

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

Publications commerciales

TABLE DES MATIÈRES

ARTICLE 101

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

ARTICLE 102

- D 102.1 Ventes d'exemplaires multiples
- D 102.2 Ventes d'exemplaires multiples parrainées pour l'éducation
- D 102.3 Abonnements d'association, d'organisme et de société
- D 102.4 Abonnements-cadeaux
- D 102.5 Abonnements-cadeaux non reconnus comme diffusion payée
- D 102.6 Abonnements non déductibles des billets d'entrée à des foires commerciales
- D 102.7 Définition de destinataire justifié
- D 102.8 Abonnements liés à un partenariat

ARTICLE 103

- D 103.1 Vérification initiale
- D 103.2 Vérification de transfert

ARTICLE 104

- D 104.1 Déclarations de l'éditeur

ARTICLE 105

- D 105.1 Analyse géographique
- D 105.2 Analyse par secteur
- D 105.3 Date de la source
- D 105.4 Analyse du fichier d'adresses

ARTICLE 106

- D 106.1 Renouvellements

ARTICLE 107

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

ARTICLE 108

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

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

D 108.7 Abonnements donnés en prix

D 108.8 Abonnements obtenus dans le cadre de dons à des œuvres de bienfaisance

D 108.9 Abonnements payés en publicité

D 108.10 Abonnements souscrits grâce à des points de récompense

D 108.11 Abonnements à crédit

D 108.12 Abonnements réglés par versements

ARTICLE 109

D 109.1 Rétablissements

D 109.2 Prolongations dues à une baisse de tarif

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

D 109.4 Cessions dues à une fusion

D 109.5 Achat d'une liste d'abonnements

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

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

ARTICLE 110

D 110.1 Méthodes de vente d'abonnements

D 110.2 Éditions séparées

D 110.3 Versions numériques et éditions numériques

ARTICLE 111

D 111.1 Ajouts et suppressions

ARTICLE 112

D 112.1 Diffusion non payée sur demande expresse

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

D 112.3 Diffusion non payée d'exemplaires multiples au même destinataire

D 112.4 Explication générale de la diffusion non justifiée

D 112.5 Diffusion Des Éditions Spéciales Régulières

ARTICLE 113

D 113.1 Analyses supplémentaires

D 113.2 Rapports de données supplémentaires

D 113.3 Rapport consolidé sur les médias

ARTICLE 114

D 114.1 Explication du retard des expéditions

ARTICLE 115

D 115.1 Éditions spéciales

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

ARTICLE 101

D 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 d'au moins un cent.

b) Ventes d'abonnements :

S'il s'agit d'un abonnement à terme, quelle qu'en soit la durée, le tarif ne doit pas être inférieur à un cent.

Si le tarif de l'abonnement de moins d'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 de les inclure dans la diffusion payée. Pour les publications 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 de 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.

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

(1) Pour les publications hebdomadaires ou bimensuelles, l'éditeur peut choisir d'utiliser la fin du mois comme date d'expiration courante. Dans le cas des publications pour lesquelles on utilise la date d'expiration courante, les exemplaires supplémentaires livrés au cours du mois de la date d'expiration (entre un et quatre exemplaires par abonnement) sont considérés comme faisant partie de la diffusion payée et non comme des exemplaires livrés après la date d'expiration. Lorsqu'on utilise cette pratique, il faut l'indiquer dans le paragraphe explicatif des rapports d'ABC.

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, conforme 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) 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, conforme 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.

D 101.2 Prix

a) Les prix de base (des abonnements ou ventes 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 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, on exclut de l'analyse la valeur des primes, le cas échéant. Toutes les ventes doivent être classées dans l'une des catégories suivantes :

- 1) vendu au prix de base ou à un prix supérieur au prix de base.
- 2) vendu entre 75 % du prix de base et le prix de base
- 3) vendu entre 50 % et 75 % du prix de base
- 4) vendu entre 25 % et 50 % du prix de base

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

5) 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 indique que 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 prix de base et au anciens prix inférieurs au prix de base.

e) Prix de base : pour les types de services suivants, on établit un prix de base qui figure dans les rapports du Bureau : (1) Ventes au numéro : un seul prix de base pour chaque pays ou zone géographique, tel qu'indiqué par l'éditeur.

(2) Abonnements à terme :

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.

c) Un seul barème de prix de base pour chaque pays ou zone géographique, tel qu'indiqué par l'éditeur.

d) Un seul prix de base pour les abonnements relatifs à la diffusion d'éditions spéciales régulières.

(3) Éditions numériques.

a) Un seul prix de base pour le domaine desservi et par durée fixée normalement.

b) Un seul prix de base pour les abonnements vendus à l'extérieur du domaine desservi par durée fixée normalement.

f) On accorde parfois une remise en espèces jusqu'à concurrence de 5 pour 100, exigible dans les 30 jours qui suivent le commencement ou le renouvellement, pour les nouveaux abonnements ou renouvellements souscrits au prix de base de l'abonnement, sans modifier la place de ces abonnements dans les rapports du Bureau.

g) Les publications commerciales 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 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 de un an) qui donne une moyenne de prix d'abonnement annualisée. La période de base pour toute déclaration de l'éditeur est la période de douze mois se terminant à la date de la déclaration de l'éditeur précédent (p. ex., le calcul pour les déclarations pour la période se terminant en décembre est basée sur le revenu de la production et le montant en dollars, la valeur des primes et les renseignements sur les annulations d'abonnement à crédit pour les douze mois terminés le 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.

D 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

D 102.1 Ventes d'exemplaires multiples

a) Tous les exemplaires ou abonnements achetés en quantité de deux ou plus qui, de l'avis du directeur général, servent les intérêts professionnels ou économiques de l'acheteur, sont désignés comme ventes d'exemplaires multiples, à moins d'exception stipulée aux alinéas b) à l). Les ventes

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

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

b) Si le nombre d'abonnements faisant l'objet d'une seule vente en vrac dépasse 5 pour 100 de la moyenne totale des abonnements à terme payés de tous les autres types ou de la diffusion non payée sur demande expresse, qui figure au paragraphe 1 de la déclaration de l'éditeur pour la période qui précède immédiatement celle durant laquelle s'effectue la vente, les abonnements résultant de cette vente au-delà de 5 pour 100 donnent lieu à une explication complète de la vente au paragraphe explicatif, précisant si les exemplaires ont été adressés individuellement ou achetés puis redistribués.

c) Si le nombre d'exemplaires d'un seul numéro faisant l'objet d'une vente en vrac dépasse 1 pour 100 de la moyenne de la diffusion payée totale ou de la diffusion non payée sur demande expresse, à l'exclusion des ventes d'exemplaires multiples au même destinataire et des ventes parrainées d'exemplaires adressés individuellement, figurant au paragraphe 1 de la déclaration de l'éditeur pour la période qui précède immédiatement celle durant laquelle s'effectue la vente, les exemplaires au-delà de 1 pour 100 peuvent être inclus dans les ventes au numéro en vrac. Une explication complète de la vente, précisant si les exemplaires ont été adressés individuellement ou achetés puis redistribués, figure au paragraphe explicatif.

d) En ce qui concerne la vérification initiale ou dans le cas où il n'existe pas de déclaration de l'éditeur pour la période qui précède immédiatement celle au cours de laquelle s'effectue la vente, on calcule le nombre d'exemplaires en fonction de la situation durant la période au cours de laquelle s'effectue la vente.

e) Des ventes d'exemplaires multiples au même destinataire et des ventes parrainées d'exemplaires adressés individuellement figurent au paragraphe 1 de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification. Des ventes d'exemplaires multiples au même destinataire et des ventes parrainées d'exemplaires adressés individuellement figurent à la rubrique « Ventes au numéro » et entrent dans la moyenne de la diffusion payée totale. La ventilation des ventes d'exemplaires multiples au même destinataire et des ventes parrainées d'exemplaires adressés individuellement s'effectue au paragraphe explicatif, en indiquant le type ou la nature des ventes.

f) Le total de la moyenne des abonnements à terme d'exemplaires multiples et la moyenne des ventes d'exemplaires multiples ainsi qualifié dans les rapports du Bureau ne dépasse pas le total de la moyenne de la diffusion payée, à l'exclusion des ventes d'exemplaires multiples au même destinataire et des ventes parrainées d'exemplaires adressés individuellement figurant au paragraphe 1. Si ce cas se produit, la publication ne peut devenir membre.

g) Les exemplaires livrés après la date d'expiration des abonnements à terme d'exemplaires multiples sont exclus de la diffusion payée et inclus dans la distribution non payée.

h) Les ventes d'exemplaires multiples incluses dans la diffusion payée donnent lieu à une explication complète de la vente dans le rapport de vérification et la déclaration de l'éditeur, et on fournit des détails quant au type ou à la nature des ventes, en précisant le prix, le mode de distribution et tout autre détail nécessaire pour rendre possible une analyse claire de leur valeur, y compris la fourchette de ventes, comme suit : « Vendu en quantité de _____ à _____ ».

i) Les abonnements compris dans la vente d'une certaine quantité à une personne, à un groupe de personnes ou une société si la personne, le groupe de personnes ou la société a un intérêt financier dans la publication, ne sont pas compris dans les ventes d'exemplaires multiples mais plutôt dans la distribution non payée, à moins de pouvoir prouver, à la satisfaction du directeur général, que la vente était destinée à profiter à l'acheteur et non pas à la publication.

J) Les abonnements achetés en quantité par des sociétés, des établissements ou des particuliers pour leurs employés, leurs filiales ou leurs succursales ne sont pas assujettis aux modalités de l'alinéa a), mais sont déclarés dans les ventes « individuelles » des rapports d'ABC si les registres prouvent que les exemplaires sont adressés et envoyés à des particuliers employés par l'abonné ou séparément à des succursales ou à des filiales. 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 être distribués aux employés, filiales ou succursales de ces acheteurs.

k) Les ventes en quantité ne font figure de ventes d'exemplaires multiples que lorsque le prix est conforme au paragraphe D 1.1.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

D 102.2 Ventes d'exemplaires multiples parrainées pour l'éducation

Les publications commerciales peuvent demander des fonds aux sociétés ou autres entreprises qui servent à parrainer l'achat d'abonnements destinés aux étudiants des collèges et universités faisant des études dans le « domaine desservi » de la publication. La distribution de ce type peut entrer dans la diffusion payée et être déclarée au titre des « 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) du 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; et le paragraphe réservé aux 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 est comprise dans la diffusion payée.

D 102.3 Abonnements d'association, d'organisme et de société

a) Le membre d'une association, d'un organisme ou d'une société recevant une publication en raison de son adhésion à ladite association, audit organisme ou à ladite société, que l'abonnement 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 qui en résultent sont considérés comme abonnements d'association, d'organisme ou de société, selon le cas, à condition que leurs 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 entrent dans la catégorie « En vrac », à condition que lesdits abonnements répondent aux conditions générales des abonnements en vrac.

b) On distingue deux catégories d'adhésion comme le précisent les paragraphes suivants. La catégorie est expliquée en détail dans les rapports du Bureau.

La première catégorie est celle des abonnements (d'association, d'organisme ou de société, selon le cas) déductibles des cotisations. Il s'agit des abonnements des membres d'une association, d'un organisme ou d'une société, qui donne le choix à ses membres d'accepter la publication ou de la refuser, auquel cas on retranche une somme déterminée de leur cotisation, cette somme n'étant pas inférieure à un cent. L'association, l'organisme ou la société avise le membre de cette option lors de son adhésion à l'association, à l'organisme ou à la société, et chaque avis ou facture de cotisation précise clairement que la somme comprend un abonnement facultatif à la publication, ainsi que le paiement de la cotisation.

La seconde catégorie est celle des abonnements (d'association, d'organisme ou de société, selon le cas) non déductibles des cotisations. Il s'agit des abonnements des membres d'une association, d'un organisme ou d'une société, dont la cotisation demeure la même, qu'ils acceptent ou refusent la publication.

Au moment de son adhésion à l'association, l'organisme ou la société, on avise chaque personne que la cotisation comprend un abonnement à la publication en précisant le montant de la cotisation correspondant au règlement de l'abonnement. Chaque facture de cotisation précise le montant de la cotisation affecté au paiement de l'abonnement.

c) Les dispositions de l'alinéa b) ci-dessus ne s'appliquent pas au candidat si les statuts de l'association, de l'organisme ou de la société stipulent que l'abonnement fait partie de la cotisation de l'association, de l'organisme ou de la société de chaque membre, et que l'éditeur convient au moment de la demande de respecter les modalités susmentionnées au plus tard au début de la deuxième année d'adhésion suivant la période couverte par la vérification initiale. Si au bout de la période convenue, il ne remplit pas les conditions, la publication perd d'office son adhésion au Bureau, conformément aux dispositions de l'alinéa d) de l'article 2.13 des Statuts.

d) Il faut préciser qu'il s'agit d'une publication d'association, d'organisme ou de société dans tous les paragraphes du rapport du Bureau qui traitent des abonnements ou méthodes de vente que les publications d'association, d'organisme ou de société n'emploient pas.

e) Les abonnements 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 un cent.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

D 102.4 Abonnements-cadeaux

a) L'abonnement-cadeau se définit comme un abonnement donné en cadeau à titre de 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 D 1.1.

c) On juge les abonnements donnés dans le but de promouvoir les intérêts professionnels ou commerciaux du donateur en vertu du règlement 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 compte 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 règlements régissant les ventes en vrac.

D 102.5 Abonnements-cadeaux non reconnus comme diffusion payée

a) Abonnements-cadeaux payés par des vendeurs d'abonnements ou d'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 un cent.

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

D 102.6 Abonnements non déductibles des billets d'entrée des foires commerciales

a) Les abonnements individuels reçus à l'achat d'un billet d'entrée à une foire commerciale, un séminaire d'affaires ou toute réunion d'affaires du même genre, où le destinataire n'a pas la possibilité de retrancher le prix de l'abonnement des droits d'inscription, entrent dans la diffusion payée et figurent à la rubrique « Abonnements individuels », s'ils respectent les conditions suivantes :

b) Le billet ou la formule d'inscription précise clairement le montant correspondant à l'abonnement.

c) Le montant correspondant à l'abonnement est d'au moins un cent.

d) Les abonnements déclarés au paragraphe 1a) font l'objet d'une explication détaillée au paragraphe réservé aux explications dans les rapports du Bureau.

e) On déclare ces abonnements séparément dans les paragraphes consacrés aux prix autorisés et aux méthodes de vente d'abonnements, sous le titre « Vendus à l'occasion d'un séminaire ou d'une foire commerciale comme abonnements non déductibles ».

D 102.7 Définition de destinataire justifié

La « Définition de destinataire justifié » dans les rapports du Bureau est un énoncé décrivant, avec des restrictions très précises, les entreprises, industries, titres, professions ou fonctions auxquels la publication est destinée. Elle ne comprend aucun énoncé de type promotionnel et elle peut être revue et corrigée par le directeur général. Les éditeurs conservent les pièces justificatives en vue de la vérification pour une durée maximale de trois ans pour prouver que toute la diffusion non payée dans le domaine desservi et toute la diffusion justifiée payée correspondent à la définition de destinataire justifié. La diffusion payée en instance de justification du domaine desservi ou du destinataire justifié est incluse dans les rapports du Bureau.

D 102.8 Abonnements liés à un partenariat

(Voir également les Politiques et Pratiques concernant les journaux, les publications agricoles, et les publications agricoles vendues avec d'autres services.)

Tous les exemplaires achetés par des particuliers et liés à une entente de partenariat (p. ex. vente par abonnement ou au numéro d'une publication commerciale associée à l'achat d'un autre produit ou service) entrent dans la catégorie des abonnements ou des ventes au numéro liés à un partenariat et sont déclarés dans la déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification conformément aux dispositions de l'alinéa g) ci-dessous, à moins d'exception stipulée dans les dispositions suivantes :

a) L'acheteur est avisé de l'inclusion de l'abonnement à la publication commerciale 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.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

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

e) Le prix total payé doit être d'au moins un cent plus le coût d'achat sans l'abonnement à la publication commerciale et il est le même que le montant indiqué comme étant déductible pour la valeur de l'abonnement. Dans le cas des publications déclarant un prix moyen, le montant déductible est utilisé dans le calcul comme étant la valeur de la publication.

f) En cas de vente d'exemplaires au numéro, le prix d'achat de la publication commerciale (prix au numéro) est déductible au point de vente.

g) Les publications qui vendent des abonnements ou des exemplaires au numéro liés à un partenariat indiquent le nombre moyen d'exemplaires livrés sous la rubrique « Abonnements liés à un partenariat » ou « Ventes au numéro liées à un partenariat », la vente étant décrite en détail au paragraphe explicatif.

ARTICLE 103

D 103.1 Vérification initiale

Voir également B 2.5 vérification initiale

a) La vérification initiale d'une publication commerciale peut se faire aux fréquences indiquées ci-dessous et doit se terminer à la fin d'un mois de l'année civile:

Pour les publications mensuelles ou paraissant plus souvent : au moins trois mois à condition que la diffusion ait été continue pendant au moins trois mois.

Publication paraissant tous les deux mois ou moins souvent : six mois ou au moins deux numéros consécutifs
Publication paraissant deux fois par an ou moins souvent : tous les numéros publiés pendant une période de six mois.

b) Les publications ont le choix du numéro qu'elles analysent pendant la période initiale de vérification.

c) La publication dont la vérification initiale pour une période se terminant à une date autre que le 31 mars le 30 juin le 30 septembre ou le 31 décembre voit sa vérification suivante porter sur une période se terminant le 31 mars le 30 juin le 30 septembre ou le 31 décembre afin de respecter les périodes habituelles de vérification.

D 103.2 Vérification de transfert

Les publications commerciales qui sont membres d'autres bureaux de vérification reconnus et qui font une demande d'adhésion à l'ABC sont admissibles à une vérification de transfert, sous réserve des critères suivants :

a) La publication commerciale, auparavant vérifiée par un bureau de vérification reconnu, a la possibilité pour sa première vérification, sous réserve de l'approbation de la direction, de considérer le rapport de vérification comme une vérification de transfert plutôt que comme une vérification initiale, à condition que le service fourni par le précédent bureau de vérification ait été continu.

b) La vérification de transfert d'une publication commerciale peut être effectuée pour les périodes indiquées ci-dessous et se terminer n'importe quel mois :

Publications mensuelles ou paraissant plus souvent : au moins trois mois à condition que la diffusion ait été continue pendant au moins trois mois.

Publications paraissant tous les deux mois ou moins souvent, mais pas moins de deux fois par année : six mois ou au moins deux numéros consécutifs.

Publications paraissant deux fois par an ou moins souvent : tous les numéros publiés pendant une période de six mois.

c) La publication dont la vérification de transfert est effectuée pour une période se terminant à une date autre que le 31 mars le 30 juin le 30 septembre ou le 31 décembre voit sa vérification suivante porter sur une période se terminant le 31 mars le 30 juin le 30 septembre ou le 31 décembre afin de respecter les périodes habituelles de vérification.

d) Les exceptions à la déclaration pour les nouveaux membres, comme indiqué au paragraphe D 105.2 k), D 105.3 e) et D 105.4 d) ne s'appliquent pas si la publication déclare pour sa vérification courante des données compilées par le bureau de vérification précédent.

ARTICLE 104

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

D 104.1 Déclarations de l'éditeur

a) Les déclarations semestrielles couvrent les périodes allant du 1er janvier au 30 juin et du 1er juillet au 31 décembre ou du 1er octobre au 31 mars et du 1er avril au 30 septembre .

b) Les éditeurs peuvent aussi choisir de faire des déclarations pour les périodes allant du 1^{er} janvier au 31 mars, du 1^{er} avril au 30 juin, du 1^{er} juillet au 30 septembre, et du 1^{er} octobre au 31 décembre. S'il veut procéder de cette façon, l'éditeur en informe le directeur général au moins 15 jours avant le début de la période de vérification visée. L'éditeur qui exerce cette option peut continuer de procéder ainsi pour les périodes de vérification qui suivent.

c) Les éditeurs des publications qui utilisent les cycles de rapport semestriels de juin et décembre peuvent faire une déclaration provisoire pour les périodes trimestrielles allant du 1^{er} janvier au 31 mars et/ou du 1^{er} juillet au 30 septembre seulement. Les éditeurs des publications qui utilisent les cycles de rapport semestriels de mars et septembre peuvent faire une déclaration provisoire pour les périodes trimestrielles allant du 1^{er} avril au 30 juin et/ou du 1^{er} octobre au 31 décembre seulement.

d) Lorsque deux ou plusieurs publications offrent de vendre de la publicité en collaboration, les publications peuvent décider de publier une déclaration de l'éditeur de groupe/réseau combinant les chiffres de la diffusion. Dans ce cas, la déclaration de l'éditeur de groupe/réseau peut inclure le calcul de la diffusion sans double compte, ceci étant facultatif.

Si une publication commerciale déclare sa diffusion sans double compte soit oralement, soit par écrit, directement aux annonceurs ou par le biais de matériel publicitaire ou dans une déclaration publique comparative concernant sa distribution sans double compte, cette publication est tenue de déclarer officiellement sa distribution sans double compte dans le paragraphe réservé aux explications, à l'occasion de sa première déclaration de l'éditeur au Bureau qui suit cette annonce. Avant de publier la déclaration de l'éditeur, le Bureau inspecte les registres de la publication pour s'assurer qu'elle dispose des registres requis pour justifier ses allégations. Si l'inspection révèle qu'elle ne dispose pas des registres requis pour justifier ses allégations conformément aux pratiques normalisées du Bureau, la déclaration de la distribution sans double compte est supprimée de la déclaration de l'éditeur avant sa publication et remplacée par la déclaration suivante : « Les registres demandés par ABC n'étant pas disponibles, le Bureau ne peut confirmer la distribution sans double compte et il ne faut pas tenir compte des allégations faites par la publication ou en son nom. »

Le rapport de vérification suivant répète la même déclaration.

Si, avant que des registres aient été établis depuis assez longtemps pour satisfaire aux exigences des pratiques normalisées du Bureau, la publication déclare à nouveau une certaine diffusion sans double compte, soit oralement, soit par écrit, directement aux annonceurs ou par le biais de matériel publicitaire, 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.

ARTICLE 105

D 105.1 Analyse géographique

a) On analyse la diffusion (à l'exception des exemplaires distribués par les dépositaires de journaux qui représentent moins de 25 pour 100 du total) par État ou province en fonction du numéro de mai ou de novembre, au choix, pour les publications mensuelles, et de n'importe quel numéro de mai ou de novembre pour les publications qui paraissent plus souvent à l'exception de ce qui est stipulé à l'alinéa D 10 3.1b). La diffusion payée et la diffusion non payée figurent dans des colonnes différentes lorsque la diffusion payée est égale ou supérieure à 50 pour 100 de la diffusion totale.

b) La publication compte et analyse la diffusion d'un seul numéro par période de vérification. L'éditeur conserve la liste d'envoi et les résultats pour les soumettre à l'examen du vérificateur du Bureau. Les chiffres utilisés dans la déclaration de l'éditeur suivante sont calculés en fonction des pourcentages par État ou province selon les résultats du numéro analysé, et on fait la projection de ces pourcentages pour indiquer le nombre total d'exemplaires du numéro au paragraphe 4.

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

c) Toute publication américaine ayant une diffusion de 35000 exemplaires ou plus au Canada est tenue d'indiquer la ventilation géographique de sa diffusion au Canada, par province, au paragraphe réservé aux explications générales. Toute publication canadienne ayant une diffusion payée de 35 000 exemplaires ou plus aux États-Unis est tenue d'indiquer la ventilation de sa diffusion aux États-Unis, par État, au paragraphe réservé aux

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

explications générales.

d) Le nombre d'exemplaires de la diffusion non classée dans la ventilation par État ou province ne peut pas dépasser 5 pour 100 dans la déclaration 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) La diffusion à l'étranger figurant dans l'analyse géographique des rapports de vérification et de la déclaration de l'éditeur est classée par pays sous une forme approuvée par le directeur général. Lorsque la diffusion dans un pays (autre que les États-Unis, le Canada et le Mexique) est égale ou supérieure à 5 % de la diffusion totale du numéro analysé, on indique dans le paragraphe explicatif le nom du pays et la diffusion.

f) Lorsque la diffusion du numéro d'une publication quelconque choisi pour la ventilation est supérieure ou inférieure à la diffusion moyenne pendant la période, on indique au paragraphe relatif à cette ventilation le pourcentage de différence entre la diffusion de ce numéro et la diffusion moyenne pendant la période.

g) Les exemplaires d'abonnements adressés aux membres des Forces armées ou au personnel civil affilié dont on ignore la destination finale figurent dans la colonne de la ventilation géographique, en regard de « Personnel militaire ou civil outre-mer ».

Les exemplaires d'abonnements adressés au personnel des Forces armées ou au personnel civil affilié, à des destinations connues des États-Unis et de ses territoires ou du Canada, figurent dans la répartition géographique en regard des états, territoires ou provinces où on envoie les exemplaires.

De même, les exemplaires qu'un éditeur expédie aux services des Forces armées ou à d'autres organismes de distribution faisant l'acquisition de ces exemplaires en vue de les revendre aux membres des Forces armées ou au personnel civil affilié, qui se trouvent à l'extérieur des États-Unis et de ses territoires ou du Canada, figurent dans la ventilation géographique, à la colonne « Ventes au numéro », en regard de la catégorie « Personnel militaire ou civil outre-mer ».

Les ventes au numéro présentant le même caractère à l'intérieur des États-Unis et de ses territoires ou du Canada figurent à la rubrique des États, territoires ou provinces où s'effectuent les ventes. Lorsqu'il n'est pas possible de déterminer l'emplacement géographique avec exactitude, on inscrit les exemplaires en question à la rubrique « Non classé ».

h) On déclare la diffusion non payée dans le domaine desservi à condition que la publication soit livrée aux destinataires de la façon suivante :

(1) Les publications mensuelles ou paraissant moins souvent envoient au destinataire tous les numéros pendant au moins six mois consécutifs; ou

(2) Les publications qui paraissent plus souvent qu'une fois par mois envoient 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 assez longtemps ou en nombre suffisant en raison de la conversion à la diffusion payée ou pour cause de décès, départ en retraite ou mutation.

D 105.2 Analyse par secteur

a) La déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification des publications commerciales comportent l'analyse par secteur des abonnements. Cette condition est obligatoire pour les abonnements aux États-Unis et au Canada, et facultative pour les abonnements à l'étranger.

En outre, les éditeurs ont le choix d'analyser et de déclarer la diffusion selon le pays en suivant la procédure normale du Bureau régissant l'analyse par secteur de la diffusion composée d'abonnements.

b) Les publications commerciales ont le choix d'inclure au paragraphe 3 des sous-totaux distincts pour les abonnements au Canada et à l'étranger dans la déclaration de l'éditeur et les rapports de vérification, que la diffusion soit analysée ou non.

c) L'analyse par secteur s'effectue par entreprise et industrie, ou par titre, métier ou profession. La ventilation indique les sous-totaux pour la diffusion totale justifiée payée et non payée. La diffusion payée et la diffusion non payée figurent dans des colonnes différentes lorsque la diffusion payée est égale ou supérieure à 50 pour 100 de la diffusion totale. Toutes les publications desservant le même domaine peuvent utiliser une table de catégories convenues d'un commun accord sous réserve de l'autorisation du directeur général.

d) Au cas où la nature de la publication rend l'analyse par secteur difficile ou impossible, le conseil d'administration peut autoriser une dérogation au règlement et, dans ce cas, l'éditeur inscrit la mention suivante à la place de l'analyse : « Les chiffres n'ont pas été indiqués avec la permission spéciale du conseil d'administration ».

e) Les chiffres analysés au paragraphe qui se rapporte à l'analyse par secteur comprennent les abonnements individuels, les abonnements d'association, les abonnements collectifs (par la poste - offre spéciale) et en vrac (abonnements à terme en vrac). Les ventes des déposataires et les

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

ventes au numéro ne sont pas incluses. Si les abonnements d'association, les abonnements aux éditions spéciales (abonnements intermittents), ventes en vrac parrainées pour l'éducation ou les abonnements non déductibles vendus avec les billets d'entrée des foires commerciales ou les droits de participation aux séminaires sont égaux ou supérieurs à 2 pour 100 des numéros analysés, ils figurent séparément dans l'analyse. Le numéro analysé doit être le même que celui utilisé pour l'analyse géographique. L'éditeur peut noter le pourcentage d'exemplaires dans toutes les catégories s'il le désire, y compris celles qui ne font pas l'objet d'une analyse, dans la colonne du total seulement. Les abonnements payés aux États-Unis et au Canada dont on ne peut vérifier la conformité au domaine desservi ni la définition des destinataires sont déclarés comme « Autre diffusion payée ». L'éditeur note convenablement la date des calculs qu'il a effectués et les conserve aux fins de la vérification.

f) Les catégories choisies par l'éditeur proviennent des renseignements inscrits sur les cartes de visite, le papier à en-tête, les répertoires officiels, des questionnaires et autres preuves acceptables ainsi que d'entretiens téléphoniques.

Lorsqu'on utilise un questionnaire pour obtenir des renseignements précis sur les fonctions d'un abonné, il est rédigé de façon à cerner ce qui intéresse celui-ci au plus haut point dans le domaine desservi par la publication.

Il faut conserver toutes ces données pour l'examen du vérificateur. Le Bureau se réserve le droit de vérifier la classification au moyen d'une lettre ou d'un appel téléphonique s'il juge que les preuves fournies ne sont pas suffisantes.

On n'accepte pas de renseignements aux fins de la ventilation obtenus plus de trois ans avant la date du numéro faisant l'objet de l'analyse. Aucune information obtenue après la date limite fixée pour le dépôt de la déclaration de l'éditeur ne peut être utilisée à des fins de classification.

g) Lorsque les éditeurs membres utilisent la classification type des industries pour effectuer l'analyse par secteur dans le domaine du commerce et de l'industrie, ils ont le choix de classer tous les abonnés, soit selon l'activité principale de leur établissement, soit, si l'on s'y livre à plusieurs activités distinctes, selon l'activité professionnelle principale de l'abonné. La méthode de classification employée figure dans l'analyse déclarée au paragraphe 3 de la déclaration de l'éditeur et des rapports de vérification.

h) Lorsque la diffusion du numéro choisi pour effectuer l'analyse est supérieure ou inférieure à la diffusion moyenne de la période, on indique le pourcentage de différence entre la diffusion du numéro en cause et la diffusion moyenne de la période au paragraphe relatif à cette analyse.

i) Lorsqu'on connaît les fonctions des officiers ou du personnel des Forces armées abonnés, on peut les mentionner dans la catégorie correspondant aux fonctions de l'abonné. Si l'on ne dispose d'aucune information ou s'il n'existe pas de catégorie correspondant aux fonctions de l'abonné, on inscrit l'abonnement dans une catégorie « Gouvernement » ou dans la catégorie «Autre » ou «Autres associés au domaine ».

j) S'il y a une catégorie «Gouvernement étranger » ou «Gouvernement », on y inscrit les abonnements destinés au gouvernement russe et aux pays satellites.

S'il y a une catégorie distincte pour le gouvernement national et les gouvernements étrangers, on inscrit dans celle-ci les abonnements destinés au gouvernement russe et aux pays satellites.

Au cas où il n'y a pas de catégorie «Gouvernement étranger ou gouvernements», on inscrit les abonnements destinés au gouvernement russe et aux pays satellites dans la même colonne que les abonnements destinés au gouvernement d'autres pays, à condition d'avoir les pièces justificatives voulues pour justifier l'inclusion desdits abonnements dans cette catégorie. En l'absence de preuve, on inscrit ces abonnements à la rubrique «Autre » et «Autres associés au domaine ».

k) Au cas où une publication spécialisée nouvellement admise à titre de membre n'est pas en mesure de fournir les registres voulus pour se conformer aux normes du Bureau en matière d'analyse par secteur de la diffusion des abonnements, selon les alinéas e) et f) ci-dessus, elle fait la déclaration suivante au paragraphe de la déclaration de l'éditeur et des rapports de vérification consacré à l'analyse par secteur:

« 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 de la procédure de déclaration de l'analyse par secteur, la publication déroge temporairement aux dispositions relatives à l'analyse par secteur.»

La déclaration susmentionnée n'est pas utilisée au-delà de 18 mois après la période sur laquelle porte la vérification initiale. Lorsque cette période est écoulée, si la publication ne fournit pas les registres voulus, on le signale au conseil d'administration.

l) On déclare la diffusion non payée dans le domaine desservi à condition que la publication envoie ses exemplaires de la façon suivante :

(1) Les publications mensuelles ou paraissant moins souvent envoient au destinataire tous les numéros pendant au moins six mois consécutifs;

ou

(2) Les publications qui paraissent plus souvent qu'une fois par mois envoient au destinataire au moins six numéros consécutifs pendant au

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

moins trois mois consécutifs.

Il est possible de remplacer les exemplaires qui n'ont pas été livrés assez longtemps ou en nombre suffisant en raison de la conversion à la diffusion payée ou pour cause de décès, départ en retraite ou mutation.

D 105.3 Date de la source

a) La date de la source pour les exemplaires de la publication qui entrent dans la catégorie de la diffusion non payée dans le domaine desservi et peuvent la déclarer pour les exemplaires de la publication qui entrent dans la catégorie de la diffusion payée justifiée.

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 par secteur (paragraphe 3a) et pour l'analyse géographique (paragraphe 4). Aucune information obtenue après la fin de la période de déclaration de l'éditeur ne peut être utilisée à des fins de classification.

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 1b). Les éditeurs doivent aussi déclarer la production générée par Internet ou par courriel sur une ligne séparée au paragraphe 3B des rapports d'ABC.

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 - par écrit;

Abonnements d'association (s'ils peuvent être déduits des cotisations) à la demande expresse du destinataire - par écrit;

Abonnements d'association (s'ils ne peuvent pas être déduits des cotisations) sur communication autre que demande - par écrit;

Abonnements collectifs à la demande expresse de la part de la société qui emploie le destinataire - par écrit; Abonnements en vrac sur communication autre que demande - par écrit.

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 des sources, 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.

D 105.4 Analyse du fichier d'adresses

a) La déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification des publications commerciales comportent une analyse, par adresse de destinataires, de la diffusion justifiée payée et non payée. Le numéro analysé est le même que celui utilisé dans l'analyse par secteur et dans l'analyse géographique si elle déclare des données. Aucune information obtenue après la date limite fixée pour le dépôt de la déclaration de l'éditeur ne peut être utilisée à des fins de classification.

On déclare la diffusion payée et la diffusion non payée dans des colonnes distinctes si la diffusion payée est égale ou supérieure à 50 pour 100 de la diffusion totale.

b) La diffusion des abonnements fait l'objet d'une analyse selon la manière dont les exemplaires sont adressés, dans les catégories suivantes : les particuliers désignés par leur nom et titre ou profession; les particuliers désignés seulement par leur nom; les titres ou professions seulement; les entreprises désignées seulement par leur nom; et les abonnements en vrac.

On déclare les exemplaires adressés à des particuliers sans mention de leur titre à la rubrique «Particuliers désignés par leur nom et titre ou

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

profession » si l'on fournit suffisamment de pièces justificatives vérifiables concernant leur titre. Les exemplaires adressés à la « Bibliothèque » ou au « Bibliothécaire » figurent dans la rubrique « Exemplaires adressés aux entreprises désignées seulement par leur nom ».

Les publications qui n'effectuent pas l'analyse par titre dans l'analyse par secteur/ profession au paragraphe 3a) peuvent, à leur choix, déclarer ces abonnements dans la catégorie ou dans la catégorie « Particuliers désignés par leur nom et titre » ou dans la catégorie « Particuliers désignés seulement par leur nom ».

c) La publication compte et analyse un numéro pendant chaque période de vérification, si elle déclare des données. 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.

L'éditeur est libre de compter et d'analyser un numéro pour chaque déclaration de l'éditeur, s'il le souhaite.

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

ARTICLE 106

D 106.1 Renouvellements

a) Les publications commerciales qui déclarent la diffusion payée ne sont pas tenues de déclarer le pourcentage des renouvellements. L'analyse porte seulement sur les abonnements de la diffusion payée.

b) Un abonnement est censé être un renouvellement si la demande d'abonnement est reçue dans les six mois qui suivent la date d'expiration et réglée dans les six mois qui en suivent la réception.

c) Pour obtenir le pourcentage des renouvellements, on divise le nombre total d'abonnements venus à expiration au cours d'une période de 12 mois par le nombre total de renouvellements desdits abonnements. (La date d'expiration est la date à laquelle l'abonnement a expiré et non la date à laquelle la livraison a été interrompue ou arrêtée.)

d) Le pourcentage de renouvellements des abonnements d'association, des abonnements limités aux éditions spéciales (diffusion d'éditions spéciales régulières) et des abonnements individuels est indiqué séparément pour chaque catégorie. Chaque éditeur est libre de déclarer un pourcentage global des renouvellements en plus du pourcentage de renouvellements des abonnements individuels et des abonnements d'association.

e) Dans le calcul des pourcentages de renouvellements, on peut faire abstraction des 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. »

f) Si une publication commerciale déclare un nombre de renouvellements, soit oralement soit par écrit, directement aux annonceurs ou par le biais de matériel publicitaire, ou si elle rend publique une comparaison concernant son pourcentage de renouvellements, elle doit confirmer officiellement ses allégations au paragraphe explicatif de la déclaration de l'éditeur suivante. Avant de publier la déclaration de l'éditeur, le Bureau inspecte les registres de la publication pour s'assurer qu'elle dispose des registres requis pour justifier ses allégations. Si l'inspection révèle qu'elle ne dispose pas des registres requis pour justifier ses allégations conformément aux pratiques normalisées du Bureau, la déclaration du pourcentage de renouvellements est supprimée de la déclaration de l'éditeur avant sa publication et remplacée par la déclaration suivante :

« Les registres demandés par ABC n'étant pas disponibles, le Bureau ne peut confirmer le pourcentage de renouvellements et il ne faut pas tenir compte des allégations faites par la publication ou en son nom. »

Le rapport de vérification suivant répète la même déclaration.

Si, avant que des registres aient été établis depuis assez longtemps pour satisfaire aux exigences des pratiques normalisées du Bureau, la publication allègue de nouveau un certain nombre de renouvellements ou un pourcentage de renouvellements, soit oralement, soit par écrit, directement aux annonceurs ou par le biais de matériel publicitaire, 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.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

ARTICLE 107

D 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 pour ces abonnements, ils sont classés comme payés, mais indiqués selon une classification distincte.

D 107.2 Numéros antérieurs

a) On considère qu'un numéro d'une publication est un numéro antérieur dès que le numéro suivant est mis en vente.

b) Les numéros antérieurs livrés dans le cadre d'une offre d'abonnement à terme entrent dans la catégorie de la diffusion payée jusqu'à concurrence de trois mois avant la date de la demande d'abonnement, à condition 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 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) Au cas où l'abonné n'a pas été informé expressément au moment ou avant la date de la demande qu'il recevra des numéros antérieurs dans le cadre de son abonnement, seuls les exemplaires livrés qui ne remontent pas à plus d'un numéro antérieur au numéro actuel à la date de la demande, pour une publication qui n'est pas hebdomadaire, ou de plus de deux numéros antérieurs au numéro actuel à la date de la demande, pour une publication hebdomadaire, entrent dans la diffusion payée.

e) Les numéros antérieurs vendus à l'exportation et distribués à l'étranger ne figurent pas dans les déclarations de l'éditeur et les rapports 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 ait expressément commandé ces numéros antérieurs. Lorsque des numéros antérieurs sont envoyés avec des numéros actuels en vente, seul le numéro actuel compte comme diffusion payée et ce, à condition que le montant soit le prix normal au numéro du numéro actuel.

D 107.3 Encouragements à payer

a) Toute réduction de plus de 10 % du prix d'offre original (à condition que la valeur de la réduction ne soit pas égale ou supérieure au prix d'offre), ou l'offre d'un mois d'abonnement supplémentaire au maximum, consentie pour accélérer le paiement ou pour obtenir des renseignements démographiques après la réception d'une demande d'abonnement, constitue un encouragement à payer. Toute réduction de plus de 10 % du prix d'offre original offerte pour accélérer le paiement avant la réception d'une demande d'abonnement, ou l'offre d'un mois d'abonnement supplémentaire au maximum, ne constitue pas un encouragement à payer, mais un prix réduit ou une prime, selon le cas, et doit être déclaré comme tel.

Un encouragement à payer peut comprendre 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 dans le paragraphe explicatif de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification.

b) On déclare le nombre d'abonnés qui se sont prévalus d'encouragements à payer durant une période ordinaire couverte par la déclaration de l'éditeur dans le paragraphe explicatif de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification ayant trait à cette déclaration, même si la demande d'abonnement remonte à une période antérieure.

ARTICLE 108

D 108.1 Abonnements reçus en rapport avec un contrat de publicité

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

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

L'on exige au moins un cent de plus que le 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 aux succursales ou aux employés.

b) Lorsque les abonnements sont envoyés en vrac à l'acheteur, ils entrent dans la catégorie « Abonnements en vrac », sauf si l'éditeur a dans ses dossiers des preuves documentaires montrant que les exemplaires envoyés en vrac sont destinés à des employés, des filiales ou des succursales de cet acheteur.

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

d) 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 catégorie « Divers » de la diffusion non justifiée.

D 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'article en cause 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 article 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 journaux ou de périodiques 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.

(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) Les marchandises offertes aux abonnés payants actuels pour les inciter à changer de mode de paiement pour leurs abonnements futurs. Ces offres sont faites indépendamment des efforts déployés pour obtenir le renouvellement des abonnements et se limitent à encourager les abonnés à consentir à un service constant (jusqu'à ce qu'il soit refusé) qui peut inclure la facturation automatique et/ou le débit d'un compte de carte de crédit autorisé.

(5) L'accès gratuit ou à prix réduit aux archives, aux numéros antérieurs ou au contenu enrichi de la publication dans le cadre de l'offre d'abonnement.

(6) L'accès gratuit ou à prix réduit au site Web de la publication.

(7) 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.

(8) Les offres de bon gré que l'éditeur fait aux abonnés actuels, sur une base limitée, aléatoire ou isolée, lesquelles, de l'avis du directeur général, ne laissent pas croire à la réception de tels articles en rapport avec la poursuite de l'abonnement ou des abonnements futurs.

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

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

une autre publication. Toute 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.

D 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 D 1.1.

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.

D 108.4 Primes offertes avec les ventes combinées

Lorsqu'on offre une prime liée à la vente combinée de plusieurs publications commerciales, le montant que paie l'abonné ne doit pas être inférieur à la valeur de la prime selon la définition de l'article D 8.3 plus le montant prescrit à l'article D 8.5. Lorsque la prime s'applique à deux publications ou plus, dont l'une est une publication commerciale et l'autre une revue, une publication agricole ou un journal, le montant payé par l'abonné ne doit pas être inférieur à un cent pour la publication commerciale plus au moins le montant admissible précisé par la division de l'autre publication plus la valeur de la prime, qu'elle soit ou non stipulée.

D 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 D 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) Lorsqu'une offre propose ou vend des abonnements à deux ou plusieurs publications ensemble, par la poste ou par un représentant, l'abonné paie au moins un cent par publication.

(1) Lors de la commande ou de la vente de deux abonnements à deux ou plusieurs publications, dont l'une est une publication commerciale et l'autre une revue, une publication agricole ou un journal, le montant payé par l'abonné ne doit pas être inférieur à un cent pour la publication commerciale plus au moins le montant justifié tel que défini par la division de l'autre publication.

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 D

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

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 le montant à facturer en plus ou à déduire du contrat existant ou du renouvellement dans l'offre d'abonnement supplémentaire ou, si elle n'a pas été mentionnée, le montant est basé sur le prorata du prix de base de chaque publication par rapport au prix de vente.

d) Les exemplaires vendus à des abonnés ou à des personnes renouvelant leur abonnement à une publication commerciale entrent dans la diffusion payée à l'une des deux conditions suivantes :

(1) L'offre d'« ajouter » une publication exige l'acceptation par l'abonné ainsi qu'une augmentation de prix par rapport au prix du contrat existant, ou la possibilité d'une baisse de prix par rapport à celui du contrat existant si l'offre est déclinée. Le montant du paiement supplémentaire ou de la réduction par rapport au prix du contrat existant doit être clairement indiqué et correspondre au moins au montant justifié tel que le définissent les règles de la diffusion payée de la publication.

(2) L'offre d'« ajouter » une publication exige que l'on prévienne l'abonné, et l'on ne peut insinuer ni suggérer dans le matériel promotionnel que la publication commerciale ajoutée est « gratuite » ou « sans coût supplémentaire ». Le montant payé pour toutes les publications combinées doit être au moins un montant justifié tel que le définissent les règles de diffusion payée de la publication.

D 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 règlements 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.

D 108.7 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.

D 108.8 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 vérification.

D 108.9 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.

D 108.10 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 à au moins un cent. La transaction doit être expliquée clairement dans la déclaration de l'éditeur. Un registre satisfaisant doit être à la disposition du Bureau pour s'assurer que le paiement approprié a été effectué.

D 108.11 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.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

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 six mois suivant le commencement du service, pour les publications commerciales.

(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.

D 108.12 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 de la commande ait été payée. Dès lors, l'abonnement est considéré comme étant payé pour toute la durée.

ARTICLE 109

D 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.

D 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 du 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.

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.

D 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.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

D 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.

D 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 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.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

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.

D 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.

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.

D 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.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

(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

D 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 commerciales conformément aux définitions et instructions suivantes :

Les paragraphes a) à d) inclusivement ne s'appliquent qu'à la diffusion payée des abonnements. Le paragraphe f) ne s'applique qu'à la diffusion non payée dans le domaine desservi.

a) Demande 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 ».

Les demandes d'abonnement envoyées par Internet, courriel, télécopieur et autres moyens électroniques peuvent entrer dans la catégorie « Demande par la poste ou demande expresse » si l'abonné en a pris lui-même l'initiative.

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 connues couramment sous le nom de « catalogue ». Les agences de vente sur catalogue acceptent en général les demandes d'abonnement à un grand nombre et souvent à 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 », «Solliciteurs indépendants

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

», vendeurs individuels, dépositaires de journaux, librairies, receveurs des postes, etc.

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

Abonnements obtenus par l'éditeur 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 (3) ci-dessus sont les suivantes:

La sollicitation personnelle est effectuée par des vendeurs professionnels qui ont choisi la vente d'abonnements comme leur principal gagne-pain. 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.

c) Membres d'association :

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

d) Les abonnements vendus à titre non déductible à des personnes inscrites à des foires commerciales, des séminaires d'affaires ou des réunions d'affaires de ce genre entrent dans la catégorie «Toutes autres méthodes » avec la mention «Vendu à titre non déductible à des séminaires d'affaires ou des foires commerciales».

e) 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 leur production.

f) L'analyse des sources de la diffusion non payée dans le domaine desservi figure au paragraphe 3 b) de la formule de déclaration de la diffusion payée et justifiée non payée. Les renseignements sur les sources de la diffusion justifiée non payée au domaine desservi figurent au paragraphe explicatif et ne comportent pas de déclaration de nature promotionnelle. De plus, ils sont assujettis à modification par le directeur général.

D 110.2 Éditions séparées

a) Une publication commerciale membre, publiée sur papier ou en format numérique, peut inclure la diffusion d'une édition distincte, sur papier ou en format numérique, dans sa diffusion justifiée dans la déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification, sous réserve de la condition suivante :

(1) L'édition peut avoir le même nom et le même logo que la publication membre, ou encore les éditions ou parties de la distribution de la publication peuvent indiquer sur la première page un nom autre que le nom d'adhésion à ABC, pourvu que le logo du membre soit compatible avec le logo de base du membre pour toutes les éditions, que le mot « édition » soit indiqué de façon cohérente sur chaque édition et que l'un et l'autre soient bien lisibles.

b) La publication commerciale publiée en plusieurs éditions dont la publicité est vendue séparément dans une ou plusieurs éditions est tenue d'indiquer la diffusion moyenne pour chaque édition et de préciser la fréquence de parution au paragraphe 1 d) sous le titre «Moyenne de la diffusion payée et non payée des éditions régionales et démographiques» ainsi que les totaux de toutes les éditions dans des colonnes distinctes, aux paragraphes 3 a) et 4 de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification.

c) L'éditeur membre peut désigner comme « Éditions » certaines parties de la distribution, sur papier ou en format numérique, de sa publication.

d) Faute de désignation particulière comme « Édition » ou « Éditions », la publication est tenue de déclarer, au paragraphe 1 d), la diffusion moyenne pour chaque partie et, aux paragraphes 3 a) et 4 des rapports du Bureau, le total pour chaque partie dans laquelle la publicité figure ordinairement séparément, sauf pour les régions comprenant un État, une province ou un pays dans leur totalité ou comprenant une classification commerciale ou professionnelle complète déclarée au paragraphe 3 a) (ou un groupe de chacun).

e) La publication commerciale qui fait une déclaration sur la formule de déclaration de la diffusion payée ou la formule de la diffusion payée et justifiée non payée et qui publie plusieurs éditions dont la publicité est vendue séparément, est tenue, chaque fois qu'une ou plusieurs de ces éditions ont une diffusion payée inférieure à 70 pour 100, conformément à l'article 2.11 des Statuts (ou inférieure à 50 pour 100 de la diffusion payée dans le

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

cas des membres provisoires), d'indiquer, dans des colonnes distinctes, la diffusion payée, non payée et non justifiée pour chaque édition, ainsi que les totaux pour toutes les éditions, aux paragraphes 1 a), b) et c) de la déclaration de l'éditeur. La colonne relative à chaque édition ayant une diffusion payée inférieure à celle requise, selon la définition donnée plus haut, contient un renvoi au paragraphe réservé aux explications générales où elle est expliquée en détail. Si aucune édition n'a une diffusion payée inférieure à 70 pour 100, conformément à l'article 2.11 des Statuts (ou inférieure à 50 pour 100 de la diffusion payée dans le cas des membres provisoires), la publication n'est pas tenue de séparer chaque édition aux paragraphes 1 a), b) et c) de la déclaration de l'éditeur pour une période complète de vérification.

Voir également l'article D 101.3 Éditions numériques et versions numériques.

D 110.3 Versions numériques et éditions numériques

a) Le terme « version numérique » ou « édition numérique » s'applique à tous les exemplaires distribués par des moyens électroniques ou sans papier.

(1) Une version numérique est une publication distribuée par des moyens électroniques ou numériques qui préservent l'identité de base de la publication hôte en gardant le même nom ou logo et dont le contenu rédactionnel et publicitaire est identique à celui du produit hôte de base. La version numérique peut contenir des liens au site Web de l'éditeur, à condition que le site Web offre un contenu rédactionnel plus à jour ou plus étoffé que l'édition imprimée.

(2) Une édition numérique est un produit distribué par des moyens électroniques ou numériques qui préserve l'identité de base de la publication hôte en gardant le même nom ou logo ou en s'identifiant comme « une édition de _____ », mais dont le contenu rédactionnel et/ou publicitaire est différent.

La diffusion de l'édition numérique doit être déclarée séparément dans la déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification, conformément à l'article D 10.2 des Règlements.

b) Il faut déclarer séparément la moyenne de la diffusion justifiée des versions ou des éditions numériques dans les paragraphes 1A, 1B, 1C et 1D des rapports d'ABC.

(1) Si le nombre moyen d'exemplaires des versions ou éditions numériques dépasse cinq pour cent de la moyenne de la diffusion justifiée totale lors de la période sur laquelle porte la déclaration, la diffusion des versions ou des éditions numériques doit être déclarée séparément dans les paragraphes 2, 3A, 3B, 3C et 4 des rapports d'ABC.

c) Les versions et éditions numériques ne peuvent pas être composées d'un bulletin, imprimé ou électronique, ou du libre accès à un site Web.

d) La distribution peut se faire « par pression » ou « par attraction ».

Dans le cas des abonnements payés, soit par l'abonné même soit par son employeur, livrés par attraction, il n'est pas nécessaire d'aviser l'abonné par courriel que le produit est accessible sur le site Web à accès restreint. Dans le cas des abonnements achetés en vrac par des tiers, le courriel de notification doit être adressé aux destinataires désignés.

Dans le cas des abonnements non payés livrés par attraction, le courriel avisant l'abonné que le produit est accessible sur le site Web à accès restreint est considéré comme une livraison.

e) Les abonnés à la version ou l'édition numérique seulement doivent fournir une adresse physique aux fins de la déclaration au paragraphe 4 Analyse géographique. Ceux qui ne fournissent pas d'adresse physique utilisable sont déclarés sous « adresse électronique seulement » et ne sont pas assujettis à la limite des 5 % prescrite à l'alinéa D 105.1 c) Analyse géographique.

f) Pourvu que tous les autres critères d'admissibilité soient satisfaits, exemplaires non payés livrés par attraction et exemplaires payés et non payés livrés par pression retournés en raison d'un problème de livraison peuvent être inclus dans la diffusion justifiée pour une période limitée, à condition que le problème de livraison soit rectifié, ou que le nom de l'abonné soit éliminé du dossier des abonnés conformément au barème suivant : quotidien – dix numéros; hebdomadaire – quatre numéros; bimensuel – deux numéros; mensuel – un numéro.

Lorsque la livraison initiale de la version ou de l'édition numérique à un abonné fait exception au mode de distribution habituel de l'éditeur, ou suit la livraison du dossier principal de la publication, le calendrier ci-dessus entre en vigueur avec la prochaine livraison prévue du dossier principal (versions ou éditions imprimées et numériques). Toute version ou édition numérique initiale dont la livraison fait exception au mode de distribution habituel de l'éditeur ou suit la distribution au dossier principal n'est pas assujettie au calendrier des « retours » et ne peut pas être incluse dans la diffusion justifiée.

g) L'éditeur peut effectuer une conversion à mi-parcours de la version ou l'édition imprimée seulement à la version ou l'édition numérique seulement, à condition que l'abonné ait la possibilité de refuser la conversion et de garder son abonnement à la version ou l'édition imprimée, ou encore

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

de résilier carrément son abonnement.

h) Les ventes en vrac payées et les accords de licence peuvent être déclarés dans la diffusion justifiée dans les rapports d'ABC, à condition que l'acheteur paie un prix admissible pour chaque abonnement.

i) Les publications doivent déclarer la méthodologie de livraison numérique au paragraphe explicatif des rapports d'ABC.

Voir également les articles D 101.2 Prix, D 105.3 Date de la source, et D 110.2 Éditions séparées.

ARTICLE 111

D 111.1 Ajouts et suppressions

Les éditeurs qui declare la diffusion justifiée non payée inscrivent au paragraphe 2 le nombre d'ajouts et de suppressions effectués par mois sur les listes de destinataires de la diffusion non payée dans le domaine desservi. La déclaration d'ajouts et de suppressions est facultative pour la période de vérification initiale.

Les publications desservant l'industrie médicale dont la diffusion justifiée non payée se compose à 90 % ou plus des abonnements livrés aux personnes inscrites sur les listes de l'American Medical Association, l'American Osteopathic Association ou l'American Dental Association, sont libres de déclarer ou non les ajouts et suppressions.

a) La publication qui choisit de ne pas déclarer les ajouts et suppressions doit indiquer la raison de l'omission dans le paragraphe explicatif des rapports d'ABC.

b) La publication qui utilise la même liste pour plus d'un numéro doit indiquer le nombre de numéros livrés à partir de la même liste au paragraphe explicatif des rapports d'ABC.

ARTICLE 112

D 112.1 Diffusion non payée sur demande expresse

La diffusion non payée sur demande expresse peut être déclarée au paragraphe 1 b) 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 initial 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.

Si le service d'abonnement non payé est demandé à un éditeur pour des employés, des filiales ou des succursales de société ou d'établissement, la lettre ou demande de service non payé mentionne la date de la demande et porte la signature de la personne demandant expressément la livraison de la publication. La demande comprend le nom de chaque personne pour laquelle on demande la publication, et les données sont conservées par la publication pour examen du vérificateur.

Les renseignements relatifs à la classification par profession de tous les destinataires sont clairement indiqués sur la demande, ou il faut noter la source de référence et la mettre à la disposition du vérificateur pour examen. Les demandes par téléphone de service d'abonnement non payé provenant de destinataires qualifiés ou de la société du destinataire peuvent figurer comme demandes expresses.

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

(1) Il faut demander expressément à la personne ou à l'employé de la société dans le cas de demandes collectives, si elle (s'il) souhaite recevoir la publication, en utilisant une phrase de ce genre :

« Je souhaite recevoir la revue (nom de la publication) __Oui __Non. » On peut aussi utiliser cette autre phrase : «Veuillez signer ici si vous souhaitez recevoir la revue (nom de la publication). »

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

(2) Si la formule de demande utilisée pour solliciter de nouveaux abonnés est propre à une publication (ne comprend pas d'offres pour d'autres produits ou services) et si elle doit être remplie par le destinataire, il n'est pas nécessaire qu'elle contienne une phrase demandant si la personne, ou le

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

représentant de la société dans le cas de commandes collectives, souhaite recevoir la publication.

(3) Il faut demander les renseignements relatifs à la classification par profession du destinataire sur la formule de demande, ou noter la source de référence et la mettre à la disposition du vérificateur pour qu'il examine les renseignements.

Les demandes par courriel, télécopieur ou autre forme de courrier électronique de service d'abonnement non payé à l'initiative de destinataires justifiés ou de la société d'un destinataire justifié peuvent être considérées comme demandes expresses par écrit.

Les demandes par téléphone de service d'abonnement non payé à l'initiative de destinataires justifiés ou de la société d'un destinataire justifié peuvent être déclarées comme demandes expresses par télémarketing.

(4) La formule de demande par écrit doit comporter le nom et l'adresse des destinataires individuels ou leur signature.

La formule de demande par courriel et Internet doit contenir une question personnalisée à laquelle seul le destinataire est censé capable de répondre, comme la date de naissance ou le nom de jeune fille de sa mère. On pose des questions différentes au moment du renouvellement des demandes, et toutes les questions personnelles sont soumises à l'approbation du bureau. Lorsque l'abonné doit fournir une information personnelle telle que son nom d'utilisateur et son mot de passe Internet, une question d'identification personnelle n'est pas requise. Les éditeurs sont chargés de conserver des dossiers et registres appropriés pour vérifier les demandes.

Lorsque les éditeurs font du 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 censé capable de répondre, comme sa date de naissance ou le nom de jeune fille de sa mère. On pose des questions différentes au moment du renouvellement des demandes, et toutes les questions personnelles sont soumises à l'approbation du Bureau. Lorsque la transaction est enregistrée et disponible à des fins de vérifications, une question d'identification personnelle n'est pas requise. Les éditeurs sont chargés de conserver des dossiers et registres appropriés pour vérifier les appels téléphoniques.

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

(1) À des fins de renouvellement uniquement, les formes d'engagement suivantes initiées par l'abonné se qualifient aussi comme demande pour la publication :

- (a) Changement d'adresse et/ou d'affiliation à une compagnie
- (b) L'accès à la version électronique de la publication selon l'échelle suivante:
 - (i) Pour les publications commerciales ayant une fréquence de publication de 13 à 52 ou plus, numéros par année – 9 fois par période de déclaration de l'éditeur
 - (ii) Pour les publications commerciales ayant une fréquence de publication de cinq à 12 numéros par année – deux fois par période de déclaration de l'éditeur.
 - (iii) Pour les publications commerciales ayant une fréquence de publication de trois à quatre numéros par année une fois par déclaration de l'éditeur.
 - (iv) Pour les publications commerciales ayant une fréquence de publication d'un ou deux numéros par année – une fois par période de vérification.
- Les publications doivent conserver un registre de preuves de requête initiale et d'engagement subséquent à des fins de vérifications.

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 du 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

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

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 le rapport de vérification de la période durant laquelle l'offre est faite.

D 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 est indiquée au paragraphe 1 b) de la déclaration de l'éditeur et du rapport 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 communications provenant de destinataires et de la société du destinataire qui ne remplissent pas les critères de demande expresse énoncés en D 12.1 peuvent être déclarées comme communications autres qu'une demande. Les cartes-réponses, les sondages, les questionnaires et autres documents ou le télémarketing qui ne remplissent pas les conditions d'une demande expresse peuvent entrer dans cette catégorie.

c) Les annuaires commerciaux reconnus peuvent être utilisés comme source de diffusion non payée dans le domaine desservi. Les annuaires sont convenablement identifiés et datés et sont mis à la disposition du vérificateur pour examen.

d) Les listes des destinataires justifiées peuvent être déclarées dans la diffusion non payée dans le domaine desservi. Ces listes sont datées, identifiées et soumises à l'examen du vérificateur.

e) Pour figurer dans la moyenne, la diffusion non payée doit être 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.

(3) Les dispositions des alinéas (1) et (2) ci-dessus ne s'appliquent pas aux membres dont la diffusion non payée se compose à 90 % ou plus des numéros livrés aux personnes inscrites sur les listes de l'American Medical Association, l'American Osteopathic Association ou l'American Dental Association.

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.

D 112.3 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 des registres dans lesquels figure la distribution brute par numéro.

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 de plusieurs exemplaires au même destinataire peut figurer au paragraphe 1B 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) La diffusion non payée de plusieurs exemplaires 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. Les annuaires commerciaux, les listes et autres sources sont aussi des sources acceptables.

f) Les abonnements non payés livrés en vrac aux sociétés, établissements ou 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 au bureau de l'éditeur une preuve documentée satisfaisante attestant que ces exemplaires sont destinés à être distribués aux employés, filiales

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

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; on fournit tout autre renseignement nécessaire pour rendre possible une analyse claire de leur valeur, notamment la fourchette de distribution, soit : « distribué en quantités de _____ à _____ ».

h) Les abonnements non payés de plusieurs exemplaires livrés au même destinataire ne peuvent pas être constitués d'éditions numériques.

D 112.4 Explication générale de la diffusion non justifiée

a) Dans la déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification d'une publication commerciale, on peut donner, dans le paragraphe explicatif, des détails sur la diffusion déclarée comme diffusion non justifiée occasionnelle, à la condition que les données relatives à la classification soient disponibles pour que l'on puisse vérifier qui sont les destinataires dans le domaine desservi, par profession et industrie ou par titre et fonction. On note la fréquence du service au destinataire auquel il est fait allusion dans le paragraphe explicatif.

Toutes les données concernant la diffusion occasionnelle sont conservées pour l'examen du vérificateur.

Le Bureau se réserve le droit de soumettre les classifications déterminées à une lettre de vérification ou tout autre contrôle jugé nécessaire si, pour une raison quelconque, il considère que la preuve produite n'est pas concluante.

Les données sont compilées par l'éditeur et vérifiées par les vérificateurs du Bureau et se fondent sur le compte réel du numéro analysé.

Aux fins de la classification, on ne peut utiliser aucun renseignement obtenu plus de trois ans avant la date à laquelle on fournit l'explication.

b) Le paragraphe explicatif des déclarations de l'éditeur et des rapports de vérification des publications commerciales peut aussi inclure une explication de la diffusion destinée aux foires et congrès. Les publications ont le choix de déclarer la distribution pour des foires précises pendant la période de déclaration de l'éditeur.

Les numéros destinés aux foires et congrès représentent la diffusion livrée à des endroits désignés à des fins de redistribution. On ne mentionne pas le sort final des numéros destinés aux foires et congrès. Lorsque l'on déclare ces numéros dans le paragraphe explicatif on utilise le terme " Diffusion non justifiée " .

La publication tient à jour les dossiers et registres de distribution par numéro et les conserve pour le vérificateur. Ces dossiers et registres indiquent le mode de livraison, la quantité livrée, l'endroit, la date, le coût de la livraison et donnent une preuve de paiement.

c) Il faut noter dans le paragraphe explicatif le nombre moyen d'exemplaires compris dans la moyenne de la diffusion non justifiée distribués au cours de la période comme étant des exemplaires de vérification et de promotion.

D 112.5 Diffusion Des Éditions Spéciales Régulières

Les exemplaires livrés aux destinataires admissibles qui reçoivent des numéros comptant un article de fond à une fréquence différente de la fréquence régulière de diffusion de la publication (p. ex., une fois par mois pour une publication hebdomadaire ou une fois par trimestre pour une publication mensuelle) sont considérés comme faisant partie de la diffusion des éditions spéciales régulières et rapporté séparément dans tous les rapports.

a) La diffusion non payée doit respecter les exigences stipulées aux articles D 12.1 et D 12.2, sous réserve des exceptions ci-dessous. La diffusion payée doit être vendue aux prix admissibles déterminés aux articles D 1.1 et D 1.2.

b) La diffusion non payée doit être livrée de la façon suivante afin d'être comprise dans lamoyenne :

(1) Les publications paraissant régulièrement une fois par mois ou moins souvent livrent aux destinataires tous les numéros comportant un article de fond pendant au moins six mois ou

(2) Les publications paraissant régulièrement plus d'une fois par mois livrent aux destinataires tous les numéros comportant un article de fond pendant au moins trois mois.

c) Les publications indiquent au paragraphe 1 (a) et (b) de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification la fréquence de publication des numéros comportant un article de fond et le nombre moyen d'exemplaires livrés à cette fréquence.

d) Le paragraphe 2 de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification inclut le calcul par numéro des ajouts et suppressions des listes de destinataires de la diffusion occasionnelle non payée.

e) Les chiffres analysés dans le paragraphe relatif à l'analyse des activités commerciales indiquent les abonnements d'associations de façon distincte si ce type de diffusion est égal ou supérieur à 2 pour 100 de la diffusion du numéro analysé. L'analyse s'effectue d'après les numéros de mai

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

et de novembre pour les publications mensuelles, et d'après n'importe quel numéro de mai et de novembre pour les publications paraissant plus souvent. Si le numéro comportant un article de fond compris dans la diffusion occasionnelle non payée n'est pas livré avec le numéro de mai ou de novembre, il faut analyser le dernier numéro qui comportait un tel article livré pendant la période de déclaration de l'éditeur.

f) Il est nécessaire de déclarer la date de la source conformément à l'article D 5.3 des Règlements du Bureau pour la diffusion occasionnelle justifiée non payée, mais une analyse réelle doit être faite pour un numéro de chaque période de déclaration.

g) L'analyse des fichiers d'adresses est nécessaire comme le prévoit l'article D 5.4 pour la diffusion occasionnelle justifiée non payée, mais une analyse réelle doit être faite pour un numéro de chaque période de déclaration.

h) Le calcul et l'analyse par État ou province d'un numéro sont nécessaires pour chaque période de déclaration, comme le prévoit l'article D 105.1.

i) Il n'est pas nécessaire de déclarer dans la déclaration de l'éditeur l'analyse initiale de la diffusion des éditions spéciales régulières tant qu'elle n'a pas fait l'objet d'une vérification.

j) Une analyse distincte des ventes par abonnement, conforme aux dispositions de l'alinéa D 101.2 c), doit figurer dans les déclarations de l'éditeur et les rapports de vérification.

k) Si la publication choisit d'analyser la moyenne annualisée du prix de l'abonnement, une analyse distincte de la moyenne analysée du prix de l'abonnement, conforme aux dispositions de l'alinéa D 101.2 g) doit être fournie pour la diffusion des éditions spéciales régulières.

l) Une analyse distincte des exemplaires livrés après la date d'expiration, conforme aux dispositions de l'article D 101.1, doit figurer dans les déclarations de l'éditeur et les rapports de vérification.

ARTICLE 113

D 113.1 Analyses supplémentaires

a) La déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification des publications commerciales peuvent, au gré de l'éditeur, comporter une analyse de la diffusion dans le domaine desservi par compte d'unités ou une analyse des abonnés selon les fonctions professionnelles secondaires ou multiples.

b) Il faut déposer au Bureau une demande par écrit au moins 30 jours avant la clôture de la période de vérification pendant laquelle les analyses initiales sont déclarées. Les analyses sont déposées avec la déclaration ordinaire de l'éditeur et portent sur le même numéro que la classification par profession.

c) Les analyses initiales ne peuvent pas figurer dans la déclaration de l'éditeur avant d'avoir été vérifiées par le vérificateur.

La vérification a lieu lors d'une vérification ordinaire et l'analyse figure dans le rapport de vérification. Les analyses peuvent être publiées dans les deux déclarations ordinaires de l'éditeur qui suivent la période couverte par le rapport de vérification. Une explication en rapport avec le numéro analysé doit y figurer.

d) Les analyses contiennent la ventilation en autant de catégories par profession que le souhaite la publication qui demande la vérification par compte d'unités ou fonctions professionnelles multiples, mais les catégories figurent dans l'ordre dans lequel elles sont présentées dans la ventilation. Les catégories pour lesquelles il n'y a pas d'analyse sont clairement signalées dans la classification par profession.

e) Les données, dossiers et registres en rapport avec ces analyses sont conservés pour l'examen du vérificateur. Si les registres ne suffisent pas à justifier les allégations de l'éditeur, les analyses ne sont pas publiées.

Aux fins de la classification, on ne peut utiliser aucun renseignement obtenu plus de trois ans avant la date de publication du numéro analysé.

f) En ce qui concerne les analyses par compte d'unités, toutes les publications desservant le même domaine utilisent la définition normalisée d'unité. La définition est normalisée pour le domaine lorsque le directeur général l'approuve et qu'elle figure dans les rapports de vérification et les déclarations de l'éditeur où sont consignées les analyses par unités. Tous les exemplaires dans les catégories analysées par unité sont attribués à une unité.

L'analyse géographique par États, provinces et pays, conformément à la présentation normalisée du Bureau, peut, au gré de l'éditeur, faire partie de l'analyse par unité. La répartition comporte des totaux distincts pour les exemplaires analysés par unité et ceux qui ne sont pas analysés.

g) Les questionnaires utilisés pour obtenir des abonnés les données concernant les fonctions professionnelles multiples sont rédigés de façon à déterminer les fonctions les plus importantes ou ayant un intérêt primordial et celles qui sont accessoires.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

Dans la déclaration de ces données, il faut fournir des chiffres distincts pour les statistiques de fonctions “primordiales” et de fonctions “multiples” pour chaque catégorie analysée. Chaque déclaration de l’éditeur et rapport de vérification qui comporte une analyse de fonctions professionnelles multiples renferme des notes explicatives pertinentes pour qu’il n’y ait pas de confusion quant au nombre exact d’abonnés.

D 113.2 Rapports de données supplémentaires

Les éditeurs de publications commerciales peuvent joindre à leur déclaration de l’éditeur et rapport de vérification une analyse des destinataires qui sont classés dans la diffusion non justifiée parce qu’ils ont reçu la publication moins de six mois consécutifs, s’il s’agit d’une publication mensuelle, ou ont reçu moins de six numéros consécutifs, s’il s’agit d’une publication qui paraît plus fréquemment. La fréquence de distribution aux destinataires de la diffusion non justifiée figure dans le rapport de données supplémentaires.

Les données sont compilées par l’éditeur et vérifiées par les vérificateurs du Bureau, et sont fondées sur le compte réel et l’analyse de la diffusion du numéro analysé.

Il faut faire une demande par écrit de rapport de données supplémentaires, avec modèle de présentation du rapport, au moins 30 jours avant la fin de la période pendant laquelle on déclare l’analyse initiale.

L’analyse initiale ne peut pas être publiée avant d’avoir été vérifiée.

Toutes les données sont conservées pour l’examen du vérificateur. Le Bureau se réserve le droit de soumettre les classifications à des contrôles effectués par lettres de vérification ou tout autre moyen jugé nécessaire si, pour une raison quelconque, les données produites ne sont pas considérées suffisamment concluantes.

Aux fins de la classification, on ne peut utiliser aucun renseignement obtenu plus de trois ans avant la date de publication du numéro analysé.

D 113.3 Rapport consolidé sur les médias

Les membres éditeurs peuvent rendre disponible un rapport de médias consolidés en remplacement à la déclaration de l’éditeur et inclure des données vérifiées de diffusion qualifiée requises par la déclaration de l’éditeur d’ABC, ABCi ou ABVS, les données de lecteurs secondaires, de visiteurs uniques de sites Web, des utilisateurs enregistrés, de la distribution de lettres d’information et tout autre média de format vérifiable et sous les conditions suivantes :

a) Les divers types de médias sont homogènes en ce qui concerne leur contenu rédactionnel en comparaison de la publication hôte membre d’ABC.

b) La publicité est offerte en vente combinée.

c) La distribution pour tous les types de médias analysés doit être tirée du dernier rapport de données supplémentaires ou de la dernière déclaration de l’éditeur.

d) Le rapport consolidé sur les médias doit contenir les renseignements suivants :

- La page couverture doit contenir un sommaire de gestion.
- Un énoncé clair qui précise que les données sont « brutes » et qu’aucun effort n’a été fait pour éliminer la diffusion / distribution / exposition redondante.

e) Le rapport peut également contenir un ou plusieurs des éléments suivants :

- Les caractéristiques démographiques, la date de la source et/ou l’adresse postale pour l’ensemble ou une partie des médias analysés;
- Un regroupement de la diffusion totale, de la distribution et de l’exposition à toute forme de média analysé sans inclure les médias sociaux.
- Une analyse géographique de tout ou partie des médias analysés;
- Toute autre caractéristique des destinataires de la diffusion/distribution/exposition des médias analysés, reposant sur des documents vérifiables et soumises à l’approbation du directeur général.

ARTICLE 114

D 114.1 Explication du retard des expéditions

Lorsqu’au moins 15 pour 100 des exemplaires d’un numéro sont expédiés aux destinataires à la date ou après la date réelle d’expédition indiquée du numéro suivant, la date d’expédition de ce numéro est indiquée au paragraphe réservé aux explications générales de la déclaration de l’éditeur et du

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

rapport de vérification. Faute de date d'expédition précise dans le tarif ou dans les annuaires reconnus, le jour (ou premier jour du mois) de la date de couverture du numéro suivant sert à déterminer si les exemplaires sont envoyés en retard. On indique dans l'explication quel est le pourcentage et quel est le nombre d'exemplaires expédiés en retard.

ARTICLE 115

D 115.1 Éditions spéciales

Les éditions spéciales sont celles publiées en plus des éditions ordinaires, dans lesquelles le contenu éditorial diffère de celui des éditions ordinaires.

Les éditions spéciales sont indiquées au paragraphe 2 seulement, accompagnées d'une note précisant que la diffusion n'entre pas dans les moyennes indiquées au paragraphe 1. Une explication non promotionnelle des éditions spéciales peut figurer au paragraphe 11, sous réserve des dispositions de l'article B 3.4.

On ne tient pas compte des éditions spéciales dans le calcul de la séquence d'émission pour la diffusion non payée.