès-Verbal de la période considérée.

VII. LE CONTROLE

A - PROCEDURE DU CONTROLE

Le contrôle est réalisé en procédant à la comparaison entre le résultat de Visites ou de Visiteurs, déclaré au moyen de la D.S.F., et celui que le Pôle Fréquentation détermine à partir de ses contrôles.

B - CHAMP DU CONTROLE

L'échantillon de contrôle correspond au journal d'activité (ou « fichier logs ») généré par la mesure du périmètre par l'outil labellisé et déposé sur le serveur ACPM comme prévu dans le Cahier des Charges de labélisation des Outils de mesure et le résultat de mesure qui en résulte.

Le contrôle du journal d'activité est réalisé par le Pôle Fréquentation de manière aléatoire.

4. Visite

- Le contrôle porte sur un ou plusieurs jours(s) du mois contrôlé.

5. Visiteur

- Le contrôle porte sur un ou plusieurs jour(s) et sur une ou plusieurs semaine(s) ou plusieurs mois sur le Mobile.

C - FREQUENCE ET DATE DES CONTROLES

Le choix de la date et de la fréquence du contrôle sont laissés au libre-arbitre du Pôle Fréquentation. Tout au long du processus de contrôle, le choix du Pôle Fréquentation demeure discrétionnaire.

Chaque Editeur est exposée sans interruption au déclenchement d'un contrôle effectué par le Pôle Fréquentation.

D - OBSTACLE AU CONTROLE

Tout incident technique, ou fait pouvant altérer la production de résultats de contrôle ou leur envoi au Pôle Fréquentation, doit être communiqué à ce dernier, dans un délai de 3 jours au maximum.

E - CONFORMITE DES VALEURS

Lorsque le chiffre de fréquentation déclaré correspond à une réalité constatée par le contrôle et ne traduit aucune anomalie dans la mesure, il est établi que le résultat issu des D.S.F. est validé pour la totalité de la période déclarée.

VIII. LE PROCES-VERBAL

La Certification des chiffres de fréquentation effectuée par l'ACPM / Pôle Fréquentation est exprimée à travers l'établissement d'un Procès-verbal, qui sanctionne la validation des résultats déclarés.

A - CHAMP DU PROCES-VERBAL

Le Procès-Verbal porte sur le résultat de fréquentation déclaré, exactement tel qu'il a été mesuré par l'Outil de Mesure et déclaré au Pôle Fréquentation pour le mois contrôlé.

B - CONTENU DU PROCES-VERBAL

Le Procès-verbal comprend les mentions suivantes :

INFORMATIONS GENERALES

- Le nom et type du Support concerné.
- Les noms de domaine composant le périmètre des pages mesurées et contrôlées
- Le nom et l'adresse de l'Editeur
- Le numéro d'identification à l'ACPM
- La reproduction d'un signe de l'identité visuelle du Support Numérique
- Le mois et l'année du Procès-verbal
- L'identité de l'outil de mesure utilisé pour la D.S.F. (nom et numéro de

version) TABLEAU DU PROCES-VERBAL

- Le total mensuel des Visites
- La répartition journalière des Visites
- La moyenne journalière des Visites
- La moyenne par période lundi-vendredi des Visites
- La moyenne par week-end des Visites
- Le nombre mensuel des Visiteurs pour le Mobile
- Le nombre de D.S.F de Visites effectuées de manière correcte au cours du mois par rapport au nombre de jours composant le mois concerné
- Le rappel des résultats mensuels du contrôle au cours des 12 derniers Procès-Verbaux mensuels (lorsque l'information a été recueillie), pour les critères de la

- Visite et du Visiteur.
- Le total mensuel des Pages Vues
 - La répartition journalière des Pages Vues
 - La moyenne journalière des Pages Vues
 - La moyenne par période lundi-vendredi des Pages Vues
 - La moyenne par week-end des Pages Vues
 - etc.

MENTIONS DIVERSES

- Commentaires éventuels du contrôleur
- Signature du Directeur Général de l'ACPM, du ou des représentants du Directeur Général.

C - FREQUENCE ET DELAI DU PROCES-VERBAL

Le Procès-verbal est produit mensuellement.

Le Procès-verbal est produit en moyenne dans les 10 premiers jours suivant la fin du mois contrôlé.

D - PUBLICITE DES RESULTATS

L'ACPM publie le Procès-verbal dans son intégralité.

La reproduction du Procès-verbal, totale ou partielle, est interdite sans autorisation préalable expresse de l'ACPM.

L'Editeur est réputée avoir donné mandat à l'ACPM pour reproduire et exploiter les données chiffrées collectées lors des contrôles ACPM.

IX. LA CERTIFICATION « ACPM / Fréquentation »

A - LOGO ET MENTIONS

L'Editeur dont la fréquentation a fait l'objet d'un Procès-verbal doit faire figurer le logo ACPM / Fréquentation dans ses documents publicitaires et ses propres pages.

Un lien hypertexte est implémenté à l'emplacement du logo ACPM / Fréquentation, assurant un renvoi interactif avec le Site Web de l'Association.

B - RESULTATS

Le logo et la mention « ACPM / Fréquentation » ne peut être utilisée qu'une fois le premier Procès-verbal publié, en aucun cas avant celui-ci.

Le résultat validé de la D.S.F. ne peut être publié avec la Certification « ACPM / Fréquentation » avant l'établissement du Procès-Verbal.

ACPM

Pôle Fréquentation

Texte en vigueur au 09 avril 2014

L'Editeur peut se prévaloir d'une certification de sa fréquentation exclusivement sur la base des critères et des résultats que l'ACPM a certifiés.

L'Editeur s'engage à ce que chaque utilisation de résultats certifiés par l'ACPM, dans les documents de promotion, de prospection ou de campagne de publicité soit effectuée sur des bases de comparaison incontestables, portant sur des critères identiques et certifiés (des Visites avec des Visites ou des Visiteurs avec des Visiteurs, des Pages Vues avec des Pages Vues) et des types de périodes identiques (des mois avec des mois).

Lorsqu'une publicité est faite pour plusieurs Supports Numérique dont certains seulement sont inscrits au Pôle Fréquentation, la Certification « ACPM / Fréquentation » ne peut être utilisée que pour les Supports inscrits.

L'Editeur s'engage à ne plus faire état de la Certification de ses résultats, dès lors que le Pôle Fréquentation cesse d'en contrôler les résultats de fréquentation.

X. RESSOURCES

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

XI. NON-RESPECT DU REGLEMENT D'APPLICATION ET LITIGES

A - DISPOSITION GENERALE

L'Editeur contrevenant au présent Règlement peut faire l'objet d'une sanction décidée par le Comité de Direction, sur proposition du Comité des Litiges. Celle-ci peut aller du simple rappel à l'ordre à l'exclusion immédiate, tel que prévu dans les dispositions des Statuts et Règlement Intérieur de l'ACPM.

En cas de désaccord, l'Editeur peut saisir le Comité des Litiges.

B - CONTROLE

Un refus d'accès à l'échantillon de contrôle manifesté peut conduire à son exclusion de l'Association.

C - PUBLICATION DES RESULTATS

La diffusion réitérée d'informations mensongères relatives à ses résultats déclarés et ses résultats certifiés peut conduire à l'exclusion de l'Association.

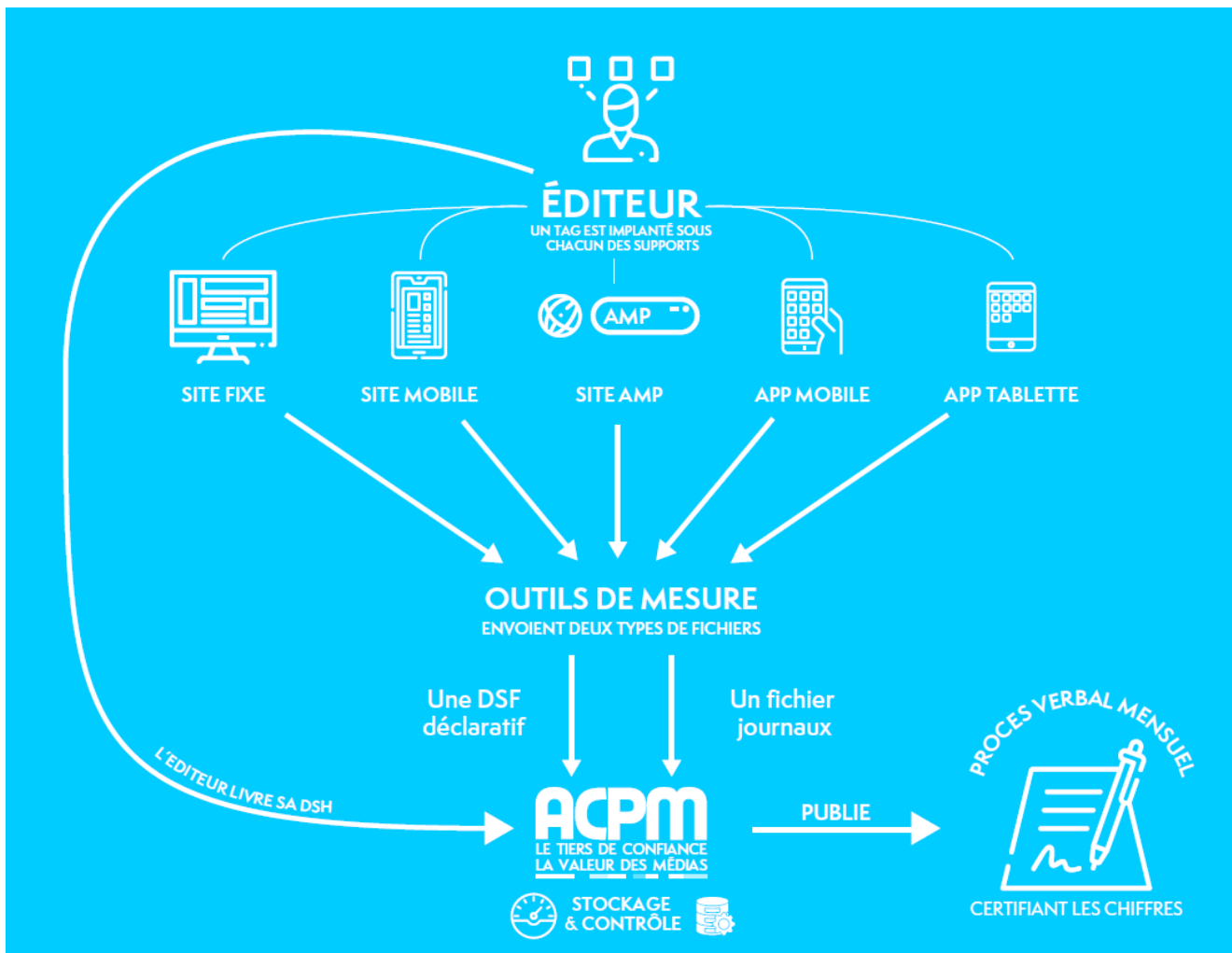
D - UTILISATION DE LA CERTIFICATION

Tout membre de l'ACPM / Pôle Fréquentation qui s'estime lésé par des indications portées par un autre éditeur sur son Support numérique, ses documents publicitaires ou commerciaux relativement à la fréquentation de son Support, peut en saisir le Comité des Litiges.

XII. ENTREE EN VIGUEUR DES REGLES DE CONTROLE

Le présent Règlement d'Application codifie les règles adoptées par l'Assemblée Générale Ordinaire de l'ACPM du 9 avril 2014 et antérieures.

ANNEXE 1 :
SCHEMA DE LA PROCEDURE DE CERTIFICATION



ANNEXE 2 :

Outils de Mesure « Sites » labellisés

OUTILS DE MESURES LABELLISÉS POUR SITE

“Sites” Web Fixes, Mobiles* et AMP** 2021

** Sites optimisés pour les mobiles et tablettes*

*** Contenus éditoriaux produits et brandés par l'éditeur mais diffusés hors de ses supports digitaux*

| SOCIÉTÉ | OUTILS DE MESURE | CONTACT | |
|----------------------------|--------------------------|-----------------------|--|
| AT Internet | ANALYSER | Mme Samia Abara Basly | 06 20 02 69 63 Samia.AbaraBasly@atinternet.com |
| Google | GOOGLE ANALYTICS PREMIUM | Romuald Deloumeaux | 06 77 69 60 25 rdeloumeaux@google.com |
| IDFR | WYSISTAT | M. Laurent Naigeon | 03 81 40 20 80 lnaigeon@idfr.net |
| Net Solution Partner (NSP) | SMARTPROFILE | M. Julien Musso | 01 42 15 12 43 jmusso@nsp-fr.com |

ANNEXE 2 :

Outils de Mesure « Applications » labellisés

OUTILS DE MESURES LABELLISÉS POUR APPLIS

“Applications” Mobiles ou Tablettes 2021

| SOCIÉTÉ | OUTILS DE MESURE | CONTACT | |
|------------|------------------|-----------------------|--|
| ATInternet | ANALYSER | Mme Samia Abara Basly | 06 20 02 69 63 Samia.AbaraBasly@atinternet.com |
| Google | GOOGLE 360 | Maxime Voegeli | 06 35 42 73 73 mvoegeli@google.com |
| IDFR | WYSISTAT | M. Laurent Naigeon | 03 81 40 20 80 lnaigeon@idfr.net |

**Uniquement les versions Professionnelles ont été labellisées et donnent droit à prétendre à la certification ACPM.*