

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

Publications agricoles

TABLE DES MATIÈRES

ARTICLE 101

- E 101.1 Définition de la diffusion payée
- E 101.2 Prix
- E 101.3 Offre d'abonnement fondée sur le principe du consentement implicite

ARTICLE 2

- E 102.1 Ventes d'exemplaires multiples
- E 102.2 Définition des ventes d'exemplaires multiples payées
- E 102.3 Abonnements collectifs (par la poste - offre spéciale)
- E 102.4 Abonnements-cadeaux
- E 102.5 Abonnements-cadeaux non reconnus comme diffusion payée
- E 102.6 Abonnements de membre d'association, d'organisme et de société
- E 102.7 Abonnements par adhésion à un club
- E 102.8 Abonnements liés à un partenariat
- E 102.9 Ventes d'exemplaires multiples parrainées pour l'éducation

ARTICLE 103

- E 103.1 Vérification initiale

ARTICLE 104

- E 104.1 Déclarations de l'éditeur

ARTICLE 105

- E 105.1 Analyse géographique
- E 105.2 Distribution selon la population des comtés ABCD
- E 105.3 Distribution par comté
- E 105.4 Distribution selon la démographie
- E 105.5 Date de la source

ARTICLE 106

- E 106.1 Renouvellements

ARTICLE 107

- E 107.1 Abonnements différés
- E 107.2 Numéros antérieurs
- E 107.3 Encouragements à payer

ARTICLE 108

- E 108.1 Abonnements reçus en rapport avec un contrat de publicité
- E 108.2 Définition des primes
- E 108.3 Primes offertes avec les abonnements et les ventes au numéro
- E 108.4 Primes offertes avec les ventes combinées
- E 108.5 Abonnements/ventes au numéro combinés
- E 108.6 Abonnement payés par des concurrents

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

- E 108.7 Concours et coupons
- E 108.8 Abonnements donnés en prix
- E 108.9 Abonnements obtenus dans le cadre de dons à des oeuvres de bienfaisance
- E 108.10 Abonnements payés en publicité
- E 108.11 Abonnements souscrits grâce à des points de récompense
- E 108.12 Abonnements à crédit
- E 108.13 Abonnements réglés par versements

ARTICLE 109

- E 109.1 Rétablissements
- E 109.2 Prolongations dues à une baisse de tarif
- E 109.3 Prolongations dues à une réduction de la fréquence de parution
- E 109.4 Cessions dues à une fusion
- E 109.5 Achat d'une liste d'abonnements
- E 109.6 Cessions d'une publication en activité à une autre publication
- E 109.7 Cession d'une publication suspendue à d'autres publications

ARTICLE 110

- E 110.1 Méthodes de vente d'abonnements
- E 110.2 Éditions séparées

ARTICLE 111

- E 111.1 Base du tarif publicitaire ou garantie de la diffusion

ARTICLE 112

- E 112.1 Diffusion non payée sur demande expresse
- E 112.2 Diffusion non payée en dehors de la diffusion sur demande expresse
- E 112.3 Abonnements multiples
- E 112.4 Ajouts et suppressions
- E 112.5 Diffusion non payée d'exemplaires multiples au même destinataire

ARTICLE 113

- E 113.1 Éditions spéciales

ARTICLE 101

E 101.1 Définition de la diffusion payée

Par diffusion payée, on entend les exemplaires d'une publication qui ont été payés par l'acheteur, sans intention de les revendre, sous réserve des dispositions suivantes :

- a) S'il s'agit d'une vente au numéro, le prix payé est un cent.
- b) Ventes d'abonnements :
 - 1) Le tarif de l'abonnement d'une durée est égal à ou plus un cent.

Si le tarif de l'abonnement de moins de un an est inférieur à un montant au prorata du prix de base annuel, il n'est pas considéré comme un abonnement au prix de base.

c) Les abonnements à terme échu ne peuvent être livrés pendant plus du quart de la durée demandée à l'origine; ils cessent au plus tard dans les trois mois suivant la date d'expiration, et il est possible d'inclure les exemplaires au-delà de la date d'expiration dans la diffusion payée. Pour les publications

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

qui ne paraissent pas à longueur d'année, par exemple, celles qui paraissent seulement l'hiver ou tous les mois sauf les trois mois d'été, l'abonné peut continuer à recevoir, pendant le quart de la durée originale, jusqu'à un maximum de trois mois consécutifs à compter de la date d'expiration, tous les numéros consécutifs publiés entre la date d'expiration et l'interruption de service, plus un maximum d'un mois à la suite de l'interruption de service. Cependant, le nombre d'exemplaires livrés après la date d'expiration ne peut dépasser le nombre de numéros publiés pendant trois mois. Les numéros livrés peuvent compter dans la diffusion payée.

Les numéros offerts à court terme aux titulaires d'un abonnement à terme échu pour lesquels on a payé moins de 50 pour 100 du prix de base annuel n'entrent pas dans la catégorie de la diffusion payée.

Si l'on livre des exemplaires d'un abonnement à terme échu, il faut le faire avant la distribution du numéro ordinaire qui suit.

d) Les abonnements d'une publication reçus dans le cadre d'une offre de l'éditeur, qui précise qu'une partie de la durée de l'abonnement est gratuite, n'entrent dans la catégorie de la diffusion payée que s'il existe un accord pour la durée intégrale de l'abonnement, conformément aux dispositions de l'alinéa b) ci-dessus. Faute d'un tel accord, les numéros de l'abonnement dont on a dit à l'abonné qu'ils étaient gratuits n'entrent pas dans la catégorie de la diffusion payée et figurent dans la catégorie de la diffusion non payée.

e) À moins d'avis contraire, le montant payé par l'acheteur ou l'abonné pour que la diffusion soit considérée comme diffusion payée est le montant net.

E 101.2 Prix

a) Les prix de base (des abonnements ou des publications au numéro) sont les prix auxquels n'importe qui à n'importe quel moment peut acheter la publication pour une durée définie. Nul prix spécial réduit ou plus élevé, peu importe le nombre de fois qu'il est établi, même s'il figure au bloc de presse de la publication ou ailleurs, n'est considéré comme un prix de base véritable.

b) Les prix de base figurent dans la déclaration semestrielle de l'éditeur. Le Bureau ne considère comme prix de base que le prix de base de l'avis du directeur général.

c) Les déclarations de l'éditeur et les rapports de vérification comprennent une analyse des ventes de la période basée sur le prix de vente en pourcentage du prix de base. Aux fins de cette classification, la valeur des primes devra être prise en compte par l'analyse, le cas échéant. Toutes les ventes doivent être classées dans l'une des catégories suivantes :

vendu au prix de base ou à un prix supérieur au prix de base

vendu entre 75 % du prix de base et le prix de base

vendu entre 50 % et 75 % du prix de base

vendu entre 25 % et 50 % du prix de base

vendu à moins de 25 % du prix de base

Les abonnements vendus pour une période inférieure à un an sont classés au prorata du tarif annuel d'abonnement de base.

Les abonnements vendus pour une période supérieure à un an sont classés en fonction du prix de base établi pour cette durée. S'il n'y a pas de prix de base établi pour cette durée, les abonnements sont classés au prorata du tarif annuel d'abonnement de base.

De plus, une note au paragraphe explicatif fait état de tout prix qui, à lui seul, produit 5 % d'augmentation des ventes d'abonnements pour la période couverte par le rapport.

d) Pour tout changement des prix de base, on accorde une période de six mois après la date de la hausse des prix pour traiter les abonnements vendus avant la date de la hausse des prix, à l'ancien tarif de base et aux anciens prix inférieurs au prix de base.

e) Prix de base : pour les types de service suivants, on établit un prix de base qui figure dans le rapport du Bureau :

(1) Ventes au numéro : un seul prix de base.

(2) Abonnements : un seul tarif de base pour chaque durée déterminée.

(3) Un seul barème de prix de base pour chaque pays ou zone géographique stipulé par l'éditeur.

(4) Éditions numériques.

a) Un seul prix de base dans le domaine desservi pour chaque durée déterminée.

b) Un seul prix de base pour les abonnements souscrits en dehors du domaine desservi pour chaque durée déterminée. Les publications agricoles ont le choix de déclarer ou non la moyenne des prix au numéro et la moyenne des prix annualisée dans leur déclaration de l'éditeur et leur

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

rapport de vérification.

Voici comment s'effectue le calcul de la moyenne annualisée du prix de l'abonnement : total du revenu brut de la production moins le revenu des commandes à crédit annulées, moins la valeur des primes des commandes payées seulement, divisé par le nombre d'exemplaires de la production brute moins le nombre d'exemplaires de la production à crédit annulée.

Au produit du prix moyen au numéro s'ajoute la fréquence annuelle (exemplaires livrés au cours d'une période d'un an) qui donne une moyenne de prix d'abonnement annualisée. La période de base pour une déclaration de l'éditeur est la période de 12 mois se terminant à la période précédente de déclaration de l'éditeur (par exemple, les calculs pour une déclaration couvrant une période se terminant en décembre se basent sur le revenu de production, les montants, la valeur des primes et les annulations d'abonnements à crédit de la période de douze mois terminée au 30 juin précédent).

De plus, tout éditeur décidant d'inclure le calcul du prix moyen suivant les conditions ci-dessus peut aussi inclure un calcul comprenant la valeur des primes dans le chiffre brut du revenu de production.

E 101.3 Offre d'abonnement fondée sur le principe du consentement implicite

Dans le cas d'abonnements obtenus selon le principe du consentement implicite, c'est-à-dire que l'offre est acceptée à moins d'avoir été explicitement refusée, il faut prouver de façon satisfaisante que l'on a perçu le montant de l'abonnement pour que celui-ci compte comme diffusion payée.

ARTICLE 102

E 102.1 Ventes d'exemplaires multiples

a) Tous les exemplaires ou abonnements achetés en quantité de 11 ou plus qui, de l'avis du directeur général, servent les intérêts professionnels ou commerciaux de l'acheteur, sont consignés à la rubrique « Ventes d'exemplaires multiples » dans les rapports du Bureau, à moins d'exception stipulée dans les dispositions suivantes.

Les ventes d'exemplaires multiples, qu'il s'agisse d'abonnements à terme ou de ventes au numéro, où les exemplaires sont expédiés en vrac à l'acheteur qui en contrôle la distribution finale, figurent dans les rapports du Bureau sous le titre « Ventes d'exemplaires multiples au même destinataire ».

Les ventes d'exemplaires multiples, qu'il s'agisse d'abonnements à terme ou de ventes au numéro, où les exemplaires sont adressés individuellement et envoyés par la poste, figurent dans les rapports du Bureau sous le titre « Ventes d'exemplaires multiples adressés individuellement ». Si les exemplaires sont envoyés en vrac, il faut conserver au bureau de l'éditeur une preuve documentée satisfaisante attestant que ces exemplaires sont destinés à des personnes désignées par leur nom et/ou leur titre.

b) Tous les exemplaires ou abonnements achetés en quantité de 10 au maximum sont consignés à la rubrique « Ventes au numéro » ou « Abonnements individuels » dans les rapports du Bureau, à moins d'exception stipulée dans les dispositions suivantes.

c) Les abonnements achetés en quantité par des sociétés, établissements ou particuliers pour leurs employés, filiales ou succursales ne relèvent pas des dispositions de l'alinéa a), mais tombent sous le coup de l'article régissant les Abonnements par la poste - offre spéciale (voir E 2.3).

E 102.2 Définition des ventes d'exemplaires multiples payées

a) Les ventes en quantité n'entrent dans la catégorie des ventes en vrac que si le prix payé est conforme aux dispositions de E 1.1.

b) Les abonnements multiples payés à terme qui se poursuivent au-delà de la période d'abonnement payée sont exclus de la catégorie des ventes en vrac et entrent dans celle de la diffusion non analysée non payée.

c) Les ventes d'exemplaires multiples payées, si elles entrent dans la catégorie de la diffusion payée, sont expliquées entièrement dans le corps du rapport de vérification et de la déclaration de l'éditeur, avec des précisions sur leurs caractéristiques et leur nature, indiquant le prix perçu, le mode de distribution et tout autre renseignement nécessaire pour permettre une analyse claire de leur valeur, et le nombre approximatif de ventes est déclaré comme suit : « Vendu en quantité de _____ à _____ . »

d) Les abonnements en quantité d'une publication vendus à un particulier, un groupe de particuliers ou une société, qui ont un intérêt financier dans la publication, n'entrent pas dans la catégorie des ventes en vrac, mais dans celle de la diffusion non justifiée, à moins que le directeur général ne puisse être convaincu que la vente a été faite dans l'intérêt de l'acheteur et non pas dans celui de la publication.

E 102.3 Abonnements collectifs (par la poste - offre spéciale)

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

a) Les publications qui font souscrire des abonnements en quantité aux sociétés, établissements ou particuliers pour leurs employés, filiales ou succursales déclarent ces abonnements à la rubrique « Abonnements par la poste - offre spéciale » au paragraphe 1, à condition que le prix payé soit conforme aux dispositions de l'article E 1.1 et que les registres prouvent que les exemplaires sont adressés et envoyés à des personnes au service de l'abonné ou individuellement à ses succursales ou filiales. Les exemplaires expédiés en vrac aux acheteurs afin d'être distribués entrent dans la « Moyenne des ventes d'exemplaires multiples au même destinataire », sauf si l'éditeur a dans ses dossiers des documents attestant de toute évidence que lesdits exemplaires expédiés en vrac sont destinés à être distribués aux employés, aux filiales ou aux succursales desdits acheteurs, auquel cas ils entrent dans la catégorie « Abonnements par la poste - offre spéciale ».

b) Les abonnements en quantité ne dépassant pas 10 entrent d'office dans la catégorie « Abonnements individuels » à condition qu'ils soient conformes à tous autres égards aux règles du Bureau.

c) L'explication de la classification Abonnements par la poste - offre spéciale est donnée en détail au paragraphe réservé aux explications générales des déclarations de l'éditeur et des rapports de vérification, et le nombre approximatif des ventes est déclaré comme suit : « Vendu en quantité de ____ à ____ ».

E 102.4 Abonnements-cadeaux

a) L'abonnement-cadeau se définit comme un abonnement donné en cadeau comme preuve d'amitié et non pas pour promouvoir les intérêts commerciaux ou professionnels du donateur.

b) Pour entrer dans la diffusion justifiée, les abonnements-cadeaux doivent être payés conformément à l'article E 1.1.

c) On juge les abonnements donnés dans le but de promouvoir les intérêts professionnels ou commerciaux du donateur en vertu des règles régissant les abonnements à terme en vrac ou les abonnements spéciaux par la poste, selon le cas.

d) Lorsqu'une ou plusieurs commandes d'un seul donateur comptent plus de 50 abonnements, on ne considère pas ceux-ci comme des abonnements-cadeaux, mais plutôt comme des abonnements à terme en vrac, pourvu qu'ils se conforment aux règles régissant les ventes en vrac.

e) Les publications qui font souscrire des abonnements-cadeaux conformément à l'article E 1.1 indiquent au paragraphe 1 le nombre moyen d'exemplaires souscrits à titre de «cadeau».

f) La classification renvoie aux explications générales, où l'on fournit une explication détaillée du nombre total d'abonnements vendus pendant la période du ou des prix payés.

E 102.5 Abonnements-cadeaux non reconnus comme diffusion payée

a) Abonnements-cadeaux payés par des vendeurs d'abonnements ou autres personnes rémunérées au moyen de marchandises ou d'autres récompenses tenant lieu de commissions en espèces.

b) Abonnements-cadeaux payés par une personne à qui l'on a offert une prime si le montant reçu est inférieur à la valeur totale de la prime plus 50 pour 100 du tarif de base de l'abonnement.

c) Abonnements-cadeaux payés par un participant à un concours organisé par l'éditeur ou son agent.

E 102.6 Abonnements de membre d'association, d'organisme ou de société

a) Le membre d'une association, d'un organisme ou d'une société recevant une publication en raison de son adhésion à une association, un club automobile, ou en raison d'une contribution à une station de radio ou de télévision non commerciale, et dont une partie donne droit à la publication, etc., que l'abonnement à la publication soit payé dans le cadre des cotisations ou contributions ou qu'il soit payé par le membre en plus de sa cotisation comme condition de son adhésion, est désigné sous le titre d'abonné membre d'association, d'organisme ou de société et les abonnements sont considérés comme abonnements de membre d'association, d'organisme ou de société, selon le cas, à condition que les registres soient mis à la disposition du Bureau aux fins de vérification.

Les abonnements à une publication indépendante achetés par une association, un organisme ou une société qui ne soumet pas ses registres au Bureau, aux fins de vérification, sont déclarés dans la catégorie « En vrac », pourvu que lesdits abonnements répondent aux conditions requises des abonnements en vrac.

b) adhésions sont réparties en deux catégories, comme le précisent les paragraphes suivants. La catégorie est expliquée en détail dans les rapports du

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

Bureau.

La première catégorie est celle des abonnements (de membre d'association, d'organisme ou de société, selon le cas) déductibles des cotisations. Dans cette catégorie entrent les abonnements que les membres peuvent accepter ou refuser, auquel cas on retranche une somme déterminée de leur cotisation ou versement, cette somme n'étant pas inférieure à 50 pour 100 du prix de base annoncé de la publication. Cette option est portée à la connaissance du membre ou du cotisant lors de son adhésion à l'association ou à l'organisme et est clairement indiquée dans chaque avis ou facture de cotisation, précisant que la cotisation couvre à la fois l'abonnement facultatif à la publication et la cotisation de membre.

La seconde catégorie est celle des abonnements (de membre d'association, d'organisme ou de société, selon le cas) non déductibles des cotisations. Dans cette catégorie entrent les abonnements de membres ou cotisants d'une association ou d'un organisme dont les cotisations ou versements restent les mêmes, qu'ils choisissent d'accepter ou de refuser la publication.

On informe toute personne qui devient membre ou cotisant d'une association ou d'un organisme que la cotisation ou le versement couvre l'abonnement à la publication ainsi que le montant de la cotisation ou du versement affecté au paiement de l'abonnement. Tout avis ou facture de cotisation, versement ou contribution précise le montant affecté au paiement de l'abonnement.

c) Les dispositions de l'alinéa b) ci-dessus ne s'appliquent pas au candidat à l'adhésion au Bureau si le règlement de l'association ou de l'organisme stipule que l'abonnement fait partie de la cotisation, du versement ou de la contribution de chaque membre ou cotisant et que l'éditeur s'engage, lorsqu'il présente sa candidature, à ce que la stipulation énoncée ci-dessus s'applique au plus tard au début de la deuxième année d'adhésion au Bureau suivant la période couverte par la vérification initiale, faute de quoi la publication perd d'office son adhésion au Bureau conformément à l'alinéa d) de l'article 2.13 des Statuts.

d) Les abonnements de membre d'association, d'organisme ou de société ne sont considérés comme faisant partie de la diffusion payée que si la somme payée est au moins égale à 50 pour 100 du tarif de base de l'abonnement annuel ou du prix de vente en kiosque.

E 102.7 Abonnements par adhésion à un club

Tous les exemplaires livrés à des particuliers faisant partie d'un club ou d'une organisation similaire doivent être classifiés comme « Abonnements par adhésion à un club » et présentés dans les déclarations de l'éditeur et les rapports de vérification conformément aux dispositions du paragraphe (f) ci-dessous, à moins d'exception stipulée dans les dispositions suivantes :

(a) Le membre du club est prévenu de l'abonnement à la revue au moment où il adhère au club.

(b) Le montant affecté à l'abonnement est conforme à l'article E 1.1 et est expliqué de façon claire et compréhensible dans toute la correspondance concernant l'adhésion.

(c) Il est précisé de façon claire et compréhensible si le montant affecté à l'abonnement peut être déduit ou non de l'ensemble des frais d'adhésion

(d) Pour les publications qui font une réclamation du prix moyen, le montant établi comme étant déductible devra être utilisé dans le calcul de la valeur de la publication.

(e) Les abonnements par adhésion à un club non déductibles peuvent compter dans la diffusion payée sous réserve des conditions suivantes :

(1) La publication comprise dans le programme d'adhésion au club a un contenu rédactionnel compatible avec les caractéristiques distinctives du club ou du programme d'adhésion.

(2) Les droits d'adhésion annuels doivent être perçus auprès des membres du club ou de l'organisme.

(3) La publication offre un contenu rédactionnel et/ou des avantages particuliers aux membres du club, au moins tous les trimestres, ou à chaque parution de la publication, si elle est publiée moins fréquemment.

(4) Les membres du club/de l'organisme peuvent choisir de mettre fin à leur adhésion tout en demeurant des abonnés à un prix identique ou meilleur que le montant affecté à l'abonnement dans les frais d'adhésion.

(5) Le montant affecté à l'abonnement doit être d'au moins un cent, et la valeur des produits ou services tangibles (primes) plus le montant affecté à l'abonnement ne peut être supérieure au montant imputé comme droits d'adhésion.

(6) Le paragraphe explicatif de la déclaration de l'éditeur d'ABC comprend une description complète du club, y compris une liste de tous ses avantages et, le cas échéant, leur valeur.

(f) Les publications qui vendent des abonnements par adhésion à un club indiquent au paragraphe 1 le nombre moyen d'exemplaires livrés à titre d'« Abonnements par adhésion à un club », en précisant si le programme peut être déduit ou non des cotisations rapportées du paragraphe 1, et en donnant

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

une description complète de la vente dans le paragraphe explicatif.

E 102.8 Abonnements liés à un partenariat

(voir également *Politiques et pratiques, À propos des journaux, Publications agricoles et Publications agricoles vendues avec d'autres services*)

Tous les exemplaires livrés à des particuliers et liés à une entente de partenariat (par exemple, abonnements/ventes au numéro pour une revue agricole jumelés à l'achat d'un produit ou d'un autre service) devront être classifiés comme des « Abonnements liés à un partenariat » et être présentés dans les déclarations de l'éditeur et les rapports de vérification conformément aux dispositions du paragraphe (g) ci-dessous à moins d'exception stipulée dans les dispositions suivantes :

(a) L'acheteur est prévenu du produit/service inclus dans l'abonnement à la revue agricole au moment de l'achat.

(b) Le montant affecté à l'abonnement est expliqué de façon claire et compréhensible dans toute correspondance.

(c) Il est précisé de façon claire et compréhensible que le montant affecté à l'abonnement peut être déduit du prix d'achat.

(d) La valeur des autres avantages peut être calculée comme le coût total de l'achat de l'élément lié au partenariat sans l'abonnement à la revue, à condition que ces avantages soient identiques aux avantages offerts pour l'achat comprenant l'abonnement à la revue.

(e) Le prix total payé doit être d'au moins un cent plus le coût d'achat sans l'abonnement à la revue agricole et doit être le même que le montant indiqué comme étant déductible pour la valeur de l'abonnement. Les publications qui font une demande relative aux prix moyen, le montant indiqué comme étant déductible pourra être utilisé dans le calcul de la valeur de la publication.

(f) Dans le cas des ventes au numéro, le prix d'achat de la publication agricole (prix d'un exemplaire) doit être déductible au point de vente.

(g) Les publications vendues par abonnement ou au numéro liées à des partenariats devront indiquer le nombre moyen d'exemplaires livrés à titre d'« Abonnements liés à un partenariat » et/ou de « Ventes au numéro liées à un partenariat » et fournir une description complète de la vente en question dans le paragraphe explicatif.

E 102.9 Ventes d'exemplaires multiples parrainées pour l'éducation

Les publications agricoles peuvent demander des fonds aux sociétés ou autres entreprises pour parrainer l'achat d'abonnements destinés aux étudiants des collèges et des universités faisant des études dans le « domaine desservi » par la publication. La distribution de ce type peut entrer dans la diffusion payée et être déclarée comme « ventes d'exemplaires multiples » sous réserve des conditions suivantes :

(a) le financement est demandé pour l'achat d'abonnements à un programme précis;

(b) si l'entreprise parrainant l'achat est aussi un annonceur de la publication, le montant du parrainage doit s'ajouter à la publicité achetée par ladite entreprise;

(c) les éditeurs affectent au moins un cent par abonnement (ou vente au numéro) au fonds de parrainage pour chaque vente;

(d) les destinataires sont prévenus que l'abonnement/l'exemplaire au numéro est fourni à partir du fonds de parrainage;

(e) on ne procède pas à la distribution avant que la publication n'ait reçu les fonds;

(f) le paragraphe des explications générales comprend une description du ou des commanditaires, les quantités achetées, le montant prélevé par l'éditeur sur le fonds de parrainage pour chaque abonnement/exemplaire au numéro, et la moyenne comprise dans la diffusion payée.

ARTICLE 103

E 103.1 Initiale

a) La vérification initiale d'une publication agricole peut être effectuée pour les périodes indiquées ci-dessous et se terminant à la fin de n'importe quel mois de l'année civile :

Pour les publications qui paraissent tous les mois ou plus fréquemment : une période d'au moins trois mois, à condition que les numéros se suivent sans interruption pendant au moins trois mois.

Pour les publications qui paraissent tous les deux mois ou jusqu'à deux fois par an : une période de six mois ou couvrant au moins deux numéros consécutifs.

Pour les publications qui paraissent deux fois par an ou moins : tous les numéros publiés pendant n'importe quelle période de six mois.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

b) Pour toute publication publiée dehors au Canada dont la vérification initiale s'effectue pour une période se terminant à une date autre que le 30 juin ou le 31 décembre, on effectue la vérification suivante pour une période se terminant le 30 juin ou le 31 décembre afin de se conformer aux périodes de vérification normalisées.

c) Pour toute publication publiée au Canada dont la vérification initiale s'effectue pour une période se terminant à une date autre que le 31 mars, le 30 juin, le 30 septembre ou le 31 décembre, on effectue la vérification suivante pour une période se terminant le 31 mars, le 30 juin, le 30 septembre ou le 31 décembre afin de se conformer aux périodes de vérification normalisées.

ARTICLE 104

E 104.1 Déclarations de l'éditeur

a) Pour les publications publiées en dehors du Canada, les déclarations semestrielles couvrent les périodes allant du 1^{er} janvier au 30 juin et du 1^{er} juillet au 31 décembre.

b) Pour les publications publiées au Canada, les déclarations semestrielles couvrent les périodes allant du 1^{er} janvier au 30 juin et du 1^{er} juillet au 31 décembre ou du 1^{er} octobre au 31 mars et du 1^{er} avril au 30 septembre.

c) Les éditeurs des publications qui utilisent les cycles de rapport de juin et décembre peuvent faire une déclaration provisoire de l'éditeur pour une période trimestrielle allant du 1^{er} janvier au 31 mars ou du 1^{er} juillet au 30 septembre seulement.

d) Les éditeurs des publications publiées au Canada qui utilisent les cycles de rapport de mars et septembre peuvent faire une déclaration provisoire pour une période trimestrielle allant du 1^{er} avril au 30 juin ou du 1^{er} octobre au 31 décembre seulement.

e) Les publications agricoles déclarent leur diffusion payée totale (total des ventes d'abonnements et des ventes au numéro), leur diffusion non payée justifiée et leur diffusion non justifiée, par numéro, au paragraphe 2 de la déclaration de l'éditeur.

ARTICLE 105

E 105.1 Analyse géographique

a) La diffusion payée (à l'exception de celle qui est distribuée par des dépositaires de journaux si elle est inférieure à 25 pour 100 du total) est ventilée par État ou province pour un ou plusieurs numéros publiés pendant le semestre couvert par la déclaration de l'éditeur.

La publication compte et analyse la diffusion d'au moins un numéro pendant chaque période de vérification. L'éditeur conserve la liste d'envoi et les résultats des calculs à l'intention des vérificateurs du Bureau. Les chiffres à utiliser dans la déclaration de l'éditeur suivante sont calculés en fonction des pourcentages pour chaque État ou province déterminés d'après le ou les numéros analysés, à partir desquels on projette le nombre total d'exemplaires du ou des numéros à déclarer.

L'éditeur est libre d'effectuer le calcul et l'analyse d'un numéro pour chaque déclaration de l'éditeur.

b) En plus des totaux des ventes d'abonnements et au numéro pour chaque région, on calcule le pourcentage de ces totaux par rapport à la diffusion totale des États-Unis. On indique le pourcentage du total des États-Unis et de chaque région hors des États-Unis par rapport à la diffusion totale.

c) Toute publication américaine ayant une diffusion d'au moins 70 000 exemplaires au Canada indique sa diffusion canadienne par province. Toute publication canadienne ayant une diffusion d'au moins 70 000 exemplaires aux États-Unis, indique sa diffusion américaine par État.

d) La diffusion non classée dans la ventilation de la distribution par État ou province se limite à 5 pour 100 dans les déclarations de l'éditeur, mais le vérificateur indique les chiffres réels dans les rapports de vérification quel que soit le nombre d'exemplaires de la diffusion non classée.

e) Lorsque la diffusion du numéro choisi pour étudier la ventilation est supérieure ou inférieure à la moyenne de la diffusion pendant la période, le pourcentage de différence entre la diffusion de ce numéro et la moyenne de la diffusion pendant la période figure au paragraphe relatif à cette ventilation.

f) Les exemplaires d'abonnements adressés aux membres des Forces armées ou au personnel civil affilié et dont la destination ultime est inconnue sont indiqués dans la ventilation géographique en regard de la catégorie « Personnel militaire ou civil outre-mer ».

Les exemplaires d'abonnement adressés aux membres des Forces armées ou au personnel civil affilié et dont on connaît la destination aux États-Unis et

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

dans ses territoires ou au Canada figurent dans la ventilation géographique suivant les États, territoires ou provinces où les exemplaires sont adressés.

De même, les exemplaires expédiés par un éditeur aux services des Forces armées ou à d'autres organismes de distribution qui achètent ces exemplaires pour les revendre aux membres des Forces armées ou au personnel civil affilié se trouvant hors des États-Unis et de ses territoires ou hors du Canada figurent dans la ventilation géographique dans la colonne « Ventes au numéro » en regard de la catégorie « Personnel militaire ou civil outre-mer ».

Les ventes au numéro de même type à l'intérieur des États-Unis et de ses territoires ou du Canada sont classées selon les États, territoires ou provinces où les ventes sont effectuées si les faits peuvent être déterminés ou, dans le cas contraire, sous la rubrique « Non classées ».

g) On déclare la diffusion justifiée non payée si la publication envoie ses exemplaires de la façon suivante :

(1) Les publications paraissant une fois par mois ou moins souvent fournissent au destinataire tous les numéros pendant au moins six mois consécutifs; ou

(2) Les publications paraissant plus d'une fois par mois fournissent au destinataire au moins six numéros consécutifs, pendant au moins trois mois consécutifs.

Il est possible de remplacer les exemplaires qui n'ont pas été livrés selon les conditions susmentionnées en raison d'une conversion à la diffusion payée, d'un décès, d'un départ à la retraite ou d'une mutation.

E 105.2 Distribution selon la population des comtés ABCD

a) Les publications agricoles membres font une analyse des ventes d'abonnements et au numéro par comté ABCD selon leur population, en se conformant à une présentation adoptée par le conseil d'administration, à l'exception de ce qui est mentionné ci-dessous. Toutes les analyses sont faites à partir des données les plus récentes préparées par le Bureau.

Les comtés ABCD et le pourcentage de la population peuvent être déclarés pour une publication agricole distribuée à l'échelle régionale seulement pour les États ou les provinces dont le marché est prétendument couvert. Une publication agricole distribuée à l'échelle nationale peut faire une analyse semblable en plus de la ventilation habituelle.

Les analyses selon la population des comtés ABCD comprises dans les rapports du Bureau après une analyse réelle peuvent être faites à partir de pourcentages calculés durant la dernière analyse réelle faite, en indiquant le numéro analysé pour établir les pourcentages. Les analyses sont faites d'après le calcul réel de la diffusion par la poste et de la diffusion au numéro, mais les chiffres concernant les ventes au numéro peuvent être calculés en appliquant les pourcentages de retours régionaux ou nationaux aux chiffres bruts de distribution. Le pourcentage de ventes de la distribution en kiosque du numéro analysé doit être représentatif des autres numéros de la période couverte par la déclaration de l'éditeur.

b) Il n'est pas nécessaire d'analyser les ventes au numéro par groupe de population des comtés ABCD, à moins que ces ventes n'excèdent 1 pour 100 du total payé du numéro analysé.

c) Lorsque la diffusion du numéro choisi pour l'analyse est supérieure ou inférieure à la diffusion moyenne pendant la période, le pourcentage de différence entre la diffusion de ce numéro et la diffusion moyenne pendant la période figure au paragraphe relatif à cette analyse.

d) Si une publication fournit une analyse semblable à des annonceurs par lettre, par article publicitaire ou par tout autre moyen, ladite publication est tenue de procéder à une analyse conforme aux normes établies aux présentes pour les rapports du Bureau.

Le numéro analysé pour la déclaration de l'éditeur est le même que celui sur lequel l'éditeur a fondé ses prétentions, et les chiffres doivent correspondre.

On conserve tous les documents utilisés dans la compilation de l'analyse spéciale aux fins de vérification par le Bureau.

e) Toute publication américaine analysant sa diffusion selon la population des comtés ABCD analyse seulement sa diffusion aux États-Unis au paragraphe prévu à cet effet. L'analyse de sa diffusion au Canada est facultative sauf si elle s'élève à 70 000 exemplaires ou plus, auquel cas elle est obligatoire.

f) Toute publication canadienne analysant sa diffusion selon la population des comtés ABCD analyse seulement sa diffusion au Canada au paragraphe prévu à cet effet. L'analyse de sa diffusion aux États-Unis est facultative sauf si elle s'élève à 70 000 exemplaires ou plus, auquel cas elle est obligatoire.

g) Les exemplaires adressés à des personnes vivant outre-mer aux soins de bureaux de poste et dont la destination est inconnue ne figurent pas dans l'analyse.

Si les exemplaires sont adressés uniquement au nom d'un camp, d'un fort ou d'une autre base militaire ou navale du même genre, indiquant l'État ou la province, l'éditeur consulte le guide postal officiel du Canada ou des États-Unis (ainsi que les plus récents suppléments mensuels du guide postal) afin de

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

déterminer le nom de la ville ou de l'agglomération qui assure le service postal auprès du camp ou du fort.

On classe ensuite les exemplaires ainsi adressés en fonction du nombre clé assigné selon la population des comtés ABCD pour la ville ou l'agglomération assurant le service postal.

h) La diffusion déclarée sous la rubrique « Non classée » des déclarations de l'éditeur et des rapports de vérification ne peut pas dépasser 3 pour 100.

E 105.3 Distribution par comté

Les éditeurs peuvent, à leur gré, inclure à titre de supplément à la déclaration de l'éditeur et au rapport de vérification de leur publication agricole l'analyse d'un numéro de la diffusion payée totale ou de la diffusion justifiée non payée (à l'exclusion des ventes en vrac) par comté (ou l'équivalent).

a) Les données sont rassemblées par les éditeurs et vérifiées par les vérificateurs du Bureau. Elles reposent sur des calculs effectués annuellement pour la diffusion postale et tous les trois ans pour la diffusion au numéro. Les ventes au numéro peuvent être calculées en appliquant les pourcentages de retours régionaux ou nationaux aux chiffres bruts de distribution. Le pourcentage de ventes de la distribution en kiosque du numéro analysé est représentatif des autres numéros de la période couverte par la déclaration de l'éditeur.

Les publications peuvent faire des analyses annuelles de la diffusion au numéro ou inclure dans l'analyse annuelle des prévisions en fonction des pourcentages établis pour la dernière analyse réelle pour une période de trois ans.

b) Toutes les analyses reposent sur les données démographiques les plus récentes préparées par le Bureau.

c) Les comtés (ou l'équivalent) sont indiqués dans l'ordre alphabétique par État ou province, et par comté à l'intérieur de chaque État ou province.

d) L'éditeur ne peut inscrire que les comtés recevant une diffusion payée totale d'au moins 25 exemplaires et regroupe les autres sous le titre « Solde pour l'État » ou « Solde pour la province ».

Les publications distribuées à l'échelle régionale plutôt qu'à l'échelle nationale peuvent demander au directeur général l'autorisation de n'effectuer une analyse de la diffusion par comté que pour les États ou provinces qu'elles prétendent desservir.

E 105.4 Distribution selon la démographie

(Entre en vigueur avec la déclaration de l'éditeur du 30 juin 2005)

On considère comme édition démographique d'une publication les exemplaires de la publication qui s'adressent à un groupe d'abonnés ayant des caractéristiques démographiques analogues et à propos desquels l'éditeur a obtenu des renseignements démographiques particuliers. On ne considère pas comme édition démographique les exemplaires de la publication qui ne répondent pas à cette définition, mais qui sont distribués selon des régions choisies.

Les éditeurs peuvent ajouter, en supplément à la déclaration de l'éditeur et au rapport de vérification des publications agricoles au Paragraphe 3a), une analyse portant sur un numéro de la diffusion payée totale par abonnement et de la diffusion justifiée non payée en identifiant l'abonné/le destinataire selon son degré d'intérêt pour l'agriculture, sa participation au travail agricole ou selon d'autres aspects démographiques pertinents.

a) Les données sont rassemblées par l'éditeur et vérifiées par les vérificateurs du Bureau. Elles reposent sur l'analyse et les chiffres réels de la diffusion par la poste pour le numéro analysé.

b) La classification attribuée par les éditeurs repose sur les renseignements obtenus à partir de cartes d'affaires, d'en-êtes de lettres, d'annuaires reconnus, de questionnaires, de demandes d'abonnement, d'entrevues téléphoniques ou autres preuves acceptables.

c) Le rapport devra faire état de la diffusion payée, de la diffusion justifiée non payée et de la diffusion totale, selon les divisions établies par les normes du recensement des États-Unis sur l'agriculture pour les publications américaines et du Recensement canadien de l'agriculture pour les publications canadiennes. Le format de chaque publication sera approuvé par le Bureau, avant que ledit format ne soit publié dans les rapports du Bureau. Les données des recensements nationaux ou régionaux peuvent être ajoutées aux données de l'éditeur. L'indication d'un pourcentage pour chaque catégorie et d'un pourcentage cumulatif est facultative.

Lorsqu'on utilise des questionnaires pour obtenir des renseignements précis concernant la fonction d'un abonné, le questionnaire est rédigé de façon à déterminer le principal intérêt dans le domaine desservi par la publication.

Il faut conserver soigneusement ces données pour que le vérificateur puisse les examiner. Si le Bureau estime que la preuve n'est pas concluante, il peut soumettre les classifications attribuées à une vérification.

Advenant un changement aux données de recensement rapportées, les éditeurs auront jusqu'à la septième déclaration de l'éditeur après la date de sortie du recensement pour faire les modifications qui s'imposent dans leur rapport démographique.

On doit dater les renseignements utilisés à des fins de classification.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

E 105.5 Date de la source

a) La date de la source est obligatoirement déclarée pour les exemplaires de la publication qui entrent dans la catégorie de la diffusion non payée dans le domaine desservi et peut l'être pour les exemplaires de la publication qui entrent dans la catégorie de la diffusion payée.

b) L'analyse de la date de la source figure au paragraphe 3b). Le numéro analysé est le même que celui utilisé pour l'analyse géographique (paragraphe 4).

c) Une analyse séparée de la date du document servant de source (1,2 et 3 ans) est faite pour chaque catégorie de la diffusion non payée dans le domaine desservi dont la moyenne de la diffusion est indiquée au paragraphe 1. Si on analyse la diffusion payée, soit on fournit des chiffres distincts pour chaque catégorie de la date de la source (1, 2 et 3 ans) soit on répartit la diffusion payée entre les catégories de source non payée selon les critères suivants :

Abonnements individuels à la demande expresse du destinataire;

Abonnements-cadeaux, d'association, spécial par la poste, d'école et en vrac à d'autres sources.

d) La publication compte et analyse un numéro pendant chaque période de vérification. Les chiffres à utiliser pour la déclaration de l'éditeur suivante sont calculés en fonction des pourcentages de chaque catégorie, déterminés d'après le numéro analysé, et ces pourcentages peuvent servir à calculer la diffusion totale du numéro à déclarer au paragraphe 3b).

Si l'analyse se fonde sur une prévision des pourcentages, il faut l'indiquer. Dans le cas de ce type d'analyse, la moyenne totale de la diffusion payée et non payée du domaine desservi pour la période de déclaration de l'éditeur ne doit pas être supérieure ou inférieure de 10 pour 100 à la moyenne totale de la diffusion payée et de la diffusion non payée figurant dans la déclaration de l'éditeur précédente.

e) Si un nouveau membre ne peut fournir de dossiers et registres satisfaisants pour se conformer aux normes du Bureau en matière de déclaration à propos de la date de la source, il fait la déclaration suivante au paragraphe 3b) de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification :

« Étant donné qu'il ne s'est pas écoulé suffisamment de temps depuis l'ouverture des dossiers et registres qu'exige l'adhésion au Bureau pour permettre de fournir les renseignements demandés dans le cadre des normes de déclaration de la date de la source, la publication déroge temporairement aux dispositions relatives à la déclaration de la date de la source. »

Cette déclaration n'est pas utilisée au-delà de 18 mois après la période couverte par la vérification initiale. Si les dossiers et registres requis ne sont toujours pas disponibles après l'expiration de la date limite, le conseil d'administration est informé de la situation.

ARTICLE 106

E 106.1 Renouvellements

a) Si une publication agricole allègue des renouvellements soit dans une communication directe verbale ou écrite à des annonceurs, soit à l'occasion d'une publicité, ou si elle a rendu publique une déclaration comparative concernant son pourcentage de renouvellements, la publication fait, dans la première déclaration de l'éditeur au Bureau après l'allégation annoncée, une déclaration formelle en ce qui concerne le nombre de renouvellements avancé dans le paragraphe explicatif. Avant de publier la déclaration de l'éditeur, le Bureau inspecte les registres de la publication pour se convaincre que la publication possède les dossiers nécessaires pour justifier l'allégation. Si l'inspection révèle qu'elle ne dispose pas des dossiers requis pour justifier l'allégation selon la pratique normalisée du Bureau, la déclaration du pourcentage de renouvellements est éliminée de la déclaration de l'éditeur avant sa publication et remplacée par la déclaration suivante :

« On ne dispose pas des registres requis par ABC pour justifier une allégation de pourcentage de renouvellements et il ne faut pas tenir compte de la déclaration à cet effet faite par cette publication ou en son nom. »

Le rapport de vérification suivant répète la même déclaration.

Si, avant que soient établis des dossiers pendant une durée suffisante pour remplir les conditions de la pratique normalisée du Bureau, la publication allègue de nouveau un certain nombre de renouvellements ou un pourcentage de renouvellements, soit dans une communication directe verbale ou écrite à des annonceurs, soit à l'occasion d'une publicité, le directeur général cite l'éditeur à comparaître devant le conseil d'administration conformément à la procédure prescrite à l'article 7.4 des Statuts.

b) On considère qu'un abonnement est un renouvellement s'il est reçu dans les six mois qui suivent sa date d'expiration et qu'il est payé dans les sept

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

mois qui suivent sa réception.

c) Pour obtenir le pourcentage de renouvellements, on divise le nombre total d'abonnements venus à expiration pendant une période de 12 mois par le nombre total de renouvellements de ces mêmes abonnements. (Par « expiration », on entend la date à laquelle l'abonnement se termine et non la date d'arrêt de l'envoi de la publication.)

d) Il faut indiquer séparément le pourcentage de renouvellements des abonnements d'association, celui des abonnements à terme en vrac et celui des abonnements individuels. Si le nombre total d'abonnements à terme en vrac est inférieur à 2 pour 100 du nombre moyen d'abonnements par la poste pour la période, il n'y a pas lieu d'indiquer à part le pourcentage de renouvellements des abonnements en vrac.

e) Dans le calcul des pourcentages de renouvellements, on peut omettre les abonnements envoyés à des adresses à l'étranger, F.P.O. et A.P.O., auquel cas on utilise dans le paragraphe des renouvellements la mention « à l'exception de l'étranger, F.P.O. et A.P.O. »

ARTICLE 107

E 107.1 Abonnements différés

Le régime d'abonnements différés consiste à envoyer la publication aux abonnés avec un ou plusieurs mois de retard, parce qu'ils sont servis à même les retours. Si l'on a obtenu un cent ces abonnements, ils sont classés comme payés, mais indiqués selon une classification distincte.

E 107.2 Numéros antérieurs

a) Un numéro d'une publication est considéré comme numéro antérieur dès la mise en vente du numéro suivant.

b) Les numéros antérieurs livrés dans le cadre d'une offre d'abonnement sont reconnus comme payés jusqu'à concurrence de trois mois avant la date de demande d'abonnement, pourvu que l'offre d'abonnement ait expressément mentionné l'offre de numéros antérieurs ou que l'abonné ait demandé que son abonnement soit antidaté et que les exemplaires soient livrés sans interruption dans l'ordre des numéros et payés conformément aux règles applicables aux abonnés payants.

Le nombre d'abonnements résultant d'offres précises comportant la distribution de numéros antérieurs est indiqué dans le paragraphe de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification réservé aux explications générales.

c) On ne peut inclure dans la catégorie payée que les exemplaires distribués en rapport avec des demandes d'abonnement dont la date ne dépasse pas de 30 jours la période couverte par la déclaration de l'éditeur.

d) Dans les cas où l'abonné n'a pas été spécifiquement avisé, au moment ou avant la date de la demande, que des numéros antérieurs lui seraient distribués dans le cadre de son abonnement, on ne tient compte que des numéros distribués dont la date n'est pas antérieure à un numéro précédant le numéro en cours au moment de la demande, pour les publications autres que les hebdomadaires, ou n'est pas antérieure à deux numéros précédant le numéro en cours au moment de la demande, pour les publications hebdomadaires.

e) Les numéros antérieurs vendus à l'exportation et distribués à l'étranger ne figurent pas au paragraphe 1 de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification.

f) Les ventes au numéro de numéros antérieurs sont reconnues comme payées pour la période de trois mois suivant la date de vente d'un numéro, à condition que l'acheteur les ait expressément commandés.

E 107.3 Encouragements à payer

a) Tout stimulant offert en vue d'un paiement rapide après la réception d'une demande d'abonnement constitue un encouragement à payer.

Tout stimulant offert en vue d'un paiement rapide avant la réception d'une demande d'abonnement ne constitue pas un encouragement à payer, mais un prix réduit ou une prime, selon le cas, et doit être déclaré. Un encouragement à payer peut consister en des exemplaires supplémentaires de la publication ou un rabais au comptant ou autre chose sans rapport avec la publication. Il est décrit comme un encouragement à payer au paragraphe explicatif de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification.

b) Il faut prendre en considération la valeur de l'encouragement à payer lorsque l'on fixe le montant que l'abonné doit payer, pour que l'abonnement remplisse les conditions d'un abonnement payé stipulées dans les règles relatives aux prix, primes, combinaisons et autres règles applicables.

c) On déclare le nombre d'abonnés qui se sont prévalus d'encouragements à payer durant une période ordinaire couverte par la déclaration de

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

l'éditeur dans le paragraphe explicatif de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification afférents à cette déclaration, même si la demande d'abonnement remonte à une date antérieure.

ARTICLE 108

E 108.1 Abonnements reçus en rapport avec un contrat de publicité

Les abonnements reçus en rapport avec un contrat de publicité entrent dans la catégorie « Abonnements par la poste - offre spéciale) » aux conditions suivantes :

L'on exige un cent pour l'abonnement pour la durée de l'abonnement en plus du tarif publicitaire ordinaire pour l'espace visé par le contrat, et le contrat de publicité déclare expressément que, si l'on ne désire pas l'abonnement à la publication, le prix de l'abonnement peut être déduit du montant du contrat, et les abonnements sont envoyés individuellement par la poste aux employés ou aux succursales.

Lorsque les abonnements sont envoyés en vrac à l'acheteur, ils n'entrent pas dans la catégorie de la diffusion payée à moins que les dossiers de l'éditeur n'attestent de toute évidence que ces exemplaires expédiés en vrac sont destinés à des employés, des filiales ou des succursales de ces acheteurs, auquel cas on admet la classification dans la catégorie « Abonnements collectifs (par la poste - offre spéciale) ».

Ces abonnements sont expliqués en détail au paragraphe de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification consacré aux explications générales.

Les abonnements inclus dans un contrat de publicité sans que des frais supplémentaires soient exigés pour ces abonnements au-delà du tarif publicitaire ordinaire pour l'espace visé par le contrat n'entrent pas dans la diffusion payée mais figurent dans la moyenne de la diffusion non justifiée totale.

E 108.2 Définition des primes

a) Tout ce qui constitue une prime offerte à l'abonné durant la visite de sollicitation, en plus des numéros ordinaires de la publication proprement dite, figure dans les rapports du Bureau à titre de prime, que l'r prime ait été donné avec ou sans paiement supplémentaire en plus du prix d'abonnement, et qu'il soit seulement destiné aux nouveaux abonnés ou à tous les abonnés. En outre, toute présentation aux abonnés actuels qui, selon le directeur général, entend la réception future de tel ou tel prime avec les renouvellements d'abonnements (ou futurs abonnements) conduit à considérer les renouvellements d'abonnements comme étant suscités au moyen de primes. Le nombre d'abonnements, que ce soit des abonnements nouveaux ou des renouvellements, accompagnés d'une prime de ce genre, durant une période quelconque pour laquelle on soumet une déclaration de l'éditeur, ainsi que la nature de la prime et les dispositions de l'offre et de la distribution, figurent au paragraphe prévu à cette fin de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification.

Tout peut constituer une prime sauf :

(1) Des numéros complets de publications agricoles envoyés à tous les abonnés pour la période de l'offre.

(2) Tout article envoyé gratuitement par la poste avec l'offre d'abonnement ou offert par le représentant au moment de la sollicitation, sous forme de texte reproduit ou imprimé relatif à la publication qui propose l'offre d'abonnement et dont la valeur ne dépasse pas 0,50 \$, conformément aux dispositions de l'article E 8.3.

(3) Les échantillons de marchandises offerts aux abonnés dans le cadre d'une offre d'abonnement dans les cas où la demande d'abonnement et la réception de l'échantillon ne dépendent pas de la souscription d'abonnement(s).

(4) Un accès gratuit ou à prix réduit aux archives ou aux numéros antérieurs de la publication, dans le cadre d'un abonnement.

(5) Un accès gratuit ou à prix réduit au site Web de la publication.

(6) Les programmes offrant aux abonnés un accès exclusif à des fonctions ou activités ponctuelles créées par l'éditeur qui ne sont pas accessibles au grand public, mais qui sont offertes aux abonnés après l'achat de leur abonnement.

b) Si l'offre d'abonnement comprend une partie ou la totalité du numéro antérieur, celui-ci est considéré comme une prime, à moins que l'abonnement ne commence rétroactivement, conformément aux dispositions du Bureau régissant les exemplaires antérieurs, et que cet exemplaire n'ait été publié à une date à laquelle il aurait été inclus dans l'abonnement, même si l'offre ne le mentionnait pas spécifiquement.

c) Les périodiques et journaux offerts dans une vente combinée ne sont pas considérés comme une prime, mais on les déclare au paragraphe réservé aux prix des ventes combinées.

d) Une publication dont la teneur consiste principalement en données de référence plutôt qu'en articles d'intérêt général n'est pas considérée comme

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

un « périodique » aux fins de l'exception figurant à l'alinéa a) du présent article, mais est considérée comme une prime si elle est vendue avec une autre publication. Une publication qui paraît moins d'une fois par trimestre, quelle que soit la nature de son contenu, n'est pas considérée comme un « périodique » aux fins de l'exception stipulée à l'alinéa a) du présent article, mais est considérée comme une prime si elle est vendue avec une autre publication.

E 108.3 Primes offertes avec les abonnements et les ventes au numéro

a) Lorsqu'on propose une prime dans une offre d'abonnement ou de vente au numéro ou qu'on offre une prime aux abonnés actuels avec le renouvellement de leur abonnement ou avec de futurs abonnements, il faut percevoir la valeur intégrale de la prime, qu'elle soit exprimée ou non. La valeur de la prime est le plus élevé du prix de revient réel pour l'éditeur ou la valeur marchande, ou la valeur annoncée.

Dans les cas où le prix de revient pour l'éditeur sert à calculer la valeur de la prime, il ne faut pas prendre en considération les coûts d'installation et les frais d'expédition et de manutention du fabricant facturés à l'éditeur.

En plus de la valeur de la prime, l'abonné paie au moins les montants exigés à l'article E 101.1.

Les dispositions du présent article s'appliquent aux journaux livrés par des camelots aussi bien qu'aux abonnements par la poste.

b) Si la prime est une marchandise ou un service dont la valeur pour l'abonné ne peut être déterminée par la méthode susmentionnée, de l'avis du directeur général, sa valeur est déterminée en fonction du prix de vente de marchandises ou de services semblables dans le commerce.

c) Si le Bureau détermine que des primes ont été offertes avec des abonnements sans l'autorisation de l'éditeur, le Bureau prend les mesures qui s'imposent pour déterminer le nombre d'abonnements ainsi vendus et déclarer tous les faits relatifs à la validité des abonnements dont il faut s'assurer quand les primes sont offertes ou autorisées directement par l'éditeur.

d) Au cas où les primes sont fournies par une agence d'abonnements ou un autre éditeur, les abonnements à la publication qu'ont fait souscrire l'agence d'abonnements ou l'autre éditeur font l'objet d'un rapport de vérification, à titre d'abonnements avec prime, et si les divers outils de contrôle prouvent que certains desdits abonnements n'ont pas été effectués dans les règles relatives aux primes pour entrer dans la catégorie de la diffusion payée, il faut déduire du nombre total d'abonnements fournis par l'agence d'abonnements ou par l'autre éditeur un nombre proportionnel au nombre d'abonnements non conformes découverts lors du contrôle par rapport au nombre total de réponses obtenues par le contrôle.

e) Si les contrôles dont il est fait état à l'alinéa d) du présent article révèlent que les primes n'ont pas été fournies ni autorisées par l'éditeur ou par l'agence d'abonnements, mais par des placiers (qu'il s'agisse d'employés de l'éditeur, d'autres éditeurs, d'agences d'abonnements ou de vendeurs indépendants), tous les abonnements vendus par les placiers en cause figurent à titre d'abonnements avec prime, et il faut effectuer les mêmes contrôles de validité à l'égard de ces abonnements et suivre les mêmes méthodes que celles stipulées à l'alinéa d) du présent article.

E 108.4 Primes offertes avec les ventes combinées

Lorsqu'on offre une prime liée à la vente combinée de plusieurs publications, le montant que paie l'abonné ne doit pas être inférieur à la valeur de la prime selon la définition de l'article E 8.3 plus le montant prescrit à l'article E 8.5. Lorsque la prime s'applique à deux publications ou plus (l'une étant une publication agricole et l'autre, un magazine, une publication commerciale ou un journal), le montant payé par l'abonné ne doit pas être inférieur à un cent pour la publication agricole plus au moins le montant admissible tel qu'il est défini par la division de l'autre/des autres publication(s) plus la valeur de la prime, qu'elle soit ou non stipulée.

E 108.5 Abonnements/ventes au numéro combinés

a) Par vente combinée « forcée », on entend l'offre ou la vente de deux ou plusieurs publications ensemble à un prix inférieur au total du prix de base de toutes les publications (calculé selon les dispositions de l'article E 101.1) si toutes les publications ont l'intention de qualifier la distribution de « diffusion payée » à moins :

De stipuler clairement à l'acheteur qu'il peut acheter chacune des publications séparément au même prix que celui offert dans le cadre de la vente combinée.

b) Lors de la commande d'abonnements à deux ou plusieurs publications combinées par la poste ou par le biais de vendeurs d'abonnements, le montant payé par l'abonné ne doit pas être inférieur à un cent par publication comprise dans le groupe.

(1) Lors de la commande ou de la vente d'abonnements à deux ou plusieurs publications, dont l'une est une publication agricole et l'autre, une revue, une publication ou un journal commercial, le montant payé par l'abonné ne doit pas être inférieur à un cent pour la publication agricole plus au moins le montant d'admissibilité tel qu'il est défini par la division de l'autre/des autres publication(s).

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

c) Le montant à affecter à chaque titre dans l'offre de vente combinée à des fins de classification des ventes comparé aux prix de base (voir E 101.2) est basé sur la présentation de l'offre elle-même, si elle contient des références à la valeur de chaque abonnement dans la vente combinée (dont la somme doit être égale au prix de vente pour la vente combinée), ou si elle n'a pas été mentionnée, sur la valeur calculée au prorata du prix de base de chaque publication par rapport au prix de vente.

d) Quelle qu'en soit la fréquence de parution, une publication qui contient surtout des renseignements de référence plutôt que des articles d'intérêt général, est considérée comme une prime dans les rapports de la ou des publications, si elle fait partie d'une vente combinée. Quelle que soit la nature de son contenu, une publication qui paraît moins d'une fois par trimestre est considérée comme une prime dans les rapports de la ou des publications si elle fait partie d'une vente combinée.

e) Les abonnés qui renouvellent leur abonnement peuvent se voir offrir une vente combinée sous réserve de l'une ou l'autre des conditions suivantes :

(1) L'offre d'« ajouter » une publication prévoit un geste d'acceptation de la part de l'abonné et un paiement supplémentaire s'ajoutant au tarif du contrat existant, ou l'option de réduire le tarif du contrat existant si l'abonné refuse l'offre. Le montant du paiement supplémentaire ou de la réduction du tarif du contrat existant doit être clairement indiqué et doit être au moins un montant admissible, conformément aux règles relatives à la définition de la diffusion payée de la publication.

(2) L'offre d'« ajouter » une publication exige que l'on prévienne l'abonné, et on ne peut insinuer ni suggérer dans le matériel promotionnel que la publication ajoutée est « gratuite » ou « sans coût supplémentaire ». Le montant payé pour toutes les publications comprises dans la vente combinée doit être au moins un montant admissible conformément aux règles relatives à la définition de la diffusion payée de la publication

E 108.6 Abonnements payés par des concurrents

Les abonnements reçus lors d'un concours et payés par le concurrent et non par le destinataire de la publication ne sont pas reconnus comme étant conformes aux règles définissant l'abonnement payé, mais on les inclut dans la distribution non payée en fournissant des explications dans le paragraphe réservé aux explications générales de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification.

E 108.7 Concours et coupons

a) Quand une publication organise un concours ouvert au public où l'on offre un prix ou une récompense, la description complète du concours ou du prix en question figure dans la déclaration de l'éditeur pour la période pendant laquelle a lieu le concours et dans le rapport de vérification couvrant cette période. Chaque rapport indique le montant total des prix donnés relativement à des concours pendant la période couverte par la déclaration de l'éditeur ou le rapport de vérification.

Si, de l'avis du directeur général, le concours ne stimule pas la diffusion de la publication, cette règle ne s'applique pas.

b) Les exemplaires d'une publication ou les abonnements donnés en échange de coupons ou d'équivalents, tels que dessus de boîtes, emballages, etc., n'entrent pas dans la catégorie de la diffusion payée. Cette règle s'applique, peu importe que les coupons ou les équivalents soient ou non remboursables en espèces.

c) Lorsqu'un ou plusieurs coupons ou un ou plusieurs certificats paraissent dans une publication et sont commandités par ou pour l'éditeur, directement ou indirectement, et qu'ils représentent le paiement intégral ou partiel d'un objet de valeur et que la valeur qu'ils représentent le prix de base moins un cent, aucune des ventes au numéro de l'édition contenant ces coupons ou ces certificats n'entre dans la catégorie de la diffusion payée. La diffusion et la date de publication de l'édition ou des éditions contenant ces coupons n'entrent pas en ligne de compte dans le calcul de la moyenne de la diffusion payée d'un rapport de vérification ou d'une déclaration de l'éditeur. Si, de l'avis du directeur général, ces coupons ou certificats ne stimulent pas la diffusion de la publication, la règle ne s'applique pas.

E 108.8 Abonnements donnés en prix

Les abonnements donnés en prix lors de concours n'entrent pas dans la catégorie de la diffusion payée. On entend aussi par là les abonnements offerts comme primes lors de foires de comté ou d'État.

E 108.9 Abonnements obtenus dans le cadre de dons à des oeuvres de bienfaisance

La diffusion obtenue grâce à la coopération d'un éditeur et d'une oeuvre de bienfaisance ou de tout autre organisme où l'éditeur fait un don proportionnel à la diffusion ainsi obtenue est décrite et figure aux paragraphes réservés à ce type de vente dans la déclaration de l'éditeur et le rapport de

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

vérification.

E 108.10 Abonnements payés en publicité

Tout abonnement obtenu par un éditeur auprès d'un autre éditeur et payé par l'insertion d'une annonce publicitaire entre dans la catégorie de la diffusion payée, pourvu qu'une preuve de l'insertion de l'annonce publicitaire ou tout autre document permette d'établir la validité d'un tel abonnement. Toutefois, dans ce cas, le vérificateur précise, dans le paragraphe réservé aux explications générales des rapports de vérification, que l'éditeur a eu recours à ce moyen.

E 108.11 Abonnements souscrits grâce à des points de récompense

Les abonnements à une publication souscrits grâce au rachat de timbres-primés ou de points de récompense (y compris les points de grand voyageur) ne sont compris dans la diffusion payée que sur preuve satisfaisante que la valeur en espèces du timbre-prime ou des points est équivalente au moins à un cent. La transaction doit être expliquée clairement dans la déclaration de l'éditeur. Un registre approprié doit être à la disposition du Bureau pour s'assurer que le paiement voulu a été effectué.

E 108.12 Abonnements à crédit

a) Tout abonnement vendu en échange d'une promesse de paiement est considéré comme un « abonnement à crédit » et entre dans la catégorie de la diffusion payée à condition que:

- (1) l'échéance ne dépasse pas trois mois;
- (2) l'abonné paie le montant facturé;
- (3) le montant facturé soit suffisamment élevé pour répondre aux exigences des règles du Bureau à tous autres égards.

b) Si l'éditeur se voit dans l'obligation d'annuler l'abonnement en raison du défaut de paiement de l'abonné, il détermine le nombre d'exemplaires déjà livrés, le soustrait de la diffusion payée et l'ajoute à la distribution non payée.

c) Pour entrer dans la catégorie de la diffusion payée, les abonnements à crédit sont payés comme suit :

- 1) En Amérique du Nord et dans les Antilles, le paiement doit parvenir dans les sept mois suivant le commencement du service.
- 2) En dehors de l'Amérique du Nord et des Antilles, le paiement doit parvenir dans les neuf mois suivant le commencement du service.

Les exemplaires livrés pour des abonnements n'ayant pas été payés conformément à l'alinéa c)(1) ou c)(2), et qui n'ont pas été annulés précédemment, sont automatiquement soustraits de la catégorie de la diffusion payée et figurent dans la catégorie de la distribution non payée.

E 108.13 Abonnements réglés par versements

Dans le cas d'un abonnement payé par versements ou à la livraison, seuls figurent dans la diffusion payée les exemplaires effectivement payés (jusqu'à ce qu'au moins 50 pour 100 du tarif de l'ordre original ait été payé. Dès lors, l'abonnement est considéré comme étant payé pour un an.)

ARTICLE 109

E 109.1 Rétablissements

Lorsqu'un abonnement est interrompu à l'expiration de la période payée ou à tout autre moment après cette date, il est impossible de rétablir ledit abonnement comme abonnement payé sans demande expresse de renouvellement ou nouvelle commande. Les exemplaires livrés d'abonnements rétablis après expiration sans demande de renouvellement ou nouvelle commande entrent dans la distribution non payée.

E 109.2 Prolongations dues à une baisse de tarif

a) Advenant une baisse du tarif de base d'abonnement d'une publication, on peut prolonger la portion non expirée de l'abonnement payé au tarif plus élevé jusqu'à concurrence du montant payé pour la période non expirée, appliqué au nouveau tarif d'abonnement pour cette même période.

b) Si, à une date ultérieure, le tarif de l'abonnement augmente, on crédite le montant payé pour le service encore dû pour les abonnements prolongés en raison d'une baisse de tarif antérieure, mais seulement jusqu'à concurrence du montant que représente la prolongation par rapport à l'augmentation de tarif. On effectue tous ces calculs à partir de l'édition marquant l'entrée en vigueur de l'augmentation de tarif.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

c) Lorsqu'on envisage de prolonger un abonnement en raison d'une baisse du tarif de base de l'abonnement, on fait une épreuve de la liste correspondant à l'édition qui précède immédiatement celle qui marque l'entrée en vigueur de la baisse de tarif et on confirme que cette mesure a été prise en déposant une attestation au Bureau. La liste mentionne la date d'expiration originale. Elle indique aussi la nouvelle date d'expiration des abonnements prolongés. Si l'on ne procède pas ainsi, on conserve la nouvelle date d'expiration dans un dossier où l'on peut la retrouver aisément.

d) On conserve cette liste et tous les dossiers relatifs aux prolongations jusqu'à la nouvelle date d'expiration des abonnements prolongés.

E 109.3 Prolongations dues à une réduction de la fréquence de parution

a) Si une publication réduit sa fréquence de parution, on peut repousser la date d'expiration de tous les abonnements non expirés figurant sur la liste au moment où le changement entre en vigueur jusqu'à une date qui permette la livraison du nombre d'exemplaires initialement commandé et promis.

b) Si, à une date ultérieure, la fréquence de parution augmente, on crédite le montant payé pour le service encore dû pour les abonnements prolongés en raison d'une réduction antérieure de la fréquence de parution, mais seulement jusqu'à concurrence du nombre d'exemplaires initialement commandé et promis.

c) Lorsqu'on envisage de repousser des dates d'expiration en raison d'une réduction de la fréquence de parution, on fait une épreuve de la liste correspondant à l'édition qui précède immédiatement celle qui marque l'entrée en vigueur du changement et on confirme que cette mesure a été prise en déposant une attestation au Bureau. La liste mentionne la date d'expiration originale. Elle indique aussi la nouvelle date d'expiration des abonnements prolongés. Si l'on ne procède pas ainsi, on conserve la nouvelle date d'expiration dans un dossier où l'on peut la retrouver aisément.

d) On conserve cette liste et tous les dossiers relatifs aux prolongations jusqu'à la nouvelle date d'expiration des abonnements prolongés.

E 109.4 Cessions dues à une fusion

Lorsque deux ou plusieurs publications fusionnent, les exemplaires de la publication qui continue à être publiée livrés aux abonnés des publications fusionnées entrent dans la catégorie de la diffusion payée des rapports du Bureau, sous réserve des conditions suivantes :

a) Les publications fusionnées sont homogènes.

b) La fusion de publications d'intérêt surtout local n'est reconnue en vertu du présent article qu'à condition que les publications fusionnées aient été publiées dans la même localité.

c) Le nombre de numéros d'un abonnement non expiré à inclure dans la catégorie de la diffusion payée est calculé selon l'une des méthodes suivantes, au gré de l'éditeur. Sa décision est assujettie à l'approbation du directeur général.

(1) En divisant le montant encore dû à l'abonné, au tarif de base annuel de l'abonnement à la publication éliminée, par le prix unitaire de la publication qui continue à être publiée, ledit prix étant calculé au prorata du tarif de base annuel de l'abonnement à la publication qui continue à être publiée.

(2) En comptant le nombre de numéros de la publication éliminée encore dus à l'abonné et en créditant le même nombre de numéros de la publication substituée, à condition que le tarif de base annuel de l'abonnement à la publication éliminée corresponde à au moins 50 pour 100 du tarif de base annuel de l'abonnement à la publication substituée, ou à condition que le prorata du prix unitaire (tarif de base annuel de l'abonnement divisé par le nombre d'exemplaires publiés annuellement) de la publication éliminée corresponde à au moins 50 pour 100 au prorata du prix unitaire de la publication substituée.

d) Il ne s'écoule pas plus de six mois entre la cessation du service à l'abonné de l'ancienne publication et le début du service de la publication substituée.

e) La première déclaration de l'éditeur consécutive à une fusion de publications contient une déclaration consolidée de la diffusion au paragraphe 1, mais les autres analyses du rapport sont effectuées séparément pour chacune des publications fusionnées. Les analyses portant sur les publications fusionnées qui étaient membres du Bureau se fondent sur les plus récents rapports du Bureau. Pour celles qui n'étaient pas membres du Bureau, on procède à une analyse aussi approfondie que possible dans les circonstances et on note, en fournissant une explication, les cas où il est impossible d'obtenir certains renseignements exigés dans les rapports du Bureau. Par la suite, on continue à procéder à des analyses séparées si, de l'avis du directeur général, cela est nécessaire pour donner les renseignements essentiels.

E 109.5 Achat d'une liste d'abonnements

Lorsqu'une publication achète la liste d'abonnements d'une publication éliminée ou sur le point de l'être, on peut inclure les abonnés de la publication

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

éliminée recevant des exemplaires de la publication qui continue à être publiée dans la catégorie de la diffusion payée des rapports du Bureau, sous réserve des conditions suivantes :

a) Les publications sont homogènes.

b) Dans le cas de publications d'intérêt surtout local, les deux publications ont été publiées dans la même localité.

c) Le nombre de numéros d'un abonnement non expiré à inclure dans la catégorie de la diffusion payée est calculé selon l'une des méthodes suivantes, au gré de l'éditeur. Sa décision est assujettie à l'approbation du directeur général.

(1) En divisant le montant encore dû à l'abonné, au tarif de base annuel de l'abonnement à la publication éliminée, par le prix unitaire de la publication qui continue à être publiée, ledit prix étant calculé au prorata du tarif de base annuel de l'abonnement de la publication qui continue à être publiée.

(2) En comptant le nombre de numéros de la publication éliminée encore dus à l'abonné et en créditant le même nombre de numéros de la publication substituée, à condition que le tarif de base annuel de l'abonnement à la publication éliminée corresponde à au moins 50 pour 100 du tarif de base annuel de l'abonnement à la publication substituée, ou à condition que le prorata du prix unitaire (tarif de base annuel de l'abonnement divisé par le nombre d'exemplaires publiés annuellement) de la publication éliminée corresponde à au moins 50 pour 100 au prorata du prix unitaire de la publication substituée.

d) Il ne s'écoule pas plus de six mois entre la cessation du service à l'abonné de l'ancienne publication et le début du service de la publication substituée.

e) Les exemplaires livrés aux abonnés de la publication achetée après la date d'échéance n'entrent pas dans la catégorie de la diffusion payée.

f) Si l'abonné est libre d'opter pour le remboursement en espèces du solde de son abonnement, mais qu'il préfère recevoir la nouvelle publication et si, de l'avis du directeur général, on a clairement prouvé qu'il a demandé qu'on lui livre cette publication au lieu de lui verser le montant en espèces, l'abonnement est classé comme s'il était abonné à la nouvelle publication, sous réserve des dispositions de l'alinéa c) du présent règlement.

g) La première déclaration de l'éditeur après la cession contient une déclaration consolidée de la diffusion au paragraphe 1, mais les autres analyses du rapport sont effectuées séparément pour chacune des publications concernées. Les analyses portant sur des publications qui sont membres du Bureau se fondent sur les plus récents rapports du Bureau. Pour celles qui n'étaient pas membres du Bureau, on procède à une analyse aussi approfondie que possible dans les circonstances et on note, en fournissant une explication, les cas où il est impossible d'obtenir certains renseignements exigés dans les rapports du Bureau. Par la suite, on continue à procéder à des analyses séparées si, de l'avis du directeur général, cette procédure est nécessaire à l'obtention de renseignements essentiels.

E 109.6 Cession d'une publication en activité à une autre publication

Lorsqu'une publication en activité cède ses abonnements à une autre, les abonnements ainsi cédés peuvent entrer dans la catégorie de la diffusion payée des rapports du Bureau, sous réserve des conditions suivantes :

a) Les publications sont homogènes.

b) Dans le cas de publications d'intérêt surtout local, les deux publications ont été publiées dans la même localité.

c) L'abonné à qui on propose de changer a la possibilité de le faire ou de demeurer sur la liste de la publication à laquelle il est abonné, ou il a la possibilité de recevoir en espèces le solde dû de l'ancien abonnement ou d'accepter la substitution de l'autre publication et, dans chaque cas, la publication produit un document attestant de l'autorisation de l'abonné.

d) Le nombre de numéros d'un abonnement non expiré à inclure dans la catégorie de la diffusion payée est calculé selon l'une des méthodes suivantes, au gré de l'éditeur. Sa décision est assujettie à l'approbation du directeur général.

(1) En divisant le solde dû à l'abonné, au tarif de base annuel de la publication cédée, par le prix unitaire de la publication à laquelle l'abonnement est cédé, ledit prix dans les deux cas étant calculé au prorata du tarif de base annuel de l'abonnement.

(2) En comptant le nombre de numéros dus à l'abonné de la publication cédée et en créditant le même nombre de numéros de la nouvelle publication, à condition que le tarif annuel de base de l'abonnement à la publication cédée corresponde à au moins 50 pour 100 du tarif de base annuel de l'abonnement à la nouvelle publication, ou à condition que le prorata du prix unitaire (tarif de base annuel de l'abonnement divisé par le nombre d'exemplaires publiés annuellement) de la publication cédée corresponde à au moins 50 pour 100 au prorata du prix unitaire de la nouvelle publication.

e) Les exemplaires livrés aux abonnés de la publication cédée après la date d'échéance n'entrent pas dans la catégorie de la diffusion payée.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

f) La première déclaration de l'éditeur après la cession contient une déclaration consolidée de la diffusion au paragraphe 1, mais les autres analyses du rapport sont effectuées séparément pour chacune des publications concernées. Les analyses portant sur des publications qui sont membres du Bureau se fondent sur les plus récents rapports du Bureau. Pour celles qui n'étaient pas membres du Bureau, on procède à une analyse aussi approfondie que possible dans les circonstances et on note, en fournissant une explication, les cas où il est impossible d'obtenir certains renseignements exigés dans les rapports du Bureau. Par la suite, on continue à procéder à des analyses séparées si, de l'avis du directeur général, cela est nécessaire pour donner les renseignements essentiels.

E 109.7 Cession d'une publication suspendue à d'autres publications

Lorsque les abonnés à une publication qui a cessé de paraître se voient offrir le choix entre une liste de deux ou plusieurs publications, les abonnements transférés par l'exécution d'une telle option peuvent figurer dans la diffusion payée des autres publications sous réserve des conditions suivantes :

a) Le choix d'autres publications est offert dans les six mois suivant la dernière date de parution de la publication suspendue.

b) Les abonnements de la publication suspendue se conforment en tout aux autres règles du Bureau.

c) Au moins une des publications offertes en remplacement présente un contenu semblable à celui de la publication suspendue.

d) Le nombre de numéros d'un abonnement non expiré à inclure dans la catégorie de la diffusion payée est calculé selon l'une des méthodes suivantes, au gré de l'éditeur. Sa décision est assujettie à l'approbation du directeur général.

(1) En divisant le solde dû à l'abonné, au tarif de base annuel de l'abonnement à la publication suspendue, par le prix unitaire de la publication substituée, ledit prix étant calculé au prorata du tarif de base annuel de l'abonnement.

(2) En comptant le nombre de numéros de la publication éliminée encore dus à l'abonné et en créditant le même nombre de numéros de la publication substituée, à condition que le tarif de base annuel de l'abonnement à la publication éliminée corresponde à au moins 50 pour 100 du tarif de base annuel de l'abonnement à la publication substituée, ou à condition que le prorata du prix unitaire (tarif de base annuel de l'abonnement divisé par le nombre d'exemplaires publiés annuellement) de la publication éliminée corresponde à au moins 50 pour 100 au prorata du prix unitaire de la publication substituée.

e) Les exemplaires livrés aux abonnés de la publication éliminée après la date d'échéance n'entrent pas dans la catégorie de la diffusion payée.

f) Si l'abonné est libre d'opter pour le remboursement en espèces du solde de son abonnement, mais qu'il préfère recevoir la nouvelle publication et si, de l'avis du directeur général, on a clairement prouvé qu'il a demandé qu'on lui livre cette publication au lieu de lui verser le montant en espèces, l'abonnement est classé comme s'il était abonné à la nouvelle publication, sous réserve des dispositions de l'alinéa d) du présent article.

g) La première déclaration de l'éditeur dans laquelle on compte les abonnements cédés dans la diffusion payée comporte une déclaration citant la publication dont proviennent les abonnements, le nombre d'abonnements cédés et la façon dont on exécute les conditions du contrat de l'abonné. L'éditeur peut, s'il le désire, déclarer le nombre d'exemplaires livrés dans le cas de ces abonnements pendant la période couverte par la déclaration. Pendant toute la période où des abonnements sont cédés, l'éditeur fournit cette explication dans ses déclarations de l'éditeur. Le Bureau se réserve le droit d'exiger une explication plus détaillée que celle susmentionnée si, de l'avis du directeur général, cela s'avère nécessaire pour fournir les renseignements essentiels.

ARTICLE 110

E 110.1 Méthodes de vente d'abonnements

Les ventes d'abonnements sont classées d'après les méthodes auxquelles on a recours dans les rapports du Bureau conçus pour les publications agricoles conformément aux définitions et instructions suivantes :

Les paragraphes a) à d) ne s'appliquent qu'à la diffusion par abonnement payée. Le paragraphe e) s'applique exclusivement à la diffusion justifiée non payée.

a) Abonnements par la poste : les demandes d'abonnement obtenues par un éditeur, à titre individuel ou pour le compte d'autres éditeurs, grands magasins ou autres entrent dans la catégorie « Demande par la poste ou demande expresse » si l'abonné envoie lui-même sa demande par la poste ou si l'abonné prend l'initiative de téléphoner pour s'abonner.

Les demandes d'abonnement envoyées par la poste par suite d'une sollicitation ou obtenues par suite d'une sollicitation par téléphone d'un vendeur entrent dans la catégorie « Demande par l'intermédiaire de vendeurs ».

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

b) Demande par l'intermédiaire de vendeurs:

(1) Agences de vente sur catalogue et agents indépendants :

Une agence de vente sur catalogue est une entreprise qui publie en quantité considérable une liste de prix de gros ou une liste de prix de détail connue couramment sous le nom de « catalogue ». Les agences de vente sur catalogue acceptent en général des abonnements pour un grand nombre et souvent la totalité des publications. Elles envoient directement par la poste les catalogues de prix de détail aux abonnés éventuels. Elles distribuent les catalogues de prix de gros à des « sous-agents » comme les agents indépendants, les grands magasins, les librairies, les dépositaires de journaux, les receveurs des postes et d'autres qui traitent directement avec les abonnés éventuels. Ces sous-agents recourent à différentes formes de sollicitation comme le publipostage, le téléphone, la publicité dans les journaux et périodiques et le démarchage. Les agences de vente sur catalogue fournissent habituellement les catalogues de détail aux sous-agents pour que ceux-ci les envoient. Les sous-agents ou les agences envoient les demandes d'abonnement qu'ils reçoivent à l'agence de vente en gros sur catalogue qui, à son tour, les transmet aux éditeurs respectifs. L'expression « agents indépendants » est censée s'appliquer aux vendeurs d'abonnements qui ne font pas partie du personnel d'un organisme de vente sur le terrain comme ceux mentionnés en b) (2) ci-dessous. Elle s'applique aussi aux agences qui ne publient pas de liste de prix de gros ou de liste de prix de détail. Ces agents sont des travailleurs à temps plein ou à temps partiel qui sont rémunérés soit par des commissions en espèces, soit par des prix en nature. Ils comprennent des particuliers et des entreprises désignés sous les noms de « vendeurs travaillant pour leur argent de poche », « sollicitateurs indépendants », vendeurs individuels, dépositaires de journaux, libraires, receveurs des postes, etc.

(2) Vendeurs de l'éditeur ou d'autres éditeurs :

Abonnements que l'éditeur a obtenus par l'intermédiaire des personnes suivantes :

a) vendeurs sur le terrain à temps plein;

b) entrepreneurs indépendants de vente sur le terrain, nommés par l'éditeur dont ils relèvent;

c) agence de vente d'abonnements sur le terrain appartenant conjointement à deux ou plusieurs éditeurs qui est considérée dans les rapports du Bureau comme la source d'abonnements demandés par l'intermédiaire de « vendeurs de l'éditeur ou d'autres éditeurs ».

(3) Vendeurs d'agences indépendantes :

Les abonnements vendus par des organismes de vente sur le terrain, de l'extérieur, qui ne sont affiliés à l'éditeur que pour la souscription d'abonnements, sont indiqués dans les rapports du Bureau comme ayant été demandés par l'intermédiaire de « vendeurs d'agences indépendantes ».

REMARQUE : Les caractéristiques du personnel de vente sur le terrain mentionné en b)(2) et b)(3) ci-dessus sont les suivantes :

La sollicitation personnelle est effectuée par des vendeurs professionnels qui ont choisi la vente d'abonnements comme principale occupation. Ces vendeurs se regroupent habituellement, mais pas nécessairement, en équipes. Ils prennent ordinairement les demandes d'abonnement au nom des publications conformément aux pouvoirs que les éditeurs leur ont conférés.

(4) Agences de journaux :

Une agence de journal exerce ses activités selon trois grandes méthodes :

Méthode a) : Abonnements demandés par publipostage.

Méthode b) : Abonnements demandés à l'aide d'une annonce dans le journal parrainant l'abonnement, qui publie un bon de commande à poster à l'éditeur.

Méthode c) : Abonnements demandés selon un système où le camelot du journal sollicite des abonnements à des périodiques et perçoit le prix du (des) périodique(s) en même temps que celui du journal.

La plupart des demandes d'abonnement obtenues par ces méthodes visent des abonnements à une ou plusieurs revues, à des publications agricoles et au journal qui parraine l'abonnement.

Les abonnements obtenus par des organismes du genre de ceux décrits ci-dessus entrent dans la subdivision « Agences de journaux ».

(5) Écoles, églises, organismes philanthropiques et autres du même genre :

Les abonnements qui proviennent d'un parrainage entrent dans la subdivision « Écoles, églises, organismes philanthropiques et autres du même genre », sauf disposition contraire.

Cette disposition s'applique même si les abonnements obtenus par l'organisme qui parraine l'abonnement passe par l'entremise d'une agence de vente sur catalogue ou tout autre intermédiaire.

c) Membres d'association :

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

Les abonnements reçus par suite de l'adhésion à une association entrent dans la subdivision « Membres d'association ».

d) Le Bureau dresse une liste des organismes de vente d'abonnements selon la définition qu'en donne le présent article et la distribue aux éditeurs membres accompagnée d'instructions pertinentes pour les aider à bien classer les ventes d'abonnements.

e) Le paragraphe 1 comporte une analyse des sources de la diffusion justifiée non payée. Les renseignements fournis sur ces sources figurent au paragraphe explicatif et ne comportent pas de déclaration de nature promotionnelle. De plus, ils sont assujettis à modification par le directeur général.

E 110.2 Éditions séparées

a) Une publication agricole publiée en plusieurs éditions dont la publicité est vendue séparément dans une ou plusieurs éditions est tenue d'indiquer, pour chaque édition, la diffusion moyenne payée et justifiée non payée ainsi que la fréquence de parution au paragraphe 1a) des déclarations de l'éditeur et des rapports de vérification.

b) L'éditeur membre peut désigner comme « éditions » certaines parties de la distribution de sa publication.

c) Faute de désignations particulières comme « édition » ou « éditions », la publication est tenue de déclarer la diffusion payée et la diffusion justifiée non payée pour chaque partie de la distribution où la publicité est généralement vendue séparément, et de faire une moyenne du total de chacune au paragraphe 1a) de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification.

d) La publication compte et analyse la diffusion payée et la diffusion justifiée non payée de chaque édition pour un numéro durant chaque période de vérification. Les chiffres à déclarer pour chaque édition au paragraphe 1a) des rapports du Bureau pour tous les autres numéros durant la période peuvent être calculés en fonction des pourcentages déterminés d'après le numéro analysé, pourvu que celui-ci soit représentatif.

e) Une publication agricole qui déclare la diffusion d'éditions régionales est tenue d'inscrire dans des colonnes distinctes, pour chaque édition régionale, la diffusion payée, celle sur demande expresse du destinataire et celle ayant pour source le télémarketing ou d'autres sources, ainsi que les totaux de toutes les éditions au paragraphe 1a) de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification.

ARTICLE 111

E 111.1 Base du tarif publicitaire ou garantie de la diffusion

Le paragraphe 1 de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification d'une publication agricole comprend une déclaration des données relatives à la base du tarif publicitaire ou à la garantie de la diffusion si l'un ou l'autre existait durant la période couverte par le rapport.

ARTICLE 112

E 112.1 Diffusion non payée sur demande expresse

La diffusion non payée sur demande expresse peut figurer au paragraphe 1 de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification, pourvu qu'elle soit conforme aux conditions suivantes :

a) Si le service d'abonnement non payé est demandé à un éditeur, la lettre ou demande de service non payé est signée par la personne demandant expressément la livraison de la publication et conservée par la publication pour examen du vérificateur.

b) Si le service d'abonnement non payé sur demande est sollicité par l'éditeur, la formule ou le questionnaire de demande est conforme aux dispositions suivantes :

(1) Il faut demander expressément au destinataire, ou au représentant de l'entreprise dans le cas de demande de groupe, s'il désire recevoir la publication, en utilisant une phrase de ce genre :

« Je souhaite recevoir la publication agricole (nom de la publication) _____ Oui _____ Non. »

Cette autre phrase peut aussi être utilisée :

« Veuillez signer ici si vous souhaitez recevoir la publication agricole (nom de la publication). »

Les formules sur lesquelles figure la deuxième phrase doivent être signées.

(2) La formule de demande comporte le nom et l'adresse ou la signature du destinataire individuel.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

c) Les demandes d'abonnement non payé sont renouvelées au moins une fois tous les 36 mois.

d) Pour figurer dans la moyenne, la diffusion non payée sur demande est livrée comme suit :

(1) Les publications paraissant une fois par mois ou moins souvent livrent aux destinataires chaque numéro pendant au moins six mois consécutifs;

ou

(2) Les publications paraissant plus d'une fois par mois livrent aux destinataires au moins six numéros consécutifs, mais pendant au moins trois mois consécutifs.

Si le nombre d'exemplaires livrés est inférieur au nombre susmentionné en raison d'une conversion à la diffusion payée ou d'un décès, d'un départ à la retraite ou d'une mutation, on peut combler la différence en les remplaçant par d'autres exemplaires de la diffusion non payée sur demande.

e) Le destinataire entre dans la catégorie « Domaine desservi par la publication ».

f) Si, de l'avis du directeur général, les dossiers et registres de l'éditeur ne suffisent pas à établir les faits, le Bureau peut faire un contrôle, soit en écrivant des lettres de vérification aux destinataires ou autres personnes concernées, soit en effectuant des enquêtes personnelles, ou en suivant la méthode qu'il juge la plus appropriée. L'éditeur ou les éditeurs concernés assument le coût de ces contrôles.

g) Lorsqu'une reproduction ou une prime est offerte pour obtenir des demandes expresses d'abonnement non payé, une description complète de l'offre figure dans la déclaration de l'éditeur et dans le rapport de vérification de la période durant laquelle l'offre est faite.

E 112.2 Diffusion non payée en dehors de la diffusion sur demande expresse

a) La diffusion non payée en dehors de la diffusion sur demande expresse peut figurer au paragraphe 1 des déclarations de l'éditeur et des rapports de vérification, à condition que le destinataire soit dans le domaine desservi par la publication et que les documents sur la date de la source ne remontent pas à plus de 36 mois.

b) Les annuaires spécialisés reconnus peuvent être utilisés comme source de diffusion justifiée non payée. Les annuaires sont convenablement identifiés et datés et sont mis à la disposition du vérificateur pour examen.

c) Les listes de destinataires justifiés peuvent être déclarées dans la diffusion justifiée non payée. Ces listes sont datées, identifiées et soumises au vérificateur.

d) Les demandes d'abonnements justifiés non payés obtenues grâce à des entrevues téléphoniques menées par l'éditeur ou ses agents peuvent entrer dans la catégorie de la diffusion par télémarketing. Les personnes effectuant les entrevues par téléphone signent et datent les questionnaires d'entrevue. Les entrevues contiennent, aux fins de la vérification, une question personnelle à laquelle seul le destinataire est capable de répondre, comme la date de naissance ou le nom de jeune fille de sa mère. Il faut poser des questions différentes au moment du renouvellement des demandes, et toutes les questions personnelles sont soumises à l'approbation du Bureau. Les éditeurs sont chargés de conserver des dossiers et registres appropriés pour vérifier les appels téléphoniques. Si le service d'abonnement non payé est sollicité par téléphone par le destinataire justifié ou par son entreprise, on peut considérer l'abonnement comme une demande expresse.

e) Une communication écrite d'un destinataire justifié ou de son entreprise qui ne remplit pas les critères de demande expresse peut être déclarée dans la diffusion justifiée non payée.

f) Les cartes-réponses, sondages, questionnaires et autres documents ne répondant pas aux critères de demande expresse peuvent être déclarés dans la diffusion justifiée non payée.

g) L'éditeur peut déclarer les abonnements payés non renouvelés comme «Autres sources» au paragraphe 1 des rapports du Bureau à condition que les exemplaires non payés soient livrés comme suit :

(1) Les publications paraissant mensuellement ou moins souvent livrent chaque numéro au destinataire pendant un minimum de six mois consécutifs; ou

(2) Les publications paraissant à intervalles de plus d'un mois livrent au destinataire un minimum de six numéros consécutifs pendant au moins trois mois consécutifs.

E 112.3 Abonnements multiples

Les éditeurs qui utilisent des bons de commande, ou acceptent des lettres où plus d'une publication est offerte, peuvent compter ces abonnements comme des demandes directes ou par télémarketing, à condition d'observer les règles suivantes :

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

a) Les publications sont homogènes, et la définition de leur domaine desservi est comparable.

b) Les formulaires de qualification écrite portent une signature séparée pour chaque titre commandé. Pour les commandes par télémarketing, il suffit de poser une seule question d'identification personnelle pour tous les titres commandés.

c) Pour les formulaires de qualification par écrit ou les commandes par télémarketing, il suffit de demander les caractéristiques démographiques une fois pour tous les titres commandés. Une seule date est requise.

d) Le texte du message de télémarketing indique que l'offre porte sur plusieurs titres.

e) On inclut dans le message de télémarketing ou dans le formulaire de qualification une description, d'une phrase, du contenu rédactionnel différenciant les publications. De plus, les formulaires de qualification par écrit portent le logo de chaque publication à côté de la ligne réservée à la signature, pour augmenter la notoriété de la publication auprès des abonnés.

E 112.4 Ajouts et suppressions

Les éditeurs qui déclarent la diffusion justifiée non payée peuvent inscrire au paragraphe 2 le nombre, par édition, d'ajouts et de suppressions de la liste de destinataires de la diffusion non payée au domaine desservi. La déclaration des ajouts et des suppressions est facultative pour les publications agricoles.

E 112.5 Diffusion non payée d'exemplaires multiples au même destinataire

(a) Par « diffusion non payée d'exemplaires multiples au même destinataire », on entend la diffusion de publications livrées à des destinataires désignés en vue d'une redistribution à des destinataires inconnus de l'éditeur. Il faut tenir à jour des registres, par numéro, pour la distribution brute.

(b) Les déclarations de l'éditeur et les rapports de vérification indiquent le nombre d'exemplaires distribués dans des endroits désignés sans mention de leur destination finale.

(c) La diffusion non payée d'exemplaires multiples au même destinataire peut figurer au paragraphe 1 de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification, à condition que le destinataire principal se trouve dans le domaine desservi par la publication et que la documentation sur la date de la source ne dépasse pas 36 mois.

(d) Si la publication déclare des données démographiques, la diffusion non payée d'exemplaires multiples au même destinataire est déclarée dans une colonne séparée. Elle peut être classée par entreprise et secteur en fonction des données démographiques du principal destinataire. Dans ce cas, celui-ci doit fournir une preuve satisfaisante pour justifier cette classification. La classification selon le titre et l'occupation est la classification « Autre ».

(e) La diffusion non payée de plusieurs exemplaires au même destinataire résultant d'une demande du destinataire principal est déclarée sous le titre « Demande directe de l'entreprise du destinataire », au paragraphe 3B. Annuaires commerciaux, Listes et Autres sources sont aussi des sources acceptables.

(f) Les abonnements non payés livrés en vrac aux sociétés, aux établissements ou aux particuliers pour leurs employés ou leurs filiales ou succursales ne sont pas assujettis aux dispositions du présent article, à condition que les registres prouvent que les exemplaires sont adressés et envoyés à des particuliers employés par l'abonné ou, séparément, à des bureaux de succursales ou à des filiales. Si les exemplaires sont envoyés en vrac, il faut conserver une preuve documentée satisfaisante au bureau de l'éditeur attestant que ces exemplaires sont destinés à être distribués aux employés, filiales ou succursales de ces acheteurs.

(g) La diffusion non payée d'exemplaires multiples au même destinataire fait l'objet d'une explication dans le corps du rapport de vérification et de la déclaration de l'éditeur, où l'on en précise la nature et le mode de distribution ainsi que tout autre renseignement nécessaire pour rendre possible une analyse claire de leur valeur, notamment la fourchette de distribution, soit : « distribué en quantités de _____ à _____ ».

ARTICLE 113

E 113.1 Éditions spéciales

Les éditions spéciales sont les éditions publiées en plus des éditions paraissant à la fréquence habituelle et qui traitent de sujets différents de ceux traités dans les éditions habituelles.

Les éditions spéciales sont déclarées au paragraphe 2 seulement, avec une note en bas de page indiquant que la diffusion n'est pas comprise dans les moyennes indiquées au paragraphe 1. Une explication non promotionnelle des éditions spéciales peut figurer au paragraphe 11, sous réserve des

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

dispositions de l'article B 103.4.

Les éditions spéciales ne sont pas prises en considération dans la détermination des éditions consécutives pour la diffusion non payée.