



REGLEMENT D'APPLICATION

**Bureau ACPM / OJD
MAGAZINES DE MARQUES**

Version Mai 2016

MAGAZINES DE MARQUES

SOMMAIRE

PREAMBULE.....	3
I. ADHESION D'UNE PUBLICATION	3
II. DEFINITION DES MAGAZINES DE MARQUES.....	3
III. TIRAGE.....	4
IV. MISE EN DISTRIBUTION	4
A. Diffusion Payée	
1. Abonnements.....	5
Remarques générales.....	5
2. Ventes au numéro.....	7
B. La mise en distribution gratuite.....	8
C. Ventilation de la mise en distribution globale	8
D. Versions Numériques	10
VI. PROCES-VERBAL DE CONTROLE.....	12
1. Etablissement du Procès-Verbal	12
2. Structure du Procès-Verbal de contrôle.....	13
LES CONTROLES	14
3. Fréquence des contrôles.....	14
a) Contrôle annuel	14
b) Contrôle après saisine d'office par l'ACPM / OJD.....	14
VII. DECLARATIONS SEMESTRIELLES SUR L'HONNEUR (D.S.H.)	15
VIII. UTILISATION DU LABEL ACPM / OJD - MAGAZINES DE MARQUES	16
IX. CONDITIONS D'UTILISATION PAR L'EDITEUR DES RESULTATS DES CONTROLES DE DISTRIBUTION ET DES DECLARATIONS SEMESTRIELLES SUR L'HONNEUR (D.S.H.).....	17
X. RESSOURCES	18
XI. NON-RESPECT DU REGLEMENT D'APPLICATION.....	19
ENTREE EN VIGUEUR DES REGLES DE CONTROLE.....	19

ANNEXES

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

ACPM / OJD

PREAMBULE

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

I. ADHESION D'UNE PUBLICATION

L'ACPM / OJD a pour mission de déterminer la diffusion et la mise en distribution des supports de publicité, notamment celle des publications de presse.

Toute publication non titulaire d'un certificat d'inscription délivré par la Commission Paritaire des Publications et Agences de Presse (C.P.P.A.P.) et répondant à la définition ci-après peut faire une demande d'adhésion au bureau ACPM / OJD - Magazines de Marques.

Cette demande sera examinée par la Commission Admission-Démission-Exclusion de l'Association. A la suite de l'avis rendu par cette Commission, le Comité Diffusion de l'ACPM / OJD statuera définitivement sur l'adhésion du titre demandeur.

La publication admise pourra bénéficier du label ACPM / OJD - Magazines de Marques si elle s'est conformée aux Règles de Contrôle définies ci-après.

II. DEFINITION DES MAGAZINES DE MARQUES

Il s'agit de toute forme de presse ne possédant pas de numéro de Commission Paritaire et répondant aux critères suivants :

Etre le support de promotion d'une marque unique.

Présenter un intérêt rédactionnel évident, allant au-delà de la seule promotion de la marque.

Paraître de façon régulière, et ce au minimum deux fois durant l'année civile.

Etre numéroté dans une série.

Par « Marque », on entend un produit, une enseigne, une organisation.

Sont donc considérées comme Magazines de Marques, les publications liées directement à une marque publicitaire, mais également les publications servant de support de communication à des collectivités locales ou territoriales, des administrations, des services publics, des syndicats, des groupements à condition qu'elles répondent aux critères mentionnés ci-dessus.

Ne sont pas considérés comme Magazines de Marques, les catalogues, prospectus et mailings.

Les Magazines de Marques peuvent avoir une diffusion payante et/ou une mise en distribution gratuite.

Si la diffusion payée, telle qu'elle est définie dans le présent règlement, représente plus de 50 % de la distribution totale d'un de ces magazines, celui-ci peut demander à l'ACPM / OJD de se faire appliquer la réglementation de contrôle concernant les Ecrits Spécialisés.

Par Ecrits Spécialisés, sont définis des titres dont le contenu rédactionnel est destiné à un ensemble de lecteurs « Grand Public » ou « Professionnels » pour satisfaire ses besoins d'information, de culture, de détente ou de confort.

Leur périodicité est régulière. Elle est au moins de deux numéros dans l'année. Elle fait l'objet d'une numérotation incluse dans une série.

Ces titres ont une diffusion payante réelle et régulière.

Ils ne peuvent être liés à une marque publicitaire sauf dans certains cas strictement prévus (voir définition des Magazines de Marques).

Pour le contrôle et l'établissement des Procès-Verbaux, c'est une réglementation identique à celle de l'ACPM / OJD - Presse Payante qui est appliquée à ces titres. Celle-ci est réunie dans un texte spécifique : « Règlement d'Application ACPM / OJD - Ecrits Spécialisés ».

Les Magazines de Marques ne sont pas nécessairement édités par le propriétaire de la marque ou l'une de ses filiales.

III. TIRAGE

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

L'éditeur doit fournir les factures originales d'impression, ainsi que l'ensemble des bons de livraison auprès des points de distribution qu'il aura alimentés (par exemple : routier, messagerie, magasins...).

Si l'éditeur utilise des moyens internes pour effectuer la livraison des points cités ci-dessus, il devra apporter la preuve matérielle de la livraison effective de ceux-ci. Une vérification, in situ, pourra être effectuée par les délégués de l'ACPM / OJD.

Dans l'hypothèse où l'éditeur fait appel à un sous-traitant, notamment des agences spécialisées, pour réaliser ou commander l'impression de son magazine, l'ACPM / OJD effectuera le contrôle des pièces décrites ci-dessus dans les locaux du sous-traitant.

Ce sous-traitant aura au préalable adhéré à l'ACPM / OJD en tant que Membre Associé.

IV. MISE EN DISTRIBUTION

La mise en distribution d'une parution est égale au total des exemplaires vendus par abonnements et/ou ventes au numéro et des exemplaires mis en distribution gratuitement par l'éditeur.

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

- . La diffusion payée.
- . La mise en distribution
- . La diffusion et distribution totale
- . La répartition entre la France et l'étranger
- . La ventilation de la diffusion payée et de la mise en distribution gratuite par canal.

A/ Diffusion Payée

La diffusion payée comprend :

- . les abonnements
- . les ventes au numéro

Elle ne prend en compte que les exemplaires en cours de parution, 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 dans l'ours de la publication.

Ce sont des exemplaires distribués par voie postale ou par portage à domicile.

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 dans l'ours de 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 également pris en compte.

Les abonnements par tiers en nombre sont décomptés en mise en distribution gratuite.

Tout abonnement souscrit avec une prime ou par le biais d'une vente jumelée sera décompté en mise en distribution gratuite.

En aucun cas ne seront retenus comme abonnements payants, les abonnements souscrits à l'occasion de l'achat, de la location, de l'adhésion ou de l'affiliation à la marque promue par le magazine, sauf dans le cas où l'abonné aura pu clairement se prononcer sur son choix. Si ce choix n'a pu se faire librement, ces abonnements seront intégrés dans la mise en distribution.

L'option négative ne peut être considérée comme un choix délibéré.

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 sont décomptés dans la mise en distribution gratuite. Aucune grâce copie ne peut être prise en compte en diffusion payée, sauf si l'éditeur peut les justifier en récupération.

c) Justification des Abonnements

Les abonnements doivent être justifiés par des documents appropriés :

c.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 code 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 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.

c.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 effectuée elle-même ou non ses expéditions postales, elle doit présenter, pour chaque parution, lors du contrôle, 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.

Si l'éditeur utilise des sociétés autres que la Poste pour assurer l'acheminement des exemplaires auprès de ses abonnés, il devra produire toutes pièces justificatives prouvant l'expédition de ceux-ci.

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 couverture de la publication.

Ces exemplaires peuvent être vendus à la clientèle :

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

Toute vente d'exemplaires réalisée sur des numéros antérieurs au numéro en cours de vente ne sera retenue ni en diffusion payante ni en mise en distribution gratuite.

Toute vente d'exemplaire réalisée avec une prime sera décomptée en mise en distribution gratuite.

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.

Les ventes par tiers en nombre sont décomptées en mise en distribution gratuite.

B/ La Mise en Distribution Gratuite

Sont considérés comme exemplaires destinés à la mise en distribution gratuite tous les exemplaires non visés dans le chapitre A, à condition qu'ils soient distribués dans la période dite en cours de parution.

Sont, malgré tout, exclus de la mise en distribution gratuite, tous les exemplaires destinés à :

- La justification de la publicité.
- La justification légale.
- L'archivage.
- La prospection de la publicité.
- La prospection de nouveaux abonnés.

C/ Ventilation de la mise en distribution globale

Le jour du contrôle, l'éditeur doit fournir à l'équipe de l'ACPM / OJD la ventilation de sa diffusion payante et sa mise en distribution gratuite, par canal :

Voie postale
Portage à domicile adressé
Portage à domicile non adressé
Vente en magasin de presse
Distribution en magasin
Points de ventes de la marque
Événementiel (salons, foires...)
Encartage
Tiers partenaire
Mise à bord de moyen de transport
VPC
Autres

Chaque canal devra être justifié par les pièces suivantes :

- Voie postale :

Factures de la Poste
Bordereaux d'expédition
Factures du ou des routeurs
Factures d'achat ou de location de fichiers
Etats de gestion d'abonnements
Paiement effectif des factures présentées

Portage à domicile adressé :

Contrat avec la ou les sociétés de distribution
Factures des sociétés de distribution
Factures d'achat ou de location de fichiers
Etats de gestion d'abonnements
Paiement effectif des factures présentées

Portage à domicile non adressé :

Contrat avec la ou les sociétés de distribution
Factures des sociétés de distribution
Paiement effectif des factures présentées

Vente en magasin de presse :

Voir paragraphe Ventes au numéro

Points de vente de la marque :

Liste complète des points de vente avec détail des livraisons
Bons de livraison de chaque point de vente
Factures du ou des transporteurs
Paiement effectif des factures présentées

Événementiel :

Liste des événements, objets de la distribution (Salons, Foires...)
Contrats avec les organisateurs
Bons de livraison sur l'évènement
Factures du ou des transporteurs
Paiement effectif des factures présentées

Encartage :

Contrat avec les supports encarteurs
Factures des supports
Paiement effectif des factures présentées

Tiers partenaire :

Contrats de partenariat
Factures de partenariat
Paiement effectif des factures présentées

Mise à bord de moyen de transport :

Contrats avec les compagnies de transport
Factures des compagnies
Paiement effectif des factures présentées

Dans le cas où l'éditeur concéderait à une société sous traitante, mais non-opératrice tout ou partie de sa mise en distribution, cette société serait dans l'obligation d'adhérer à l'ACPM / OJD en tant que Membre Associé, a priori et devrait se soumettre à son contrôle.

D/ Intégration des « Versions Numériques de type PDF » dans la certification des Magazines de Marques

Cette disposition réglementaire concerne l'intégration des versions numériques dans la Mise en Distribution des titres de Magazines de Marques.
Elle concerne tous les titres de la famille.

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 Contrôle 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.

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 spécifique : 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 agrégeables 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.

Procédure de validation des versions numériques :

Sont éligibles à l'ACPM / OJD toutes les versions numériques qui sont, physiquement, réellement demandées.

Pour se faire l'éditeur 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 dans laquelle l'éditeur déclare et décrit, au préalable, ces opérations.

Pour utiliser cette interface, l'éditeur 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 hebdomadaires de J- 1 à J+15

Pour le 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

Les quantités éligibles à la certification ACPM / OJD sont restituées dans l'interface de l'ACPM / OJD.

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 dédupliqué sur la base d'une période variable selon la périodicité du titre.

Répartition géographique :

L'ACPM / OJD restitue dans son interface les versions demandées en France et celles demandées à l'étranger. Seules celles demandées en France sont décomptées et réparties au prorata de la diffusion « papier ».

Imputation dans les colonnes du Procès-verbal :

La diffusion numérique fait l'objet d'une colonne spécifique.

V. PROCES-VERBAL DE CONTROLE

A l'issue de chaque contrôle effectué au siège de la publication et/ou chez ses sous-traitants, 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, s'il y a lieu, 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 :

- Le Directeur Général de l'ACPM / OJD ou ses délégués prennent connaissance des :

- . pièces relatives au tirage
- . pièces relatives aux abonnements payants
- . pièces relatives à la vente au numéro
- . pièces relatives à la mise en distribution gratuite
- . tous autres documents justificatifs nécessaires

b) Rôle de l'Expert-comptable :

En cas de diffusion payante uniquement :

- Le Directeur Général de l'ACPM / OJD désigne, parmi les expert-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 peuvent assister à toutes les opérations de contrôle et prendre connaissance des pièces justifiant la diffusion payée et la distribution gratuite - 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'identification à l'ACPM / OJD – Magazines de Marques
- La reproduction du logotype de la publication
- La date du contrôle
- La date du précédent contrôle
- Le prix de vente du numéro (indiqué sur le dernier numéro de la période contrôlée)
- Le tarif des abonnements (indiqué sur le dernier numéro de la période contrôlée)
- 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 Payée et Distribution gratuite)
- 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
- Colonne 3 : moyenne du tirage par mois de parution
- Colonnes 4 à 9 : la mise en distribution gratuite
 - 4 – Présentoirs
 - 5 – Colportage
 - 6 – Poste
 - 7 – Portage
 - 8 – Tiers
 - 9 - Numérique
- Colonnes 11 à 13 : Diffusion Payée France
- Colonne 14 : Diffusion Totale France
- Colonnes 15 à 17 : Diffusion Etranger
- Colonnes 18 à 20 : Diffusion France + Etranger

3/ LA VENTILATION DE LA DISTRIBUTION TOTALE PAR CANAL. (sous forme graphique et de moyennes en valeur absolue)

4/ LA REPARTITION FRANCE/ETRANGER

B - AU VERSO

- 1) Indications sur les spécificités de la distribution et description de celles-ci s'il y a lieu.
- 2) Les secteurs géographiques couverts
- 3) 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.

VI. LES CONTROLES

1. FREQUENCE DES CONTROLES

a) Contrôle annuel :

Il est obligatoire une fois par an.

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

b) 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 s'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 – Magazines de Marques devra être contrôlé dans un délai maximal de six mois à partir de la date de son adhésion. Ce contrôle portera sur la totalité de l'année civile la plus récente contrôlable par rapport au jour du contrôle.
S'il s'agit d'un titre créé depuis moins d'un an, le premier contrôle portera sur une période de 6 mois incluant un minimum de 2 numéros.
- Il ne sera autorisé à utiliser le label ACPM / OJD – Magazines de Marques 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, la période sur laquelle portera le 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.

ACPM / OJD

- 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.

VII. DECLARATIONS SEMESTRIELLES SUR L'HONNEUR (D.S.H.).

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

Celle-ci comprend : la moyenne de sa diffusion payée et de sa mise en distribution gratuite. 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 (uniquement valeurs chiffrées).

Ces déclarations doivent impérativement parvenir à l'ACPM / OJD avant les dates limites qui lui sont communiquées. Elles sont rendues publiques, en fonction des possibilités de l'ACPM / OJD, dès leur réception par l'Association.

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 distribution totale 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.

Dans le cas où une D.S.H. ne serait 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.

VIII. UTILISATION DU LABEL ACPM / OJD - MAGAZINES DE MARQUES

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

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

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 et distribution 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 et distribution 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 DISTRIBUTION ET DES DECLARATIONS SEMESTRIELLES SUR L'HONNEUR (D.S.H.)

L'utilisation, notamment au plan publicitaire, faite par les publications inscrites au Bureau ACPM / OJD – Magazines de Marques, relative à leur diffusion et leur distribution, telles qu'elles apparaissent sur les Procès-Verbaux et dans leur déclaration sur l'honneur, est soumise aux règles générales suivantes :

I - Tout éditeur, membre du Bureau ACPM / OJD – Magazines de Marques, s'engage à communiquer, au minimum, les trois principaux résultats de diffusion et distribution concernant chacun de ses titres, à sources et périodes comparables.

C'est-à-dire :

- La Diffusion payée
- La mise en Distribution gratuite
- La Diffusion et la Distribution totale

Cet éditeur s'engage également à ce que chaque utilisation, tout au long de l'année, des chiffres de l'ACPM / OJD – Magazines de Marques, 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 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 - L'ACPM / OJD publie régulièrement 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 – Magazines de Marques 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 – Magazines de Marques, le label ACPM / OJD – Magazines de Marques ne peut être utilisé que pour les publications contrôlées.

V - Documents publiés par les éditeurs

Tout membre du Bureau ACPM / OJD – Magazines de Marques 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 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 Expert-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.

Dans ces deux 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.

ENTREE EN VIGUEUR DES REGLES DE CONTROLE

Le présent Règlement d'Application codifie les règles adoptées par l'Assemblée Générale Ordinaire de l'ACPM / OJD d'Avril 2016 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 ».

44, rue Cambronne - 75015 PARIS
Téléphone : 01 43 12 85 30 - Télécopie : 01 47 42 14 92
E-Mail : info@ACPM / OJD.com - <http://www.ACPM> / OJD.com

Membre fondateur de l'International Federation of Audit Bureaux of Circulations (I.F.A.B.C.)