



# RÈGLEMENT D'APPLICATION

## Pôle Fréquentation - Sites & Applications

01/ 05 / 2025

<b>1. PREAMBULE</b> .....	<b>4</b>
<b>2. DÉFINITIONS ET RÈGLES</b> .....	<b>5</b>
2.1. DÉFINITIONS GÉNÉRALES .....	5
2.1.1. Marque Numérique .....	5
2.1.2. Marque principale .....	5
2.1.3. Marque déclinée .....	5
2.1.4. Marque secondaire .....	5
2.1.5. Groupe .....	5
2.1.6. D.S.H .....	5
2.1.7. D.S.F .....	6
2.2. DEFINITION SPECIFIQUE A LA MESURE DES SITES .....	6
2.2.1. Un Nom de Domaine .....	6
2.2.2. Site web fixe .....	6
2.2.3. Site web mobile .....	6
2.2.4. Site unifié .....	6
2.2.5. Contenus distribués .....	6
2.2.6. AMP de Google .....	6
2.2.7. Visite .....	7
2.2.8. Visiteur .....	7
2.2.9. Page Vue .....	7
2.2.10. Un terminal mobile .....	7
2.3. DEFINITION SPECIFIQUE A LA MESURE DES APPLICATIONS .....	7
2.3.1. Une Application Mobile .....	7
2.3.2. Une Application Tablette .....	7
2.3.3. Application unifiée .....	8
2.3.4. Une Visite (Application) .....	8
2.3.5. Une Page Vue (Application) .....	8
2.3.6. Un Visiteur (Application) .....	8
2.4. RÈGLES .....	8
2.4.1. Spécifiques aux sites .....	8
2.4.2. Spécifiques aux applications .....	8
2.4.3. Spécifiques aux Marques numériques .....	9
2.4.4. Spécifiques aux Groupes .....	9
<b>3. ADHÉSION</b> .....	<b>10</b>
3.1. STATUT .....	10
3.2. QUALITÉ .....	10
3.3. PROCÉDURE D'ADMISSION .....	10
3.4. INSCRIPTION A LA CERTIFICATION ACPM .....	10
3.5. DÉCLARATION ET ÉVOLUTION DU PÉRIMÈTRE .....	11
<b>4. IMPLÉMENTATION DE L'OUTIL DE MESURE</b> .....	<b>11</b>
<b>5. MISE EN PLACE DES CONTRÔLES</b> .....	<b>11</b>
5.1. PÉRIMÈTRE CONTRÔLE .....	11

---

5.2. ÉTAPES DE LA MISE EN PLACE .....	11
<b>6. LA DÉCLARATION SYSTÉMATIQUE DE FRÉQUENTATION (D.S.F.) .....</b>	<b>11</b>
6.1. OUTIL DE MESURE ET D.S.F.....	12
6.2. RESPONSABILITÉ .....	12
6.3. CONTENU DE LA D.S.F.....	12
6.4. FORME ET DÉLAI DE LA D.S.F.....	12
6.4.1. DSF – Visite.....	12
6.4.2. DSF - Visiteur.....	12
6.4.3. DSF – Page Vue.....	12
6.5. EXPLOITATION DE LA D.S.F.....	13
<b>7. LE CONTRÔLE.....</b>	<b>13</b>
7.1. PROCÉDURE DU CONTRÔLE .....	13
7.2. CHAMP DU CONTRÔLE .....	13
7.3. FRÉQUENCE ET DATE DES CONTRÔLES.....	13
7.4. OBSTACLE AU CONTRÔLE.....	13
7.5. CONFORMITÉ DES VALEURS.....	13
<b>8. LE PROCÈS-VERBAL.....</b>	<b>14</b>
8.1. CHAMP DU PROCÈS-VERBAL .....	14
8.2. CONTENU DU PROCÈS-VERBAL .....	14
8.2.1. INFORMATIONS GÉNÉRALES .....	14
8.2.2. TABLEAU DU PROCÈS-VERBAL .....	14
8.2.3. MENTIONS DIVERSES.....	15
8.3. FREQUENCE ET DUREE DU PROCÈS-VERBAL.....	15
8.4. PUBLICITÉ DES RÉSULTATS .....	15
<b>9. LA CERTIFICATION « ACPM Fréquentation ».....</b>	<b>15</b>
9.1. LOGO ET MENTIONS.....	15
9.2. RÉSULTATS .....	15
<b>10. RESSOURCES .....</b>	<b>16</b>
<b>11. NON-RESPECT DU RÈGLEMENT D'APPLICATION ET LITIGES .....</b>	<b>16</b>
11.1. DISPOSITION GENERALE .....	16
11.2. CONTRÔLE .....	16
11.3. PUBLICATION DES RÉSULTATS.....	16
11.4. UTILISATION DE LA CERTIFICATION.....	16
<b>12. ENTRÉE EN VIGUEUR DES RÈGLES DE CONTRÔLE.....</b>	<b>17</b>

# 1. 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
- Les Groupes

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 Éditeurs 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 Numériques, établie sur les critères de la « Visite », du « Visiteur » ainsi que la publication des « Pages Vues » sous la responsabilité de l'Éditeur.

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

## 2. DÉFINITIONS ET RÈGLES

### 2.1. DÉFINITIONS GÉNÉRALES

#### 2.1.1. Marque Numérique

Une Marque numérique correspond à l'agrégation des supports d'une ou plusieurs Marques, le nom de la Marque Numérique correspond au nom de la Marque principale. Des Marques déclinées et/ou secondaires peuvent intégrer le périmètre de la Marque Numérique si les conditions énoncées dans ce règlement sont respectées.

#### 2.1.2. Marque principale

Une Marque principale correspond à la marque de référence du périmètre de navigation avec un contenu éditorial identifié et homogène, sous un même domaine et/ou une même application avec un même logo présent sur toutes les pages du site et/ou tous les écrans de l'application, logo mis en évidence en haut des pages ou écrans.

#### 2.1.3. Marque déclinée

Une Marque déclinée correspond à la création d'une Marque par déclinaison d'une marque principale. Des Marques déclinées peuvent intégrer le périmètre de la Marque Numérique si les conditions énoncées dans ce règlement sont respectées.

#### 2.1.4. Marque secondaire

Un Marque secondaire correspond à une marque avec son propre univers visuel. Une Marque secondaire n'est pas issue d'une déclinaison de marque et a une existence propre. Des Marques secondaires peuvent intégrer le périmètre de la Marque Numérique si les conditions énoncées dans ce règlement sont respectées.

#### 2.1.5. Groupe :

Un Groupe est un groupe numérique qui correspond à plusieurs Marques numériques placés sous la responsabilité d'une même entité juridique.

#### 2.1.6. D.S.H. :

Une DSH, abréviation pour Déclaration Sur l'Honneur qui correspond à un document dans lequel sera consigné l'ensemble des paramètres liés aux contrôles ACPM.

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

Pour les applications, la DSH doit obligatoirement comprendre le ou les Noms de(s) application(s) de la marque ainsi que les identifiants des stores et de l'outil de mesure. Elle comprend également la totalité des identifiants de terminaux permettant aux collaborateurs de l'Éditeur de se connecter à Internet.

### 2.1.7. D.S.F. :

Une DSF, abréviation 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.

## 2.2. DEFINITION SPECIFIQUE A LA MESURE DES SITES

### 2.2.1. Un Nom de Domaine

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), exemple : [news.ACPM.com](https://news.ACPM.com)  
Il est également possible d'y associer des répertoires : ex ; [ACPM.com/Agenda/](https://ACPM.com/Agenda/)

### 2.2.2. Site web fixe

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.

### 2.2.3. Site web mobile

Site web mobile correspond à un contenu éditorial identifié par un ou plusieurs nom(s) de domaine permettant d'accéder à un contenu homogène et accessible uniquement par une requête de type 'http' via le Navigateur d'un terminal Mobile. Cela englobe également le trafic sur les sites en responsive depuis un mobile ou une tablette.

### 2.2.4. Site unifié

Site unifié : englobe les usages réalisés sur les sites web fixe, mobile et amp.

### 2.2.5. Contenus distribués

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.

### 2.2.6. 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 basé 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.

### 2.2.7. Visite

Visite, acte de consultation d'au moins une page du site web fixe, mobile ou AMP 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.

**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).

### 2.2.8. Visiteur

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

### 2.2.9. Page Vue

Page Vue, téléchargement complet du contenu principal (éditorial/publicitaire) d'une page du site web fixe, mobile ou AMP sur le terminal du visiteur identifié.

### 2.2.10. Un terminal mobile

Un terminal mobile est le terme utilisé pour désigner les Terminaux téléphoniques qui 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 terminal mobile mais aussi de télécharger des Applications tierces Mobile.

## 2.3. DEFINITION SPECIFIQUE A LA MESURE DES APPLICATIONS

### 2.3.1. Une Application Mobile

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 homogène depuis un terminal mobile. Les Applications Mobiles sont adaptées aux différents environnements techniques des terminaux mobiles et adaptées à leurs contraintes et possibilités ergonomiques.

### 2.3.2. Une Application Tablette

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.

### **2.3.3. Application unifiée**

Application unifiée : englobe les usages réalisés sur les applications mobiles et tablettes.

### **2.3.4. Une Visite (Application)**

Une Visite (Application) est l'acte de consultation d'une Application dédiée aux Téléphones Mobiles 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.

### **2.3.5. Une Page Vue (Application)**

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

### **2.3.6. Un Visiteur (Application) :**

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

## **2.4. RÈGLES**

### **2.4.1. 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 généré 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'Internaute 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 comporte un rafraîchissement automatique d'une ou plusieurs de ses pages (Auto-Refresh), la certification ACPM impose que le taux de rafraîchissement (taux de Refresh) ne dépasse pas 29 minutes et 29 secondes, soit 1799 secondes.

### **2.4.2. Spécifiques aux applications**

Seul le trafic généré sur le ou les identifiants d'applications déclarés dans la DSH sera pris en compte dans les chiffres certifiés ACPM. Toute part de trafic généré 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 comporte un rafraîchissement automatique de son contenu éditorial et/ou publicitaire (Auto-Refresh), la certification ACPM impose que le taux de rafraîchissement (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 tâche 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. »*

### 2.4.3. Spécifiques aux Marques numériques

Tout Éditeur qui souhaite intégrer au volume de fréquentation de sa Marque numérique le volume de fréquentation d'une ou plusieurs marques déclinées ou marques secondaires devra respecter les règles suivantes sur les sites et/ou les applications du périmètre :

- **Visibilité de la Marque principale** : le logo de la Marque principale doit être présent sur toutes les pages des sites fixes et mobiles ainsi que sur tous les écrans des applications du périmètre de la Marque numérique (principale, déclinées et secondaires).

Le logo de la Marque principale doit être directement visible par l'internaute, c'est pourquoi celui-ci doit être en haut de page ou d'écran et avec une taille au moins équivalente au logo de la Marque secondaire.

- **Prépondérance de la Marque principale** : le trafic de la Marque principale doit être prépondérant dans la fréquentation globale de la Marque Numérique sur les sites et/ou applications du périmètre vis à vis de la ou des Marque(s) secondaire(s).

La fréquentation, exprimée en visites, des Marques secondaires ne peut représenter plus de 50% de la fréquentation, exprimée en visites, de la Marque Principale incluant ses éventuelles déclinaisons.

Soit 33% de la Marque numérique

A noter qu'il n'y a pas de restriction d'activité.

### 2.4.4. Spécifiques aux Groupes

Tout Éditeur qui souhaite 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'Éditeur.

## 3. ADHÉSION

### 3.1. STATUT

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

### 3.2. QUALITÉ

L'Éditeur peut être une personne physique ou morale.

### 3.3. PROCÉDURE D'ADMISSION

L'Éditeur 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.

### 3.4. INSCRIPTION A LA CERTIFICATION ACPM

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

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

L'Éditeur recourt à un outil de mesure de sa fréquentation, qui bénéficie du Label de l'Association. 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 numériques peut porter atteinte au bon fonctionnement de l'Association ou porter préjudice à son image.

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

---

### **3.5. DÉCLARATION ET ÉVOLUTION DU PÉRIMÈTRE**

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 pour la partie sites ainsi que l'ensemble des identifiants d'applications pour la partie applications. Seule la fréquentation issue de ces domaines déclarés et de ces identifiants d'applications sera prise en compte dans la publication des chiffres.

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

## **4. IMPLÉMENTATION 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 ».

## **5. MISE EN PLACE DES CONTRÔLES**

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

### **5.1. PÉRIMÈTRE CONTRÔLE**

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

### **5.2. ÉTAPES 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.

## **6. LA DÉCLARATION SYSTÉMATIQUE DE FRÉQUENTATION (D.S.F.)**

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

## 6.1. OUTIL DE MESURE ET D.S.F.

La D.S.F. est effectuée par l'intermédiaire de l'Outil de Mesure 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'Éditeur 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.

## 6.2. RESPONSABILITÉ

L'Éditeur 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.

## 6.3. CONTENU DE LA D.S.F.

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

## 6.4. FORME ET DÉLAI DE LA D.S.F.

La forme de la D.S.F. est définie dans le « Cahier des Charges de la Labellisation 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.

### 6.4.1. 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.

### 6.4.2. 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.

### 6.4.3. DSF – Page Vue

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.

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.

## 6.5. 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'Éditeur, avant la production du Procès-Verbal de la période considérée.

# 7. LE CONTRÔLE

## 7.1. PROCÉDURE DU CONTRÔLE

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.

## 7.2. CHAMP DU CONTRÔLE

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 labellisation 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.

**Visite** : le contrôle porte sur un ou plusieurs jour(s) du mois contrôlé.

**Visiteur** : le contrôle porte sur un ou plusieurs jour(s) et sur une ou plusieurs semaine(s) ou plusieurs mois sur le Mobile.

## 7.3. FRÉQUENCE ET DATE DES CONTRÔLES

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 Éditeur est exposé sans interruption au déclenchement d'un contrôle effectué par le Pôle Fréquentation.

## 7.4. OBSTACLE AU CONTRÔLE

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.

## 7.5. CONFORMITÉ 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.

## 8. LE PROCÈS-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.

### 8.1. CHAMP DU PROCÈS-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.

### 8.2. CONTENU DU PROCÈS-VERBAL

Le Procès-verbal comprend les mentions suivantes :

#### 8.2.1. INFORMATIONS GÉNÉRALES

- 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)

#### 8.2.2. TABLEAU DU PROCÈS-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.

### 8.2.3. MENTIONS DIVERSES

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

## 8.3. FREQUENCE ET DUREE DU PROCÈS-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.

## 8.4. PUBLICITÉ DES RÉSULTATS

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

# 9. LA CERTIFICATION « ACPM Fréquentation »

## 9.1. LOGO ET MENTIONS

L'Éditeur 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 implanté à l'emplacement du logo ACPM / Fréquentation, assurant un renvoi interactif avec le Site Web de l'Association.

## 9.2. RÉSULTATS

Le logo et la mention « ACPM / Fréquentation » ne peuvent être utilisés 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.

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

L'Éditeur 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 numériques dont certains seulement sont inscrits au Pôle Fréquentation, la Certification « ACPM / Fréquentation » ne peut être utilisée que pour les Supports inscrits.

L'Éditeur 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.

## 10. 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.

## 11. NON-RESPECT DU RÈGLEMENT D'APPLICATION ET LITIGES

### 11.1. DISPOSITION GENERALE

L'Éditeur 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'Éditeur peut saisir le Comité des Litiges.

### 11.2. CONTRÔLE

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

### 11.3. PUBLICATION DES RÉSULTATS

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

### 11.4. UTILISATION DE LA CERTIFICATION

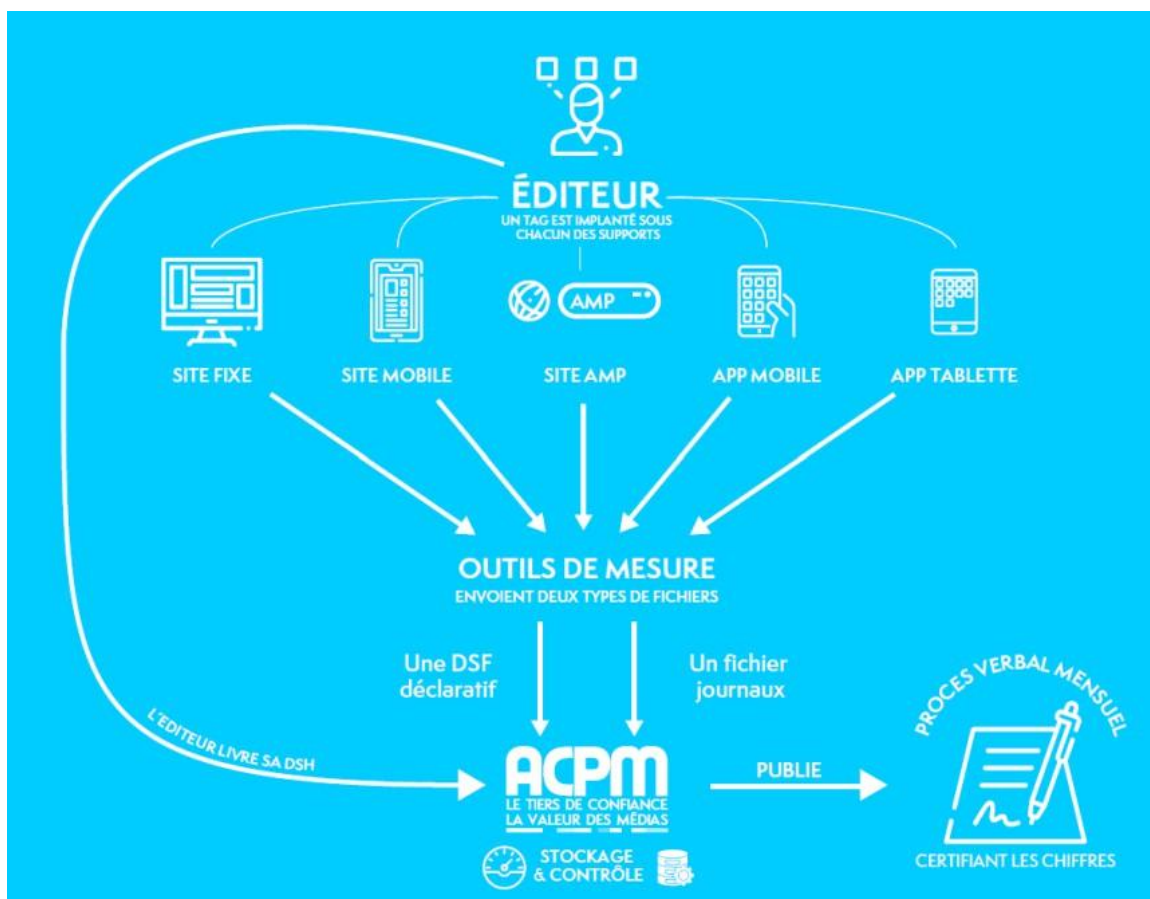
Tout membre de l'ACPM / Pôle Fréquentation qui s'estime lésé par des indications portées par un autre éditeur sur son Support numérique, ses documents publicitaires ou commerciaux relativement à la fréquentation de son Support, peut en saisir le Comité des Litiges.

---

## 12. ENTRÉE EN VIGUEUR DES RÈGLES DE CONTRÔLE

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 : SCHÉMA DE LA PROCÉDURE DE CERTIFICATION



## ANNEXE 2 : Outils de Mesure « Sites » labellisés

### OUTILS DE MESURE LABELLISÉS - SITES

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

\* Sites optimisés pour les mobiles et tablettes

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



Akim Bellour :  
[a.bellour@eulerian.com](mailto:a.bellour@eulerian.com)



Contact :  
[certification@marfeel.com](mailto:certification@marfeel.com)



Samia Abara Basly :  
[Samia.AbaraBasly@atinternet.com](mailto:Samia.AbaraBasly@atinternet.com)



Julien Musso :  
[jmusso@nsp-fr.com](mailto:jmusso@nsp-fr.com)



Laurent Naigeon :  
[lnaigeon@idfr.net](mailto:lnaigeon@idfr.net)

**ANNEXE 3 :**  
**Outils de Mesure « Applications » labellisés**

**OUTILS DE MESURE LABELLISÉS - APPLICATIONS**

“Applications” Mobiles ou Tablettes

**piano**

Samia Abara Basly :  
[Samia.AbaraBasly@atinternet.com](mailto:Samia.AbaraBasly@atinternet.com)

 **smartprofile**

Julien Musso :  
[jmusso@nsp-fr.com](mailto:jmusso@nsp-fr.com)

 **wysistat**

Laurent Naigeon :  
[lnaigeon@idfr.net](mailto:lnaigeon@idfr.net)

 **marfeel**

Contact :  
[certification@marfeel.com](mailto:certification@marfeel.com)

ACPM