

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

Journaux

TABLE DES MATIÈRES

ARTICLE 101

Diffusion payée

C 101.1 Définition de la diffusion payée

C 101.2 Prix

ARTICLE 102

Déclaration de la diffusion

C 102.1 Moyenne de la diffusion

C 102.2 Désignations matin, soir, toute la journée et dimanche

C 102.3 Publicité nationale vendue dans les éditions du matin et du soir comme un tout

C 102.4 Éditions distinctes

C 102.5 Diffusion supérieure ou inférieure à la moyenne pour les autres jours

C 102.6 Éditions de fin de semaine

C 102.7 Jours exclus des moyennes

C 102.8 Éditions spéciales

C 102.9 Chiffres pour une journée inscrits dans les déclarations des suppléments

C 102.10 Abonnements intermittents

C 102.11 Cartes de rapport de vérification

C 102.12 Régime de vérification collective des journaux hebdomadaires

C 102.13 Distribution non payée

ARTICLE 103

Abonnements ou exemplaires payés par une personne autre que le destinataire

C 103.1 Exemplaires des employés, correspondants et agents

C 103.2 Abonnements des écoles

C 103.3 Ventes à des tiers

C 103.4 Abonnements collectifs (par des entreprises pour des employés désignés)

C 103.5 Abonnements d'association

C 103.6 Abonnements-cadeaux

C 103.7 Abonnements-cadeaux non reconnus comme diffusion payée

ARTICLE 104

Périodes de vérification

C 104.1 Période de vérification

C 104.2 Vérification initiale

C 104.3 Vérification de réadmission

ARTICLE 105

Stimulants pour la diffusion et autres normes d'admissibilité

C 105.1 Définition des primes

C 105.2 Primes offertes avec les abonnements et les ventes au numéro

C 105.3 Ventes combinées

C 105.4 Abonnements payés par des concurrents

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

- C 105.5 Concours et coupons
- C 105.6 Abonnements donnés en prix
- C 105.7 Abonnements parrainés
- C 105.8 Abonnements payés en publicité
- C 105.9 Abonnements souscrits grâce à des points de récompense
- C 105.10 Plan vacances
- C 105.11 Ventes au numéro de numéros antérieurs
- C 105.12 Offre d'abonnement fondé sur le principe du consentement
- C 105.13 Cessions dues à une fusion
- C 105.14 Achat d'une liste d'abonnements
- C 105.15 Cession d'un journaux en activité à un autre journaux
- C 105.16 Cession d'une publication suspendue à d'autres publications
- C 105.17 Abonnements à crédit
- C 105.18 Crédits internes
- C 105.19 Ventes à la criée (dans la rue)

ARTICLE 106

Autres rapports

- C 106.1 Déclarations de l'éditeur
- C 106.2 Déclarations de l'éditeur et rapports de vérification de journaux consolidés

ARTICLE 107

Analyse par zone de déclaration et par mode de livraison

- C 107.1 Choix de déclaration
- C 107.2 Diffusion dans la ville d'un autre membre
- C 107.3 Zone urbaine
- C 107.4 Zone de commerce au détail
- C 107.5 Marché désigné du journal
- C 107.6 MSA/RMR
- C 107.7 Autres régions
- C 107.8 Autre
- C 107.9 Liste des villes recevant 25 exemplaires ou plus
- C 107.10 Distribution non payée des hebdomadaires vérifiés tous les deux ans

ARTICLE 108

Service des vérificateurs d'ABC

ARTICLE 109

- C 109.1 Analyse supplémentaire : journaux non payée
- C 109.2 Livraison à domicile, adresse précise
- C 109.3 Livraisons à domicile, couverture du marché
- C 109.4 Distribution « Accès public »
- C 109.5 Analyse des CTM, CEM ou publications du même genre
- C 109.6 Distribution de l'analyse supplémentaire

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

ARTICLE 101

Diffusion payée

C 101.1 Définition de la diffusion payée

(Voir également la politique d'ABC concernant la vente d'exemplaires livrés par camelots, la vente au numéro de journaux, la vente d'abonnements et la vente au numéro de revues et de publications agricoles en conjonction avec d'autres services.)

Par diffusion payée, on entend les abonnements et les ventes à l'unité d'un journal, qui ont été payés individuellement par l'acheteur, sans l'intention de les revendre, et dont le prix est d'au moins un cent par exemplaire ou abonnement.

a) Les abonnements dont le paiement est d'au moins 50 pour 100 du prix de base de l'éditeur pour la durée et la fréquence cessent au plus tard dans les trois mois consécutifs suivant la date d'expiration, et il est possible d'inclure ces abonnements à terme échu dans la diffusion payée.

Les abonnements dont le paiement est inférieur à 50 pour 100 du prix de base de l'éditeur pour la durée et la fréquence ne peuvent être livrés en abonnements à terme échu et compter dans la diffusion payée.

b) Les abonnements d'un journal reçu 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 et la fréquence de l'abonnement, conformément aux dispositions de la présente règle.

c) À moins d'avis contraire, le montant payé par l'acheteur ou l'abonné pour que la diffusion soit considérée comme diffusion payée exclut toute autre contrepartie.

Aux fins de la définition de la diffusion payée, l'expression « à l'exclusion de toute autre contrepartie » signifie que l'acheteur a payé un prix admissible pour la publication vendue au numéro ou l'abonnement en plus de la valeur d'un autre produit ou service combiné à l'offre d'abonnement ou de vente au numéro.

À titre d'exemple, si l'offre d'un abonnement comprend un encouragement sous forme de billets de cinéma « gratuits » évalués à 6 \$, le consommateur doit payer l'abonnement 6 \$ plus un montant admissible pour que la vente soit comprise dans la diffusion payée.

C 101.2 Prix

(Voir également la politique d'ABC concernant la vente d'exemplaires livrés par camelots, la vente au numéro de journaux, la vente d'abonnements et la vente au numéro de revues et de publications agricoles en conjonction avec d'autres services.)

Le prix de base se définit par le prix selon lequel une publication peut être achetée par n'importe qui à tout moment. À des fins de rapport par ABC, les membres éditeurs doivent établir un prix de base pour un exemplaire unique et un prix annuel de base pour chacune des fréquences de livraison offerte aux consommateurs. Ces prix de base doivent être publiés régulièrement au sein de la publication (au minimum de façon trimestriel) et l'éditeur doit être capable de démontrer les ventes courantes et en cours à ces prix.

a) 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 :

- a) Un seul prix de base dans la zone urbaine.
- b) Un seul prix de base dans la zone de commerce au détail.
- c) Un seul prix de base dans la catégorie.

(2) Abonnements à terme par la poste :

a) Un seul prix de base pour chaque durée déterminée dans la zone urbaine, un seul prix de base pour chaque durée déterminée dans la zone de commerce au détail et un seul prix de base pour chaque durée déterminée dans la catégorie « Autre ».

(3) Exemplaires livrés à domicile :

a) Un seul prix de base pour chaque durée déterminée régulièrement dans la zone urbaine, un seul prix de base pour chaque durée déterminée dans la zone de commerce au détail et un seul prix de base pour chaque durée déterminée dans la catégorie « Autre ».

(4) Abonnements livrés par camion à l'extérieur de la zone urbaine, dans la zone de commerce au détail : un seul prix de base pour chaque durée déterminée.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

Abonnements livrés par camion dans la catégorie « Autres » : un seul prix de base pour chaque durée déterminée.

(5) Au cas où l'on demande normalement plus d'un prix dans une zone quelconque (vente au numéro ou par abonnement), le prix habituel pour la majorité de la diffusion pour chaque type de service dans cette zone est considéré comme le prix de base pour ce type de service dans cette zone.

(6) Les prix habituellement pratiqués dans certaines régions de la zone de commerce au détail ou dans la catégorie, qui étaient égaux au prix de base pour la zone en question mais qui, lors d'une hausse du prix de base dans cette zone, sont restés à l'ancien prix de base, sont consignés au paragraphe des rapports du Bureau intitulé « Prix inférieurs au prix de base » et on indique aussi le nombre total d'abonnements reçus dans cette catégorie.

(7) Les journaux nationaux peuvent établir jusqu'à trois zones de prix en fonction de la géographie et fixer des prix de base par type de livraison et par fréquence pour chacune de ces zones. Le journal lui-même peut décider de la zone de prix, à condition que celle-ci soit composée d'unités géographiques contiguës, comme les limites des codes postaux, les unités de recensement, les comtés, les villes, etc. Il faut également que chaque zone de prix soit adjacente à une autre zone de prix.

Les prix de base par zone peuvent changer au gré de l'éditeur, mais seulement au début d'une période de vérification et seulement lorsqu'il en a informé le Bureau.

La déclaration de l'éditeur des journaux nationaux choisissant de fixer leurs prix selon cette règle comprend une description de chacune des unités géographiques de prix.

b) Prix de base : pour les types de services suivants, on établit un prix de base qui figure dans les rapports du Bureau pour les journaux qui déclarent leur diffusion par marché désigné du journal plutôt que par zone.

(1) Ventes au numéro :

- a) Un seul prix de base à l'intérieur du comté où le journal est publié.
- b) Un seul prix de base dans le reste du marché désigné du journal.
- c) Un seul prix de base dans la catégorie « Autre ».

(2) Abonnements à terme par la poste :

a) Un seul prix de base pour chaque durée déterminée dans le comté où le journal est publié, un seul prix de base pour chaque durée déterminée dans le reste du marché désigné du journal et un seul prix de base pour chaque durée déterminée dans la catégorie «Autre ».

(3) Exemplaires livrés à domicile

a) Un seul prix de base pour chaque durée déterminée régulièrement dans le comté de publication de la ville de publication, un seul prix de base pour chaque durée déterminée pour le reste du marché désigné du journal et un seul prix de base pour chaque durée déterminée dans la catégorie « Autre ».

(4) Abonnements livrés par camion à l'extérieur du comté où le journal est publié, dans le reste du marché désigné du journal : un seul prix de base pour chaque durée déterminée régulièrement.

Abonnements livrés par camion dans la catégorie : un seul prix de base pour chaque durée déterminée régulièrement.

(5) Au cas où l'on demande normalement plus d'un prix (vente au numéro ou par abonnement) dans une région quelconque, le prix habituel pour la majorité de la diffusion pour chaque type de service dans cette région est considéré comme le prix de base pour ce type de service dans cette région.

(6) Les prix habituellement pratiqués dans certaines régions du reste du marché désigné du journal ou dans la catégorie, qui sont égaux au prix de base dans la région en question mais qui, lors d'une hausse du prix de base dans cette région, sont restés à l'ancien prix de base, sont consignés au paragraphe des rapports du Bureau intitulé « Prix inférieurs au prix de base » et on indique aussi le nombre total d'abonnements reçus dans cette catégorie.

- a) Dans tous les Règlements où il est question du prix ou du tarif d'abonnement, il faut entendre le prix de base.
- b) Les journaux qui proposent des éditions électroniques peuvent fixer une structure de prix de base distincte pour les ventes au numéro et les exemplaires livrés à domicile pour chaque zone de déclaration de l'édition électronique ou appliquer implicitement les prix de base du produit imprimé.

c) Prix de base: Les types de services aux journaux ayant une diffusion payée de 30 000 ou moins et optant pour un format de rapport dédié à cette catégorie de membre sont :

(1) Les prix de bases annuels doivent être établis pour chaque durée déterminée d'abonnements livrés à domicile. Les éditeurs auront

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

également l'option d'établir un prix de base pour les abonnements livrés par la poste. Voici un exemple d'une déclaration du prix de base :

Livraison à domicile

Jours de la semaine & dimanche 100\$ / année

Jours de la semaine seulement 60\$ / année

Dimanche seulement 50\$ / année

(2) Les journaux qui offrent des éditions électroniques peuvent établir une structure séparée de prix de base pour les ventes d'exemplaires uniques et pour les éditions électroniques livrées à domiciles ou établir par défaut le prix de base du produit imprimé.

ARTICLE 102

Déclaration de la diffusion

C 102.1 Moyennes de la diffusion

Les déclarations de l'éditeur et rapports de vérification comprennent le calcul des moyennes de la diffusion payée pour chaque jour de la semaine où le journal est publié, plus une moyenne quotidienne combinée de cinq jours (du lundi au vendredi). Une moyenne additionnelle (du lundi à samedi, jours de grande diffusion, etc.) peut être incluse, au gré de l'éditeur, pour la période visée par le rapport.

Les journaux dont la moyenne de la diffusion payée est de 50 000 exemplaires ou moins peuvent choisir de ne pas faire de déclaration selon le jour de la semaine. Cependant, si la diffusion pour un jour donné (autre que le samedi ou dimanche) est supérieure ou inférieure d'au moins 15 % à celle des autres jours, une déclaration selon le jour de la semaine est requise. Le membre peut aussi choisir de déclarer les jours de grande diffusion.

Aux paragraphes rapportant la moyenne de la diffusion et la diffusion totale par marché de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification, on déclare la diffusion payée des exemplaires/abonnements vendus à 50 pour 100 ou plus du prix de base ainsi que les exemplaires/abonnement vendus à moins de 50 pour 100 du prix de base, respectivement.

Le paragraphe rapportant la diffusion totale par marché de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification fait état du total de la diffusion selon un ou plusieurs marchés géographiques, conformément à la définition de l'article 107 du présent chapitre des règlements.

Les journaux dont la diffusion est de 30 000 ou moins peuvent opter pour l'usage d'un format de rapport exclusif à cette catégorie de membres. Les participants peuvent rapporter une moyenne quotidienne combinée sur cinq jours (lundi à vendredi) ou 6 jours (lundi à samedi). Lorsque cela s'applique, le samedi et le dimanche seront rapportés dans une moyenne séparée. De plus, les journaux qui choisissent ce format de rapport, n'auront pas à rapporter le nombre d'exemplaires vendus au-dessus ou en dessous de 50% du prix de base et par marché, et pourront rapporter une moyenne séparée pour une ou plusieurs journées ayant un fort écart avec la moyenne de leur diffusion.

C 102.2 Désignations matin, soir, toute la journée et dimanche

a) Les journaux quotidiens sont désignés dans les rapports du Bureau comme étant des journaux du matin, du soir ou de toute la journée. Les journaux implantés au Canada ont le choix de déclarer des moyennes séparées pour le samedi ou pour le dimanche. Le choix de la désignation est la prérogative de l'éditeur.

b) Le nombre, la désignation et la façon de dater les éditions des journaux quotidiens sont la prérogative de l'éditeur. La désignation et la façon de dater sont les mêmes pour chaque jour où une édition est publiée.

c) Dans le paragraphe réservé aux explications générales dans les déclarations de l'éditeur et les rapports de vérification, il faut faire un renvoi décrivant la politique de l'éditeur concernant la place qu'on accorde à la publicité locale, aux petites annonces et à la publicité nationale dans chaque édition.

Dans une autre déclaration, on fournit les faits se rapportant à l'heure approximative et à la distribution aux lecteurs, et on indique les différences qui existent selon le jour ou la date de l'édition au niveau des éditoriaux, bandes dessinées, caricatures, rubriques spéciales, programmes de radio-télévision ou autres.

Ces déclarations qui font partie de la déclaration de l'éditeur sont assujetties à l'édition, la correction, l'addition, la suppression et l'approbation du directeur général lorsque, les faits ou les preuves le justifient.

d) Les journaux ayant une distribution nationale peuvent être désignés sous le nom de « journaux nationaux » s'ils sont distribués dans au moins six provinces, et dont au moins 20 pour 100 de la distribution se fait en dehors de leur marché désigné, ou leur province, selon le cas, peuvent être

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

désignés sous le titre de « journaux nationaux ».

C 102.3 Publicité nationale vendue dans les éditions du matin et du soir comme un tout

Lorsqu'une publicité nationale est vendue exclusivement comme un tout dans les éditions désignées par l'éditeur comme les éditions du matin et du soir d'un quotidien, que ces éditions soient publiées sous un seul nom ou sous des noms différents, il faut soumettre une déclaration de l'éditeur pour les deux éditions. La déclaration peut être établie séparément ou être combinée pour les deux éditions. Si elle est combinée, la diffusion totale des deux éditions doit être indiquée dans la première colonne, la diffusion de l'édition du matin, dans la seconde colonne et la diffusion de l'édition du soir, dans la troisième colonne.

C 102.4 Éditions distinctes

a) La diffusion d'une édition distincte d'un journal membre peut faire partie de la diffusion payée du membre dans la déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification d'ABC sous réserve des conditions suivantes :

(1) Si un journal membre indique la ou les villes où il paraît dans le logo de la première page ou à la ligne indiquant la date, toutes les éditions indiquent la ou les mêmes villes.

(2) Les éditions ou portions de la distribution du journal peuvent indiquer sur la première page un nom autre que celui sous lequel il a adhéré à ABC pourvu que le logo du membre corresponde au logo de base du membre pour toutes les éditions et que le mot « édition » soit constamment indiqué sur chaque édition et que tous deux soient bien lisibles.

(3) Si, de l'avis du directeur général, il y a suffisamment de différences dans la description d'une édition pour créer l'impression d'une publication distincte, une adhésion distincte au Bureau est requise.

(4) Toutes les éditions électroniques seront rapportées séparément aux paragraphes appropriés de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification :

- Les éditions électroniques qui sont des répliques doivent, selon l'opinion du directeur général, avoir un contenu qui correspond à la version imprimée du journal. Une réplique peut inclure des mises à jour des reportages sur l'actualité.

- Les éditions électroniques qui ne sont pas des répliques doivent correspondre en style et contenu et être homogène éditorialement au journal membre. Le contenu publicitaire des éditions électroniques qui ne sont pas des répliques peut différer de la version imprimée du journal. Les éditions qui ne sont pas des répliques peuvent également se qualifier en tant que diffusion à des tiers.

Les éditions qui sont ou pas des répliques seront rapportées ensemble aux déclarations de l'éditeur et aux rapports de vérifications et un paragraphe explicatif comprendra une description de toute la diffusion d'éditions électroniques.

La diffusion d'éditions électroniques admissibles à être rapportée comme étant payée, ou à des tiers, se limite strictement aux éditions électroniques et n'inclut pas l'accès public aux sites Internet.

b) Le journal dont la publicité est régulièrement vendue séparément par région peut déclarer la distribution moyenne de chaque région dans le paragraphe explicatif de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification.

C 102.5 Diffusion supérieure ou inférieure à la moyenne pour les autres jours

a) Lorsqu'au cours d'une période de trois mois, la diffusion moyenne d'un quotidien ayant une diffusion payée nette inférieure à 50 000 exemplaires est, un certain jour de la semaine, moins de 15 %, mais plus de 5 % supérieure ou inférieure à la moyenne des autres jours de la semaine, l'éditeur peut, à son gré, indiquer séparément la diffusion pour le jour où se produit la différence et inscrire la moyenne des cinq autres jours comme « moyenne quotidienne ». Quand c'est le cas pour plusieurs jours, on peut déclarer une seule moyenne si la diffusion d'un jour ne varie pas de plus de 5 % par rapport aux autres jours.

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 six mois comprise dans la déclaration où il fera la distinction. Dès réception dudit avis et après son approbation, le directeur général informe tous les autres quotidiens membres dans la ville de la publication qu'il a reçu l'autorisation.

Une fois que les éditeurs ont exercé cette option, ils peuvent continuer à le faire pendant des périodes successives tant qu'ils demeurent admissibles.

Lorsque l'éditeur d'une ville dépose une déclaration de l'éditeur conformément à cette règle, les autres éditeurs de cette ville peuvent en faire autant, même s'ils ne sont pas admissibles en vertu des exigences minimales de 5 pour 100.

Les journaux qui ne sont pas publiés dans la même ville qu'un autre membre peuvent demander au directeur général de déclarer la diffusion selon

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

les mêmes catégories de fréquence qu'un autre membre dont le journal est publié dans une ville différente si la zone urbaine ou la zone de commerce au détail ou le marché désigné du journal du membre faisant la demande se trouve entièrement à l'intérieur de la zone urbaine ou de la zone de commerce au détail ou du marché désigné de l'autre journal mentionné dans la demande. Si la demande est approuvée, elle n'est pas rétroactive, mais entre en vigueur à compter de la réception de la demande par le Bureau.

b) La moyenne de la diffusion payée totale par mois peut, au gré de l'éditeur, être déclarée dans la déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification. Il faut indiquer les pourcentages de différence entre les moyennes mensuelles et la moyenne de la diffusion payée pour la période couverte par la déclaration.

C 102.6 Éditions de fin de semaine

Si l'éditeur change le logo de la première page ou l'aspect et, par conséquent, présente d'une manière différente une édition d'un journal, un jour chaque semaine ou pour l'édition de la fin de semaine, on peut indiquer la diffusion de cette édition dans les moyennes de la diffusion en fournissant les explications voulues.

C 102.7 Jours exclus des moyennes

a) Les journaux peuvent exclure certains jours du calcul de la moyenne de leur diffusion payée nette lorsque l'écart entre la diffusion pour ces jours et la diffusion pour le jour correspondant qui précède est d'au moins 5 %.

Exemple : Un journal veut éliminer le jeudi 11 août. La diffusion payée nette pour ce jour était de 100 000 exemplaires. La diffusion payée nette pour le jour correspondant qui précède (le jeudi 4 août) était de 107 000 exemplaires. Comme l'écart entre la diffusion pour les deux jours dépasse 5 % ($7\,000/107\,000 = 6,54\%$), le 11 août peut être exclu des moyennes de diffusion d'ABC.

b) Exigences

(1) Un maximum de 10 jours peut être exclu au cours d'une période de vérification de 12 mois.

(2) Changement de distribution

Si l'éditeur d'un quotidien change le plan de distribution normal et distribue des exemplaires d'une édition du matin aux abonnés du soir (ou les exemplaires d'une édition du soir aux abonnés du matin), la diffusion afférente à ces jours-à peut faire partie de la diffusion payée dans les rapports du Bureau pourvu que l'éditeur tienne des registres prouvant que les exemplaires ainsi distribués sont admissibles à titre de diffusion payée.

Il faut indiquer dans le paragraphe explicatif la diffusion payée totale pour chacune de ces journées, ainsi que la moyenne de la diffusion payée totale à l'exclusion de ces jours-là au cours de la période couverte par les rapports.

c) Rapports du Bureau

Quand certains jours sont exclus de la moyenne déclarée, il faut en indiquer les raisons et déclarer la diffusion pour chacun de ces jours au paragraphe explicatif. Il faut également déclarer le nombre de jours exclus sur la première page.

C 102.8 Éditions spéciales

a) Toute édition, publiée en plus des éditions habituelles, qui est publiée plus d'une heure avant ou après la mise sous presse habituelle, est considérée comme une édition spéciale. La dernière mise sous presse habituelle du jour de la semaine antérieure correspondant au jour où est publiée l'édition spéciale est considérée comme la mise sous presse habituelle.

b) Pour être admissible à titre de diffusion payée, l'édition spéciale d'un quotidien doit être vendue à un prix admissible et conformément à l'article C 2.4 Éditions distinctes.

c) Les exemplaires des éditions spéciales sont compris dans la diffusion du jour dont ils portent la date. Les exemplaires des éditions spéciales de journaux de semaine datés un dimanche figurent dans la diffusion du lundi suivant.

d) On fournit une explication complète énonçant les circonstances à l'origine de l'édition spéciale, le nombre de ventes effectuées pour chaque édition spéciale, la moyenne pour la période en question, si toute la publicité a été reproduite et, si ce n'est pas le cas, dans quelle mesure elle l'a été.

C 102.9 Chiffres pour une journée inscrits dans les déclarations des suppléments

Lorsqu'un journal fournit un chiffre moyen de diffusion pour toutes les éditions publiées un jour particulier de la semaine, afin de servir à la déclaration des suppléments de journaux et que ce chiffre n'apparaît pas dans les rapports individuels du journal, il fait l'objet d'une vérification et il est indiqué et expliqué de manière appropriée dans la déclaration des suppléments de journaux.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

C 102.10 Abonnements intermittents

a) Par « service intermittent » (jours primes), on entend la livraison occasionnelle de numéros qui ne sont pas expressément inclus dans le nouveau contrat ou le contrat renouvelé entre la publication et l'abonné.

b) Les abonnements intermittents peuvent entrer dans la diffusion payée aux conditions stipulées ci-après.

(1) Le service intermittent doit être offert à tous les foyers d'abonnés admissibles dans un marché (zone urbaine, marché désigné du journal, etc.).

(2) Tous les foyers destinés à recevoir le service d'abonnement intermittent doivent être prévenus au moins deux semaines avant la date de distribution. Si l'avis est publié dans le journal, il doit paraître un jour où l'abonné devrait recevoir le journal.

Exemple : Les abonnés à l'édition du dimanche seulement sont censés recevoir l'édition du jeudi 24 novembre à titre de jour de service intermittent. L'avis doit être signifié au plus tard le dimanche 6 novembre.

(3) Si, au cours d'une période de sept jours, la fréquence du service intermittent ressemble à une autre fréquence établie de livraison, le montant payé par le destinataire du service intermittent doit être au moins égal au montant justifié, au prorata du prix de base pour la fréquence établie.

Exemple : Les abonnés à l'édition du dimanche seulement sont censés recevoir les éditions du vendredi, samedi et lundi à titre de « jours primes » et le journal est livré le vendredi, samedi, dimanche et lundi, le prix de base des abonnements livrés à domicile étant de 2 \$ par semaine. Les abonnés à l'édition du dimanche seulement doivent payer au moins 50 ¢ (25 % de 2 \$) pour la livraison des éditions du vendredi, samedi, dimanche et lundi.

c) Lorsque le service intermittent est égal ou supérieur à huit jours d'une période de déclaration de l'éditeur, la « moyenne du service intermittent » est déclarée comme « Livraison à domicile, service intermittent » sur une ligne séparée aux paragraphes 1 et 2 de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification d'ABC.

d) Lorsque la « moyenne du service intermittent » est déclarée dans les rapports d'ABC, le paragraphe explicatif doit contenir des renseignements quant aux dates précises du service intermittent et à la diffusion payée supplémentaire découlant du service intermittent pour chacune de ces dates.

C 102.11 Cartes de rapport de vérification

a) Les quotidiens membres ayant une diffusion d'au moins 50 000 exemplaires annexent à leurs rapports de vérification une carte indiquant les limites de la zone ABC et de la région de distribution désignée.

b) Tous les autres journaux membres peuvent, au gré de l'éditeur, annexer une carte indiquant les limites de la zone ABC ou de la région de distribution désignée.

c) Les rapports de vérification des journaux membres déclarant la diffusion selon le marché désigné du journal au lieu ou en sus des zones comprennent une carte indiquant les limites approuvées du marché désigné du journal.

d) Le Bureau prépare les cartes conformément aux règles de procédure approuvées par le conseil d'administration.

C 102.12 Régime de vérification collective des journaux hebdomadaires

Pour bénéficier du régime de vérification collective, les journaux hebdomadaires intéressés doivent satisfaire aux critères suivants :

a) Chaque journal du groupe est admissible à l'adhésion à ABC, conformément aux Statuts définissant les membres ou membres provisoires.

b) La publicité est vendue en combinaison pour tous les journaux.

c) La vérification initiale d'un journal publié une, deux ou trois fois par semaine couvre une période d'au moins trois mois se terminant en même temps qu'un trimestre civil. Les vérifications suivantes ont lieu au moins une fois tous les deux ans pour les hebdomadaires urbains et au moins une fois tous les quatre ans pour les hebdomadaires ruraux. Le directeur général détermine, de concert avec les éditeurs du groupe, sur quelle période portent les vérifications habituelles.

d) Pour les semestres du 1er octobre au 31 mars et du 1er avril au 30 septembre, on émet une déclaration de l'éditeur collective. La déclaration comporte des données sur la diffusion de chaque journal ainsi que sur la diffusion totale de tous les journaux du groupe. faites par ou pour le journal. Le rapport de vérification suivant répète la même déclaration.

C 102.13 Distribution non payée

a) Les exemplaires entrant dans la diffusion non payée peuvent comprendre la distribution à des personnes qui ont demandé le service. Auquel cas, la publication conserve les documents à l'appui de la demande et les dates de livraison.

b) Pour d'autres exemplaires échantillons, la publication conserve les documents indiquant les foyers ayant reçu la distribution et les dates de

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

livraison.

c) On peut aussi inclure dans la diffusion non payée des exemplaires laissés dans les lieux publics. Si ceux-ci sont comptés, il faudra mentionner dans le paragraphe des explications le nombre de lieux et la gamme de journaux qui y sont disponibles. L'éditeur doit conserver les justificatifs indiquant le nombre de journaux déposés dans chaque lieu public et l'heure à laquelle les journaux y sont déposés.

ARTICLE 103

Abonnements ou exemplaires payés par une personne autre que le destinataire

C 103.1 Exemplaires des employés, correspondants et agents

Un journal peut inclure dans la « moyenne de sa diffusion payée » les exemplaires destinés aux employés, retraités, correspondants et agents à condition de respecter les procédures suivantes :

a) Pour entrer dans la catégorie des employés, il faut figurer sur la feuille de paie du journal ou de sa filiale en propriété exclusive et se livrer activement à la production ou à la distribution quotidienne du journal de la société mère (les employés d'organismes affiliés, comme les stations de radio et de télévision, les ateliers d'imprimerie, etc. qui ne se livrent pas activement à la production ou à la distribution quotidienne du journal de la société mère, ne sont pas admissibles);

b) Pour entrer dans la catégorie des correspondants, il faut avoir rédigé des textes qui paraissent régulièrement dans le journal (la fréquence des articles doit être au moins mensuelle);

c) Pour entrer dans la catégorie des agents, il faut livrer le journal aux abonnés à l'heure actuelle.

Toute personne considérée comme un employé, un correspondant ou un agent pour plus d'un journal peut être incluse dans la « moyenne de la diffusion payée » d'un seul journal.

d) Le journal doit tenir des registres adéquats « paye des employés, quittances de rémunération versée aux correspondants et factures des agents ». Les exemplaires susmentionnés feront l'objet d'une déclaration distincte dans la déclaration de l'éditeur et les rapports de vérification.

C 103.2 Abonnements des écoles

L'éditeur est libre de déclarer au Bureau les « abonnements des écoles » et, le cas échéant, il déclare uniquement les exemplaires (abonnements ou ventes au numéro) commandés pour les écoles. Les exemplaires peuvent être achetés séparément par les destinataires ou payés par l'école ou la classe.

Si les exemplaires de la diffusion justifiée sont payés par des commanditaires, le paiement peut être versé directement à l'éditeur par le commanditaire si d'autres documents à l'appui le confirmant (affidavits des écoles, vérification de livraison et réception, etc.) sont accessibles aux vérificateurs.

Cette diffusion figure dans la zone géographique voulue (zone urbaine, marché désigné du journal, etc.) ou « Journaux en classe » et compte dans la diffusion payée à condition de respecter, à tous autres égards, le Règlement du Bureau définissant la diffusion payée.

On donne une explication complète, y compris de la manière dont les exemplaires sont payés, au paragraphe consacré aux explications générales de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification.

a) De temps à autre, des quotidiens publient une série d'articles sur un sujet précis. Les exemplaires achetés par un ou plusieurs commanditaires, en sus des exemplaires livrés régulièrement aux écoles pendant la période où paraît cette série d'articles, ne figurent pas dans la catégorie Journaux en classe mais plutôt dans la catégorie Ventes à des tiers dans les rapports au Bureau.

b) On peut également compter dans la diffusion payée les exemplaires distribués ailleurs que dans une salle de classe et déclarés dans les rapports du Bureau sous réserve des conditions suivantes :

1) les exemplaires sont livrés en relation avec un programme formel conçu pour encourager l'alphabétisation et la formation permanente de l'élève y participant, en aidant sa famille à améliorer ses aptitudes personnelles et professionnelles;

2) le programme en question établit des normes minimales de participation pour la famille de l'élève, et celle-ci respecte ces normes minimales;

3) on tient des registres vérifiables prouvant l'inscription de l'élève à l'école, le programme qu'il suit, le respect des normes minimales de participation et un financement suffisant pour justifier la distribution des exemplaires;

4) seul un exemplaire par famille d'élève participant peut être déclaré comme un exemplaire payé;

5) les écoles et classes offrant la livraison à domicile des exemplaires doivent aussi participer au programme Journaux en classe exigeant

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

l'utilisation du journal dans la salle de classe;

6) les exemplaires livrés à domicile «abonnements et ventes au numéro » comptent comme diffusion payée à condition de respecter, à tous autres égards, les règles du Bureau définissant la diffusion payée;

7) cette catégorie de diffusion ne peut dépasser 5 pour 100 de la moyenne de la diffusion payée.

C 103.3 Ventes à des tiers

(Le montant indiqué pour l'achat des journaux doit être conforme à l'article C 101.1 Définition de la diffusion payée et au modèle de tarification des « journaux en classe » (NIE) décrit sur le site www.accessabc.ca afin de déterminer le coût unitaire minimum, à l'exclusion de toute autre contrepartie.)

a) Ventes à des tiers (en vrac) sont les exemplaires ou abonnements achetés en quantité de 11 ou plus qui servent les intérêts professionnels ou économiques de l'acheteur.

Tous les exemplaires ou abonnements achetés en quantité de dix au maximum sont consignés à la rubrique « Ventes au numéro » ou « Livraison à domicile » dans les rapports du Bureau, à moins d'exception stipulée dans les dispositions suivantes comme indiqué au paragraphe b).

Les tiers acheteurs admissibles doivent vendre leurs produits ou services directement aux consommateurs. Les organismes tels que les agences de publicité, les sociétés de commercialisation et les entreprises semblables ne sont pas des tiers acheteurs admissibles. Des exemples d'acheteurs admissibles incluent les détaillants, les organismes de charité et les gestions immobilières (telles que les tours à bureau, les centres commerciaux, etc.)

b) Tous les exemplaires achetés par des hôtels, des restaurants, des compagnies aériennes ou agences de location de voiture pour être distribués gratuitement à leurs clients, et par des commanditaires pour une distribution gratuite aux malades hospitalisés et aux résidents de foyers, pour lesquels ils ont payé au moins un cent du prix de base au numéro, en espèces ou selon des facilités de paiement, figurent à la rubrique « Ventes à des tiers ». Les pièces justificatives du règlement selon des facilités de paiement sont conservées dans les archives.

c) Les exemplaires vendus à des tiers qui sont livrés après la date d'échéance sont exclus de la diffusion payée et inclus dans la distribution non payée.

d) Il y a deux types de ventes à des tiers : directes et parrainées. La catégorie applicable dépend du mode de paiement au journal.

Un guide de classification des ventes à des tiers peut être consulté sur le site Web d'ABC.

(1) Ventes directes à des tiers

Les ventes directes à des tiers sont les ventes sollicitées par un seul acheteur de journaux qui contrôle tous les aspects d'un événement donné (p. ex. campagne de financement, réception) ou d'un programme de distribution.

(2) Ventes parrainées à des tiers

Les ventes parrainées à des tiers sont les ventes sollicitées par plus d'un acheteur (commanditaire) pour contribuer à un programme précis.

a) La moyenne de la diffusion totale pour les ventes parrainées à des tiers ne doit pas dépasser 2 % de la moyenne de la diffusion payée au cours de la période de déclaration de l'éditeur. Les exemplaires en sus de 2 % sont déduits de la diffusion payée et inclus dans la diffusion non payée.

b) Chaque programme de ventes parrainées à des tiers (service de repas à domicile, manifestation sportive, festival, etc.) dont la diffusion moyenne est de 250 exemplaires ou plus par numéro fait l'objet d'une note explicative dans les rapports d'ABC.

Quand, dans le cas des « ventes à des tiers » (ventes directes à des tiers ou ventes parrainées à des tiers), l'acheteur est un annonceur, et que la transaction prévoit de la publicité, les ventes peuvent compter dans la diffusion payée si l'une des trois conditions suivantes s'applique :

(i) le contrat de publicité et le contrat d'achat du journal forment des contrats distincts;

(ii) le contrat de publicité contient des précisions sur le prix d'achat du journal lorsque le contrat couvre à la fois la publicité et les journaux;

(iii) le prix d'achat des journaux est indiqué séparément dans le contrat ou la facture qui concerne à la fois l'annonceur et le journal.

e) Exigences

(1) Avis

a) Destinataire

Les destinataires doivent être informés que les exemplaires sont mis à leur disposition par l'acheteur. Voici un exemple d'avis acceptable :

- Nom du commanditaire
- Logo non promotionnel

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

- Adresse
- Ville, province, code postal
- URL
- Numéro de téléphone/Numéro de télécopieur/Adresse courriel

Les renseignements additionnels sont considérés comme de la publicité et doivent être payés conformément aux dispositions de l'alinéa d) ci-dessus.

Des exemples d'avis sont affichés sur le site Web d'ABC (www.accessabc.com).

Les destinataires inscrits à des programmes qui s'étendent sur plus d'un mois doivent recevoir un avis initial contenant tous les renseignements nécessaires pour annuler la livraison. Ces destinataires doivent recevoir un avis mensuel identifiant le commanditaire.

b) ABC doit être avisé de tout programme de ventes à des tiers au moins deux semaines (14 jours) avant la distribution si les ventes à des tiers représentent au moins 4 % du total de la diffusion payée tel que déclaré dans la plus récente déclaration de l'éditeur, ou si ABC en a donné la directive. Cela lui permet d'effectuer des essais en temps réel dans le cadre du processus de vérification. Les exemplaires vendus sans que l'avis exigé soit fourni n'entrent pas dans la diffusion « payée ».

Dans le cas des exemplaires vendus à des tiers et livrés à des non-abonnés, les journaux doivent tenir une liste des destinataires par adresse ou ils doivent être en mesure de préciser le secteur de distribution et de déterminer le nombre de ménages qui recevront des exemplaires. Ces renseignements doivent être disponibles au moins deux semaines avant la date effective de distribution et prêts à être soumis à l'examen d'un vérificateur d'ABC.

(2) Contenu

À tout le moins, les journaux inclus dans les ventes à des tiers doivent être le même produit de base (articles rédactionnels, annonces classées, encarts, etc.) livré aux autres points de vente au numéro et/ou distributrices de la même zone à la même date, à l'exception de la publicité par encart volant. Les éditions uniques ne peuvent pas être incluses dans les ventes à des tiers. Les éditions électroniques peuvent être assujetties aux restrictions indiquées à l'alinéa f) ci-dessous.

(3) Justification du prix

Le commanditaire doit payer un prix justifié pour chaque exemplaire vendu, à l'exclusion de toute autre contrepartie. Pour que les exemplaires vendus dans le cadre d'un contrat de publicité entrent dans la diffusion payée, les coûts associés doivent être indiqués séparément. Les journaux membres peuvent utiliser une des trois méthodes suivantes pour déclarer le coût des journaux :

a) Le contrat de publicité et le contrat d'achat des journaux forment des contrats distincts.

b) Lorsque l'entente porte à la fois sur la publicité et les journaux, le contrat doit contenir des précisions sur le prix d'achat des journaux (exemplaires, prix unitaire et coût total).

c) Lorsque l'entente concerne à la fois l'annonceur et le journal, le prix d'achat du journal doit être indiqué sur une ligne séparée.

Le montant facturé pour la publicité doit être le même que celui facturé à un annonceur en situation similaire qui n'achète pas de journaux.

Pour voir un exemple de déclaration justifiée et connaître les exigences minimales à respecter pour justifier le prix des exemplaires vendus à des tiers, consultez le site Web d'ABC (www.accessabc.com).

(4) Facturation

La transaction d'achat doit être distincte de toute autre entente financière entre le tiers acheteur et le journal. Le tarif, le volume des ventes et le coût total des journaux doivent être indiqués sur une ligne séparée du contrat (en cas de vente forfait) ou de la facture remise à l'acheteur. Il doit y avoir une piste de vérification claire entre la facture ou le contrat et les registres de diffusion.

(5) Paiement

a) Au moment de la distribution, le journal doit avoir suffisamment de fonds en dépôt pour couvrir le coût de la distribution des journaux inclus dans les ventes à des tiers. Si les fonds disponibles ne sont pas suffisants, les exemplaires ne peuvent pas être inclus dans la diffusion « payée ». Les ventes à des tiers ne peuvent pas être incluses dans la marge de 4 %. En ce qui concerne les ventes à des tiers, le troc ne constitue pas un mode de paiement acceptable.

(6) Exécution

L'acheteur doit diriger la distribution des journaux à un programme précis de ventes à des tiers.

L'acheteur ne peut pas contribuer à un fonds tiers « général »; il doit plutôt faire un don à un programme ou un événement précis (service de

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

livraison de repas à domicile, manifestation sportive, festival, etc.).

Le nombre de journaux achetés, le tarif facturé et le prix total doivent être clairement indiqués à l'acheteur (à l'exclusion de toute contrepartie, comme il est expliqué à la rubrique « Facturation »).

Les dons en espèces aux programmes Journaux en classe ne peuvent pas être transférés aux ventes à des tiers et vice versa.

(7) Livraison à la date de publication

Les exemplaires vendus à des tiers doivent être livrés à la date de publication.

f) Rapports du Bureau

La moyenne de la diffusion totale pour les ventes à des tiers ne fait pas de distinction entre les ventes directes et les ventes parrainées; il s'agit plutôt de la diffusion moyenne pour toute la période. Bien que les rapports du Bureau ne fassent pas de distinction entre les ventes directes à des tiers et les ventes parrainées à des tiers, la publication doit être en mesure d'identifier et de quantifier chaque catégorie aux fins de la vérification.

Un guide de classification des exemplaires vendus à des tiers peut être consulté sur le site Web d'ABC.

Les exemplaires livrés en double à domicile sont exclus de la diffusion payée. Les journaux qui livrent une édition prédatée tierce à leurs abonnés réguliers du dimanche ne peuvent pas inclure l'exemplaire vendu à un tiers dans la diffusion payée. Les exemplaires vendus à des tiers doivent être livrés à la date de publication.

Les éditions électroniques livrées à domicile par l'entremise de programmes de ventes à des tiers peuvent être qualifiées comme étant utilisées aux foyers, et seuls les exemplaires qui ont été accédés seront éligibles pour être inclus dans la catégorie "ventes à des tiers" et ce, conditionnel à l'offre par l'éditeur de documentation sur l'accès des utilisateurs.

Les éditions électroniques peuvent être admissibles à des programmes précis de ventes à des tiers offerts à des entreprises pour leurs employés et à des bibliothèques. Le cas échéant, chaque licence d'utilisation unique constitue un abonnement.

L'édition électronique doit être conforme à toutes les règles et politiques du Bureau régissant l'admissibilité des éditions, et chaque licence vendue doit elle aussi être conforme aux normes en vigueur pour la diffusion payée.

g) La publication fournit, comme analyse des ventes à des tiers, des renseignements à propos des prix auxquels ont été achetés les abonnements et les exemplaires vendus au numéro. C'est une analyse de la moyenne des ventes à des tiers pour la période, par fourchette de prix.

h) Marge pour la livraison à domicile d'exemplaires vendus à des tiers

Une marge totale pouvant aller jusqu'à 15 % pour les erreurs de livraison aléatoires/occasionnelles et les exemplaires manquants signalés par erreur est tolérée dans l'évaluation des résultats des essais sur le terrain des programmes de livraison à domicile d'exemplaires vendus à des tiers.

C103.4 Abonnements collectifs (par des entreprises pour des employés désignés)

a) Tous les exemplaires ou abonnements achetés en quantité de deux au moins par des sociétés, des établissements ou des particuliers pour des employés, des filiales ou des succursales sont désignés dans les rapports du Bureau à la rubrique « Moyenne de la diffusion payée » sous réserve de l'une des conditions suivantes :

(1) Le journal a des registres indiquant les noms ou les titres des employés, ou

(2) Le Bureau a accès aux registres de l'abonné aux fins de vérification. Les registres indiquent les noms ou titres de ceux qui reçoivent la publication.

b) Les « Abonnements collectifs » figurent séparément dans la déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification aux paragraphes 1 et 2.

c) Une explication des « Abonnements collectifs » est fournie au paragraphe réservé aux explications générales de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification et la fourchette des ventes est indiquée comme suit : « Vendu en quantité de ____ à ____ ».

C 103.5 Abonnements d'association

a) Tout membre d'association, qui reçoit un journal en raison de son adhésion à cette association, que l'abonnement soit payé dans le cadre des droits d'adhésion à l'association ou par cotisation, ou par le membre en sus des droits d'adhésion à titre de condition d'adhésion, est désigné comme un abonné membre d'association, et ledit abonnement est désigné comme abonnement d'association, à condition que l'association mette ses registres à la disposition du Bureau. Les abonnements à une publication indépendante achetés par une association qui ne soumet pas ses registres au Bureau aux fins de vérification sont classés comme ventes à des tiers si ces abonnements répondent aux conditions requises pour être des ventes à des tiers.

b) Il y a deux catégories d'abonnements d'association. La catégorie est expliquée en détail dans les rapports du Bureau.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

La première catégorie représente les abonnements d'association que l'on peut déduire des droits d'adhésion. Entrent dans cette catégorie les abonnements de membres d'une association qui ont le droit d'accepter la publication ou de la refuser et, dans ce cas, de demander une réduction des droits d'adhésion à concurrence d'une somme déterminée s'ils refusent la publication. Cette somme ne peut pas être inférieure à un cent. Cette option est obligatoirement signalée au membre au moment où il adhère à l'association et est clairement indiquée sur chaque relevé des droits d'adhésion pour qu'il sache que le paiement couvre l'abonnement facultatif à la publication ainsi que les droits d'adhésion.

Dans la seconde catégorie, on range les abonnements d'association non déductibles des droits d'adhésion. Entrent dans cette catégorie les abonnements de membres d'une association dont les droits d'adhésion demeurent les mêmes qu'ils acceptent ou qu'ils refusent la publication.

On informe toute personne qui devient membre de l'association que les droits d'adhésion comprennent un abonnement à la publication et le montant des droits affecté au paiement de l'abonnement. Sur chaque relevé des droits d'adhésion, on précise le montant affecté au paiement de l'abonnement.

c) Les dispositions ne s'appliquent pas à un candidat si les statuts de l'association prévoient que l'abonnement fait partie des droits d'adhésion de chaque membre et que l'éditeur s'engage au moment de sa demande d'admission à se conformer aux stipulations énumérées au plus tard au début de la deuxième année d'affiliation suivant la période de la vérification initiale. La publication perd d'office son titre de membre conformément à l'alinéa d) de l'article 2.13 des Statuts si l'éditeur ne respecte pas cette condition dans les délais fixés.

d) Il y a lieu d'indiquer le fait qu'il s'agit d'une publication d'association dans tous les paragraphes des rapports soumis au Bureau visant à décrire les méthodes d'abonnements ou de ventes qui ne sont pas employées par les revues d'associations

e) Les abonnements d'association ne comptent dans la diffusion payée que s'ils sont vendus au moins d'un cent .

C 103.6 Abonnements-cadeaux

(Voir également C 105.3 Ventes combinées)

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 C 1.1.

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

d) Lorsqu'une ou plusieurs commandes d'un seul donateur 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 règles régissant les ventes en vrac.

C 103.7 Abonnements-cadeaux non reconnus comme diffusion payée

a) Abonnements-cadeaux payés par des vendeurs d'abonnements ou d'autres personnes rémunérés 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.

ARTICLE 104

Périodes de vérification

C 104.1 Périodes de vérification

a) Toutes les vérifications des journaux de la même ville ont lieu à des périodes se terminant à la même date. Si l'on procède à la vérification d'un des journaux de la ville pour une période plus courte, la moyenne de cette période sera la première indiquée au paragraphe rapportant la moyenne de la diffusion totale et celui rapportant la diffusion par marché, et ce, sur tous les rapports publiés de tous les journaux de la ville.

La vérification normale d'un quotidien couvre une période de 12 mois se terminant par un trimestre civil. Un quotidien dont la moyenne de la diffusion payée est de 75 000 exemplaires ou moins par numéro peut demander une vérification couvrant une période de deux ans se terminant par un trimestre civil.

Les journaux dont la moyenne de la diffusion payée est de 30 000 ou moins et optant pour l'usage du format de rapport dédié à cette catégorie de membres, seront vérifiés tous les deux ans ou peuvent demander un audit couvrant une période de 12 mois se terminant par un trimestre

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

civil.

Un quotidien dont la moyenne de la diffusion payée est entre 50 001 et 75 000 exemplaires par numéro peut demander une vérification couvrant une période de deux ans se terminant par un trimestre civil, pourvu que les conditions suivantes soient remplies :

- (1) les ventes à des tiers sont inférieures à 5 pour 100 de la diffusion payée;
- (2) le dernier rapport de vérification paru ne compte pas d'ajustement supérieur à 2 pour 100.

b) Si, pour une raison quelconque, la vérification normale n'a été faite que trois mois après la fin de la période de vérification, le Bureau peut comprendre dans sa vérification ces trois mois supplémentaires afin de fournir les renseignements les plus récents. Dans les cas où la période de vérification se termine à une date autre qu'à la fin de la période semestrielle habituelle, l'éditeur dépose une déclaration de l'éditeur semestrielle couvrant les mois compris entre la fin de ladite période de déclaration et les trois mois suivant la fin de la période de vérification.

c) Dans les villes voisines les unes des autres et dans toute région où il est économique de faire la vérification des publications pour des périodes identiques, on fait en sorte que les périodes de vérification coïncident.

C 104.2 Vérification initiale

Voir également B 102.5

a) La vérification initiale d'un journal candidat à l'adhésion dans une ville où il y a déjà un ou plusieurs journaux membres porte sur une période d'au moins six mois se terminant à la même date que la période sur laquelle porte la vérification du ou des membres actuels, sauf exception stipulée à l'alinéa c) du présent article.

b) La vérification initiale d'un journal rural qui paraît une, deux ou trois fois par semaine, et qui sollicite l'adhésion au Bureau selon le régime qui consiste à faire l'objet d'une vérification biennale, porte sur une période d'au moins trois mois se terminant par un trimestre civil quelconque. Toutefois, dans une ville où il y a déjà un journal membre qui doit être vérifié tous les deux ans, la période de vérification initiale de trois mois se termine à la même date que la période de vérification du membre actuel.

Les journaux ruraux admissibles à la vérification biennale ont le choix de déclarer leur diffusion moyenne totale ou selon la formule standard des quotidiens.

La vérification initiale d'un journal qui paraît une, deux ou trois fois par semaine dans la ville ou la zone urbaine d'un ou de plusieurs autres quotidiens membres du Bureau porte sur une période d'au moins six mois se terminant le même jour que la période de vérification du ou des membres actuels, et les vérifications suivantes peuvent être effectuées chaque année et les cotisations réglées annuellement.

La vérification annuelle des journaux qui paraissent une, deux ou trois fois par semaine fait l'objet d'une déclaration selon la formule standard.

c) Dans le cas d'un journal récemment établi, la vérification initiale peut porter sur tous les numéros distribués au cours d'une période normale se terminant à la fin d'un trimestre, pourvu que le journal ait été publié régulièrement pendant au moins trois mois et qu'il ne soit pas publié dans une ville où il y a déjà un ou plusieurs membres. S'il y a un membre dans la ville, la vérification initiale peut porter sur tous les numéros distribués pendant la période de vérification déjà établie pourvu que le journal ait été publié régulièrement pendant au moins trois mois. Dans le cas contraire, la vérification initiale du candidat est reportée à la période de vérification normale suivante.

C 104.3 Vérification de réadmission

Les vérifications de réadmission de journaux dont le service est suspendu portent sur une période correspondant à la période de vérification des autres journaux de la même ville.

ARTICLE 105

Stimulants pour la diffusion et autres normes d'admissibilité

C 105.1 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

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

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. Les numéros de l'édition électronique offerts à tous les abonnés à la version imprimée pour la période de l'offre si seuls les abonnements à la version imprimée font partie de la diffusion payée.

2) Tout article envoyé gratuitement par la poste avec l'offre d'abonnement ou offert par le représentant au moment de la sollicitation, sous forme de texte reproduit ou imprimé relatif à la publication qui propose l'offre d'abonnement et dont la valeur ne dépasse pas 0,50 \$, conformément aux dispositions de l'article C 105.2 a).

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 ou le débit d'un compte de carte de crédit autorisé.

5) L'édition électronique des journaux, peu importe qu'elle ait un prix et/ou soit autrement déclarée comme diffusion payée.

6) Des programmes qui offrent aux abonnés, à un coût additionnel après l'achat de leur abonnement, un accès exclusif à des fonctions ou à des activités conçues par l'éditeur qui ne sont pas offertes en vente au grand public.

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

8) L'accès gratuit ou à prix réduit au contenu en ligne ou à l'édition électronique provenant de la même maison d'édition que la publication incluse dans l'abonnement.

9) Les programmes de récompenses aux abonnés visent à promouvoir la fidélité à la marque en démontrant la reconnaissance envers les abonnés et les visiteurs du site Web, et ils offrent une valeur ajoutée aux annonceurs du journal. Ces programmes ne sont pas assimilés aux primes d'abonnement, si les conditions suivantes sont respectées :

a) Processus d'inscription – le programme de récompenses aux abonnés doit inclure un processus d'inscription lancé par l'abonné ou le consommateur. L'inscription automatique est interdite. Le journal peut déterminer qui est admissible au programme et à quel niveau d'adhésion.

b) Les récompenses peuvent prendre deux formes :

(1) Le journal peut récompenser les abonnés en leur offrant des marchandises ou en leur attribuant des points à échanger contre des marchandises; cependant, i) la récompense ne peut pas être convertie en espèces et/ou acceptée comme paiement d'un abonnement par le journal, et ii) la valeur au détail de la marchandise offerte en récompense au nouvel abonné ne peut pas dépasser le prix de l'abonnement du nouvel abonné au cours des 90 premiers jours de l'abonnement.

(2) Les annonceurs peuvent participer au programme de récompenses aux abonnés en offrant des récompenses conçues pour accroître leur couverture, leur capital social et leur chiffre d'affaires.

c) Exigences en matière de divulgation et de tenue de livres – La section réservée aux explications de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification d'ABC doit contenir un paragraphe décrivant les détails du programme de récompenses aux abonnés, dont le nombre de participants au programme (abonnés et non-abonnés).

d) Le programme de récompenses aux abonnés peut offrir des avantages tels qu'un contenu rédactionnel généré par le journal et d'autres publications; des calendriers communautaires; ou l'accès à des événements et services parrainés par le journal. [L'accès aux éditions imprimées ou électroniques payées d'autres publications n'est pas considéré comme admissible et serait assujéti aux dispositions régissant les ventes combinées.]

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

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

n'ait été publié à une date à laquelle il aurait été inclus dans l'abonnement, même si l'offre ne le mentionnait pas spécifiquement.

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

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

C 105.2 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 C 101.1.

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

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

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

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

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

C 105.3 Primes offertes avec les ventes combinées

Lorsque deux publications différentes ou plus (journaux, revues, publications commerciales, publications agricoles) sont offertes à un prix inférieur au total des prix de base de toutes les publications, ces ventes entrent dans la catégorie des ventes combinées « forcées » et sont assujetties aux conditions stipulées ci-après.

a) Ventes au numéro

Si chacune des publications offertes en vente combinée a l'intention de qualifier la distribution de « diffusion payée », il faut 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.

(1) Le prix des publications combinées doit être établi conformément aux deux directives suivantes :

a) Les journaux vendus ensemble peuvent entrer dans la diffusion payée, à condition que le prix admissible minimum de chaque publication soit perçu.

b) Lorsque les publications combinées sont offertes en vente au numéro, trois options d'achat (« piles » de publications) doivent être offertes à tous les points de vente au détail, y compris les distributrices : le forfait même plus chacune des publications incluses, vendue séparément.

Exemple : Le prix de base de la publication A est de 1 \$, celui de la publication B est de 1 \$, et le prix combiné doit être au moins 1,01 \$.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

b) Abonnements

Le montant payé pour toutes les publications combinées doit être au moins un cent pour chaque publication visée par l'offre.

(1) Abonnements supplémentaires

Par « abonnements supplémentaires », on entend l'ajout d'une nouvelle publication livrée avec l'abonnement existant du consommateur. Les deux abonnements offerts dans le cadre d'une vente combinée peuvent entrer dans la diffusion payée aux conditions suivantes :

a) L'abonné doit être avisé du nouvel abonnement ou du renouvellement offert.

b) Le montant du paiement supplémentaire ou de la réduction doit être clairement indiqué et correspondre au moins au montant justifié tel que le définissent les règles de diffusion payée de la publication.

c) L'abonné doit accepter l'offre et il doit avoir le choix entre payer un montant supplémentaire pour l'abonnement additionnel ou bénéficier d'une réduction de prix si l'abonnement additionnel offert est refusé.

Si l'abonné n'a pas le choix d'accepter ou de refuser, on ne peut ni insinuer ni suggérer dans le matériel promotionnel que la publication ajoutée est « gratuite » ou « sans coût supplémentaire » ou employer d'autres formules du même genre.

Pour voir des exemples d'offres courantes, consultez le site Web d'ABC.

Le montant payé pour toutes les publications combinées doit être au moins le montant justifié tel que le définissent les règles de diffusion payée des publications.

(2) Abonnements multiples à un journal

Lorsqu'on propose ou vend plusieurs abonnements au même journal dans la même offre, le montant payé par l'abonné ne doit pas être inférieur à deux cents par publication. De plus, toute offre de plusieurs abonnements au même journal doit comprendre l'option de ne recevoir qu'un abonnement à un prix inférieur au tarif des abonnements multiples. Par exemple, si deux abonnements sont offerts à 10 cents, l'abonné potentiel doit avoir l'option d'acheter un seul abonnement à 9 cents ou moins.

Cette règle ne s'applique pas lorsque des numéros de l'édition électronique sont fournis aux abonnés de l'édition sur papier, mais que seul l'abonnement à l'édition sur papier est inclus dans la diffusion payée.

c) Journaux distribués ensemble

(1) Lorsque deux ou plusieurs quotidiens, hebdomadaires ou journaux du dimanche sont distribués ensemble, le prix pour l'ensemble doit être d'au moins un cent de chaque journal pour que la diffusion entre dans la diffusion payée.

(2) Un journal dont la fréquence de parution n'est pas quotidienne et qui ne paraît pas le dimanche peut distribuer des exemplaires d'un autre journal les jours où il ne paraît pas, en fixant un prix de base pour ce service, à condition que ce soit le seul service disponible sur le marché visé par la déclaration et que les exemplaires soient payés conformément à l'article C 101.1.

La moyenne des exemplaires de l'autre journal livrés aux abonnés est déclarée comme « Livraison à domicile – accord de distribution conjointe ». Une explication complète est fournie dans les rapports du Bureau.

Si le journal offre ce service en option à ses abonnés sur le marché visé par la déclaration, cela représente deux options de service et le prix de chaque option doit être établi conformément à l'alinéa c)(1).

d) Distribution du journal avec d'autres publications

La publication hôte est la publication offerte en vente combinée dont le prix est le plus élevé d'après la comparaison des prix de base de toutes les publications pour les durées concernées.

Quand une publication agit comme hôte à l'égard d'une ou de plusieurs autres publications en permettant leur distribution à une partie ou à la totalité de ses abonnés ou des acheteurs au numéro, les ventes de la publication hôte peuvent être comptées dans la diffusion payée si le montant payé par l'acheteur est :

(1) au moins égal au montant requis en vertu de l'article C 101.1 lorsque la valeur de l'autre ou des autres publications distribuées ne dépasse pas 25 % de la valeur de la publication hôte;

(2) au moins égal au montant requis en vertu de l'article C 101.1 plus un minimum d'un cent pour des autres publications distribuées pour les durées applicables et lorsque la valeur de l'autre ou des autres publications distribuées est supérieure à 25 % de la valeur de la publication hôte.

La publication hôte et les autres publications distribuées ne peuvent pas faire de publicité sur la distribution conjointe, directement ou en passant par des intermédiaires, à l'exception d'une seule annonce de nature informationnelle, à moins que le montant payé par les acheteurs soit au moins égal au

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

montant requis stipulé plus haut.

La distribution de la ou des publications autres que la publication hôte ne peut pas être comprise dans la diffusion payée mais elle peut être déclarée comme diffusion analysée non payée dans les rapports du Bureau, à condition que cela soit autorisé pour cette division de l'éditeur.

En cas de distribution conjointe, le nombre moyen d'exemplaires que la publication hôte peut déclarer dans la diffusion payée doit être indiqué aux paragraphes des rapports du Bureau qui sont réservés aux explications générales.

L'explication fournie doit préciser la ou les autres publications distribuées et leur prix de base.

e) Primes offertes

Les dispositions suivantes s'appliquent aussi bien aux abonnements livrés à domicile qu'aux abonnements par la poste.

(1) Journaux combinés avec des journaux

Lorsqu'on offre une prime en rapport avec une vente combinée, le montant payé par l'acheteur ne doit pas être inférieur à la valeur de la prime telle que définie à l'article C 105.2 plus le montant prescrit dans cet article.

(2) Journaux combinés avec des périodiques

Lorsqu'on propose une prime dans une offre combinée, le prix payé par l'abonné doit être d'au moins un cent plus au moins le montant admissible défini par le règlement sur la définition de la diffusion payée, plus la valeur de la prime, déclarée ou non.

Les journaux peuvent réimprimer et vendre leur propre contenu rédactionnel séparément, sans invoquer le règlement sur les ventes combinées, à condition : (1) que le contenu rédactionnel séparé soit offert en vente après la date de publication du journal dans lequel il figure; (2) que le prix au numéro du produit séparé soit inférieur à 75 % du prix de base du journal en question.

Pour obtenir de plus amples renseignements, consultez le site Web d'ABC (www.accessabc.com) ou communiquez avec un gestionnaire en relations avec les éditeurs d'ABC.

C 105.4 Abonnements payés par des concurrents

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

C 105.5 Concours et coupons

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

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

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

C 105.6 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.

C 105.7 Abonnements parrainés

Les abonnements vendus grâce à la collaboration de l'éditeur et d'une œuvre de bienfaisance ou d'un autre organisme auquel l'éditeur fait un don pour chaque abonnement obtenu de la sorte, don qui est proportionnel à la diffusion ainsi obtenue, figurent au paragraphe de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification qui est réservé aux ventes de ce genre. Pour que ces abonnements entrent dans la catégorie des abonnements payés, il faut que l'abonné paie au moins un cent, plus au nom de l'abonné le montant intégral, qu'il lui indique, à l'œuvre de bienfaisance ou à l'autre organisme.

C 105.8 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

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

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.

C 105.9 Abonnements souscrits grâce à des points de récompense

a) Les abonnements souscrits par échange de points bonis ou points fidélité (p. ex. points attribués par les compagnies aériennes et les émetteurs de cartes de crédit) peuvent être inclus dans la diffusion payée si l'éditeur présente une preuve satisfaisante que la valeur en espèces du produit ou service obtenu équivaut à un cent.

Ces « programmes de fidélisation » exigent du participant qu'il effectue un nombre donné de transactions et accumule ainsi suffisamment de crédits pour avoir droit à une prime.

b) Exigences

Il doit y avoir une documentation suffisante pour démontrer que le programme répond aux exigences suivantes :

(1) Programme

a) Le processus d'inscription doit établir un lien clair avec l'organisation « hôte ».

b) Le participant doit demander expressément à s'inscrire au programme.

c) Si des points sont attribués au moment de l'inscription, les participants ne peuvent obtenir initialement plus de 35 % des points requis pour obtenir le produit ou service le moins cher offert dans le cadre du programme.

d) Si une date d'expiration est fixée, elle doit l'être de telle façon qu'un participant puisse accumuler suffisamment de points pour obtenir l'article ayant la plus grande valeur avant l'expiration.

e) La valeur attribuée aux points dans le cadre de chaque programme est basée sur le nombre de points requis pour obtenir le produit disponible sur le marché ayant la plus faible valeur (la valeur du produit divisée par le nombre de points attribués correspond à la valeur par point).

f) Les points sont octroyés à la suite d'activités additionnelles ou selon la valeur de chaque transaction.

(2) Participant (consommateur)

a) Le participant doit accomplir une action spécifique pour accumuler des points bonis.

b) Le participant doit accomplir une action spécifique pour obtenir des biens ou services.

c) Le participant au programme doit savoir quelle est l'activité précise qu'il doit accomplir pour obtenir des points et le nombre de points que chaque activité spécifiée lui permet d'obtenir.

d) Le participant doit pouvoir accumuler des points qu'il pourra échanger ultérieurement.

e) Le participant doit pouvoir vérifier régulièrement le nombre de points accumulés dans son compte.

f) Il doit y avoir une preuve que le participant a effectué un paiement approprié pour obtenir les articles.

(3) Valeur des points

La valeur par point est fixée comme suit :

a) Tous les biens contre lesquels des points peuvent être échangés doivent avoir une valeur déclarée en points ou en dollars.

b) Le programme doit permettre l'échange de points contre une combinaison de publications et de biens autres que des publications.

Au moins 20 % des biens offerts doivent être des articles autres que des publications, dont au moins 50 % doivent être disponibles sur le marché de consommation (dans le domaine public).

c) La valeur de chaque produit disponible sur le marché doit être égale ou supérieure à la valeur moyenne des publications incluses dans l'offre.

d) Le nombre de points requis pour obtenir des biens ou services doit correspondre à la valeur par point (calculée en divisant la valeur du produit par le nombre de points attribués) multipliée par la valeur déclarée. C'est ainsi qu'il faut procéder pour tous les biens offerts (publications et autres).

e) On calcule le prix moyen en multipliant la valeur par point par le nombre de points requis pour souscrire l'abonnement.

c) Déclaration

Le nombre moyen d'exemplaires livrés durant la période dans le cadre des abonnements souscrits par échange de timbres-primés ou de points bonis (y compris les points de grand voyageur), une explication des détails du programme, la valeur attribuée aux points échangés, ainsi que la durée et le

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

prix des abonnements livrés figurent au paragraphe explicatif de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification.

C 105.10 Plan vacances

Les exemplaires gardés par l'éditeur ou le camelot indépendant pendant qu'un abonné est en vacances entrent dans la catégorie de la diffusion payée, sous réserve des dispositions suivantes :

- a) L'abonné réserve les exemplaires d'avance. Le camelot ou l'éditeur conserve sa demande dans ses dossiers pour l'examen du vérificateur. Sur la demande figurent la date, le nom de l'abonné, son adresse et la date de ses vacances
- b) L'abonné paie au moins un cent pour la durée pendant laquelle il demande qu'on garde ses journaux
- c) Seuls les exemplaires livrés à l'abonné en vacances entrent dans la catégorie de la diffusion payée.
- d) Le plan vacances a une durée maximale de quatre semaines civiles.

C 105.11 Ventes au numéro de numéros antérieurs

Un exemplaire de journal, peu importe la fréquence de la publication du titre, est considéré comme un numéro antérieur au moment de la mise en vente de l'édition du jour correspondant suivant.

Les ventes au numéro de numéros antérieurs de quotidiens n'entrent pas dans la catégorie de la diffusion payée des rapports du Bureau et figurent donc dans la distribution non payée.

C 105.12 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.

Cette règle ne s'applique pas aux offres d'abonnements livrés par camelots ou par la poste dans lesquels les modalités du contrat ont été modifiées. Voir article C 101.1 d).

Les journaux dont la fréquence de livraison change « conversions forcées » sans que les abonnés aient donné leur accord divulguent :

- le nombre d'abonnés adoptant la nouvelle fréquence et l'impact sur la moyenne de la diffusion payée
- la date d'entrée en vigueur du changement ; et
- la région du marché désigné d'ABC où a lieu le changement.

De plus, l'ancienne fréquence de livraison doit être éliminée et ne peut pas être rétablie avant au moins trois mois.

Dans le cas des journaux qui ne déclarent pas la diffusion selon le jour de la semaine la divulgation des chiffres de la diffusion est obligatoire pour la région du marché concernée si un changement de fréquence entraîne un écart de la moyenne de la diffusion payée de cette région du marché supérieur à 15 pour 100 par rapport aux autres jours de la semaine.

Si un journal modifie la fréquence de la livraison dans une partie d'une zone de déclaration ABC sans que les abonnés aient donné leur accord, les abonnés touchés se voient offrir la possibilité de renoncer aux livraisons supplémentaires avant le changement de fréquence. Le cas échéant, le journal déclare la « moyenne des livraisons à domicile – conversions de fréquence » en tant qu'élément distinct aux paragraphes 1 et 2 et au paragraphe réservé aux explications générales, le nombre d'abonnés convertis à la nouvelle fréquence, la date d'entrée en vigueur du changement, et il définit (géographiquement ou autrement) le groupe d'abonnés touchés.

C 105.13 Cessions dues à une fusion

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

- a) Les journaux fusionnées sont homogènes.
- b) La fusion de quotidiens ou d'autres 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 journal éliminée, par le prix unitaire de la journal

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

qui continue à être publiée, ledit prix étant calculé au prorata du tarif de base annuel de l'abonnement à le journal qui continue à être publiée.

(2) En comptant le nombre de numéros de le journal éliminée encore dus à l'abonné et en créditant le même nombre de numéros de le journal substituée, à condition que le tarif de base annuel de l'abonnement à le journal 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 le journal 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 journal et le début du service de le journal substituée.

e) La première déclaration de l'éditeur consécutive à une fusion des journaux contient une déclaration consolidée de la diffusion au paragraphe approprié, mais les autres analyses du rapport sont effectuées séparément pour chacune des journaux fusionnées. Les analyses portant sur les journaux 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.

C 105.14 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 des quotidiens ou d'autres publications d'intérêt surtout local, les deux journaux doivent avoir été publiés dans la même région du marché désigné ou dans un rayon de 100 milles.

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

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

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

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

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

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

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

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

C 105.15 Cession d'une publication en activité à une autre publication

Lorsqu'un journal 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 journaux sont homogènes.

b) Dans le cas de quotidiens ou d'autres 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 le journal cédée et en créditant le même nombre de numéros de le nouvel journal, 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 le journal 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 approprié, 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.

C 105.16 Cession d'une publication suspendue à d'autres publications

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

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

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

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

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

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

(2) En comptant le nombre de numéros de la publication éliminée encore dus à l'abonné et en créditant le même nombre de numéros de la publication substituée, à condition que le tarif de base annuel de l'abonnement à la publication éliminée corresponde à au moins 50 pour 100 du tarif de base annuel de l'abonnement à la publication substituée, ou à condition que le prorata du prix unitaire (tarif de base annuel de l'abonnement divisé par le nombre d'exemplaires publiés annuellement) de la publication éliminée corresponde à au moins 25 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

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

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.

C 105.17 Abonnements à crédit

(Voir aussi la Politique concernant la livraison par camelots – Abonnements dont le montant est recouvré par le Bureau et abonnements réglés au Bureau, compris dans l'itinéraire des camelots indépendants, figurant dans les déclarations de l'éditeur et dans les rapports de vérification des journaux)

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

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

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

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

(1) Le paiement doit être effectué : dans les six mois suivant le début du service pour les publications commerciales et les journaux; dans les sept mois suivant le début du service pour les revues et les publications agricoles.

Les exemplaires livrés pour des abonnements qui n'ont pas été payés conformément ci-dessus, 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.

C 105.18 Crédits internes

De temps à autre, des détaillants et/ou des organisations civiques ou sociales peuvent offrir des crédits « internes » à faire valoir dans leurs établissements (par exemple, les crédits accordés aux nouveaux membres d'un musée qui peuvent être échangés à la boutique de cadeaux du musée). Ces crédits « internes » peuvent être utilisés pour acheter un abonnement à un journal aux conditions suivantes :

a) Le crédit s'inscrit dans le cadre d'une promotion du détaillant ou de l'organisation civique ou sociale, et non du journal ou de ses agents.

b) Le crédit a une date d'expiration précise.

c) La promotion accorde la même importance à tous les biens ou services offerts.

d) La valeur du crédit, indiquée en termes monétaires à l'abonné, est d'au moins un cent.

e) Des registres adéquats faisant état de la commande, de la transmission des fonds et de la façon dont la valeur du crédit est déterminée sont mis à la disposition du vérificateur.

f) La transaction est expliquée en détail dans la déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification.

C 105.19 Ventes à la criée (dans la rue)

a) Les journaux qui choisissent d'inclure dans la diffusion payée les exemplaires des journaux vendus à la criée (dans la rue) doivent tenir un système de production de rapports et des registres qui permettent de déterminer avec exactitude le nombre d'exemplaires vendus à la criée et de soutenir une vérification par ABC :

b) La documentation requise à l'appui des ventes à la criée comprend, sans s'y limiter, les registres journaliers des ventes par vendeur, selon le lieu, indiquant le tirage, les retours, l'heure des éditions, la rémunération des vendeurs et les sommes perçues. Il faut également fournir des renseignements sur les politiques en matière de crédit et de rémunération des distributeurs indépendants qui participent à la distribution des exemplaires des vendeurs à la criée.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

ARTICLE 106

Autres rapports

C 106.1 Déclarations de l'éditeur

a) Les journaux membres sont tenus de soumettre des déclarations semestrielles couvrant les périodes du 1er octobre au 31 mars et du 1er avril au 30 septembre.

b) Ils peuvent soumettre des déclarations provisoires pour les trimestres allant du 1er avril au 30 juin ou du 1er octobre au 31 décembre.

c) Les éditeurs utilisant le système de facturation sur quatre semaines - 13 mois peuvent déclarer les moyennes de la diffusion pour la période de 13 ou de 26 semaines se rapprochant le plus de la fin du trimestre civil.

C 106.2 Déclarations de l'éditeur et rapports de vérification de journaux consolidés

Les rapports consolidés contenant des données sur la diffusion de journaux individuels ainsi que sur la diffusion totale de tous les journaux individuels du groupe qui font partie d'ABC peuvent être émis pour les éditeurs qui le demandent, à condition que la publicité y soit vendue en combinaison pour tous les journaux dudit groupe. Les rapports sont émis conformément aux formules standard fournies par le Bureau pour les périodes se terminant le 31 mars et le 30 septembre.

Tout rapport publié comprend une carte géographique préparée par le Bureau et indiquant l'emplacement de la ville où est publié chaque journal ABC inclus dans le groupe.

ARTICLE 107

Analyse par zone de déclaration et par mode de livraison

C 107.1 Choix de déclaration

a) Les journaux peuvent, à leur gré, consigner dans les déclarations de l'éditeur et les rapports de vérification la moyenne de la diffusion payée pour une région définie comme étant le « marché désigné du journal ».

b) Un journal peut demander au directeur général la permission de ne plus déclarer les moyennes de la diffusion par zone, mais plutôt par « marché désigné du journal », conformément aux dispositions de l'article C 7.6.

Il fait cette demande par écrit en présentant les faits à l'appui de sa requête.

c) Les journaux qui choisissent de déclarer la moyenne de la diffusion payée en fonction du marché désigné du journal et non plus en fonction des zones urbaine et de commerce au détail peuvent, à leur gré, continuer à déclarer les moyennes de la diffusion payée en fonction des zones urbaine ou de commerce au détail.

d) Toute modification d'une zone de déclaration entre en vigueur au début de la période sur laquelle porte la déclaration de l'éditeur au cours de laquelle la nouvelle délimitation est approuvée, à condition que ladite période soit la première sur laquelle porte la vérification. Si la nouvelle délimitation n'est pas approuvée lors de la vérification de la première période sur laquelle porte la déclaration, elle entre en vigueur le premier jour de la période sur laquelle porte la vérification suivante.

e) La diffusion de tous les journaux publiés dans la même ville, à l'exception des journaux nationaux et ceux ayant une diffusion payée de 30 000 ou moins et optant pour l'usage du format de rapport dédié à cette catégorie de membres, est indiquée uniformément dans la zone déterminée.

f) Les journaux dont la diffusion payée est de 30 000 ou moins et optant pour l'usage du format de rapport dédié à cette catégorie de membres, ne sont pas éligibles au rapport par marché..

C 107.2 Diffusion dans la ville d'un autre membre

a) Quand un journal déclare une diffusion dans une autre municipalité indépendante où se trouve un autre journal membre et que cette prétendue diffusion s'élève à 15 pour 100 au moins de la diffusion payée nette du membre local, on demande au Bureau de ventiler cette diffusion, si le journal membre situé dans la municipalité nécessitant cette analyse en fait la demande expresse au Bureau. Cette demande est présentée au Bureau avant la fin de la période de vérification annuelle suivante.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

L'analyse de la diffusion est effectuée par le vérificateur du Bureau et figure au paragraphe 3 du rapport de vérification, immédiatement après l'indication de la distribution brute de la ville en question. Toute explication sur ce qui précède est fournie sous forme de note en bas de page.

Les chiffres sur la diffusion payée figurant au paragraphe 3, à la suite de la demande expresse, englobent la diffusion distribuée dans la municipalité ou la zone urbaine établie pour la ville faisant la demande et présentent une répartition adéquate du reste de la diffusion payée.

b) Si on ventile la diffusion d'un journal conformément aux dispositions de l'alinéa a), il faut aussi ventiler pendant la même période la diffusion des autres journaux membres de la même ville.

c) Si le membre demandant l'analyse met en doute l'exactitude de celle-ci, telle que donnée par les chiffres d'ABC et publiée dans le rapport de vérification, on applique les règles régissant les enquêtes externes.

d) Le membre qui a fait la demande procède aussi à la ventilation de sa diffusion payée au paragraphe 3 de son rapport de vérification

e) Si l'on procède seulement à une analyse du code postal, le journal faisant la demande précise les codes postaux de sa municipalité dans lesquels il déclare une distribution d'au moins 15 pour 100 de sa diffusion payée.

C 107.3 Zone urbaine

a) Pour établir une zone urbaine, le directeur général consulte les éditeurs de la ville où le journal est publié, conformément aux règles de procédure approuvées par le conseil d'administration.

b) Après avoir consulté les éditeurs intéressés, le directeur général peut de temps à autre modifier les limites de la zone conformément aux règles de procédure approuvées par le conseil d'administration.

C 107.4 Zone de commerce au détail

a) Pour établir une zone de commerce au détail, le directeur général consulte les éditeurs de la ville où le journal est publié, conformément aux règles de procédure approuvées par le conseil d'administration.

b) Après avoir consulté les éditeurs intéressés, le directeur général peut de temps à autre modifier les limites de la zone conformément aux règles de procédure approuvées par le conseil d'administration.

c) Les limites de la zone de commerce au détail sont déterminées d'après les unités désignées par le bureau de recensement, et les statistiques démographiques indiquées sont extraites des rapports du bureau de recensement; le directeur général peut, s'il le juge à propos, déterminer si l'on peut inclure dans la zone de commerce au détail certaines régions non délimitées par le bureau de recensement, et déterminer et indiquer la source où l'on doit puiser les statistiques démographiques.

d) Les éditeurs membres peuvent en tout temps déposer une requête auprès du Bureau en vue d'obtenir la modification d'une zone de commerce au détail. Si celle-ci concerne les zones urbaine ou de commerce au détail ou de plusieurs autres éditeurs membres, le directeur général en avise ledit ou lesdits éditeurs membres.

e) Lorsqu'il faut déterminer ou modifier une zone de commerce au détail, le directeur général recourt aux services de membres du personnel du Bureau ou d'autres organismes d'enquête reconnus afin d'obtenir les renseignements qui lui permettront de bien délimiter la zone de commerce au détail en question, conformément aux règles de procédure. En règle générale, les frais sont assumés par le ou les membres du Bureau qui ont présenté ladite requête.

C 107.5 Marché désigné du journal

a) Le marché désigné du journal est désigné par le journal sous réserve de l'approbation du directeur général.

Le marché désigné d'un journal membre est la région géographique qu'occupe le marché desservi par le journal.

b) Afin de déterminer si une région entre dans le marché désigné du journal, il faut tenir compte des facteurs suivants, mais sans s'y limiter :

(1) Il s'agit de la région géographique où le journal est commercialisé.

(2) La région est formée d'unités adjacentes désignées par le bureau de recensement.

c) Les journaux déclarant la moyenne de la diffusion payée pour un marché désigné du journal se conforment aux exigences suivantes :

(1) Les journaux ayant un marché désigné signalent dans la déclaration de l'éditeur présentée au Bureau la moyenne de la diffusion payée pour la région et, s'ils le souhaitent, déclarent la moyenne de la diffusion payée pour chaque comté de ladite région.

(2) Le journal qui choisit de déclarer sa diffusion pour un marché désigné du journal annexe aux rapports de vérification émis pour la

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

publication une carte géographique préparée par ABC conformément aux critères applicables énoncés à l'article C 2.12 des Règlements, sur laquelle il indique les limites de son marché.

(3) Les journaux déclarant la moyenne de la diffusion payée pour un marché désigné du journal l'accompagnent des données compilées par ABC sur les foyers occupés et, s'ils le souhaitent, indiquent le rapport entre la diffusion et les foyers occupés, par comté ou partie de comté, sous forme de pourcentage.

d) Le journal qui choisit de déclarer sa diffusion en fonction du marché désigné du journal et non en fonction de zones indique au paragraphe 3 du rapport de vérification la ventilation de la distribution pour chaque ville, cité ou localité reconnue se trouvant à l'intérieur du marché désigné du journal et recevant au moins 25 exemplaires, selon leur comté.

C 107.6 MSA/RMR

Les régions comprenant des régions métropolitaines de recensement établies par Statistique Canada sont désignées comme telles dans la liste de comtés figurant au paragraphe 5 des rapports de vérification, et les totaux de ces régions peuvent, au gré de l'éditeur, figurer au paragraphe 5 des rapports de vérification. Les statistiques ou tableaux portent selon le cas le titre de région métropolitaine de recensement, comté(s) de _____ seulement. Si une seule partie du comté est comprise dans la région, faire suivre le nom du comté. Lorsque le total de la région figure dans le rapport de vérification, le total de la diffusion par zone de commerce au détail ou le total de toute autre diffusion et/ou le total de la diffusion payée, et/ou la diffusion par marché désigné du journal peuvent aussi, au gré de l'éditeur, être déclarés à la suite du total de la région.

Si les totaux de la RMR figurent dans un rapport de vérification, l'éditeur peut, s'il le souhaite, répéter ces mêmes totaux dans les déclarations subséquentes. Les totaux figurant dans les déclarations de l'éditeur doivent être identiques aux chiffres consignés dans les rapports de vérification les plus récents et identifiés comme tels dans les déclarations de l'éditeur.

C 107.7 Autres régions

a) Région métropolitaine de recensement (RMR), ou comté de publication.

Les éditeurs peuvent, à leur gré, inscrire au paragraphe des explications des rapports de vérification et des déclarations de l'éditeur de leur journal la moyenne de la diffusion payée soit selon le comté de publication, pour les journaux publiés hors de la ville centrale d'une région métropolitaine, soit, pour les journaux publiés dans la ville centrale d'une région métropolitaine, la moyenne de la diffusion payée selon la RMR. L'éditeur peut, à son gré, déclarer les chiffres de diffusion en dehors des RMR. De plus, il fournit les données sur la population et les foyers occupés.

Si la RMR de la ville de publication se compose de plus d'un comté ou d'une partie de plusieurs comtés, l'éditeur peut fournir des données sur la diffusion et les foyers occupés pour chacun de ces comtés, à condition qu'il fournisse aussi ces données pour l'ensemble des RMR.

C 107.8 Autre

Par « Autre », on entend la diffusion à l'extérieur des limites de ce qui constitue, dans la formule des journaux, la « zone urbaine » et la « zone de commerce au détail ».

Par « diffusion à l'extérieur du marché désigné de journal », on entend la diffusion à l'extérieur de ce qui constitue le marché désigné du journal.

C 107.9 Liste des villes recevant 25 exemplaires ou plus

a) Tous les éditeurs de journaux consistent l'analyse de la distribution par villes recevant au moins 25 exemplaires par jour. La liste, dressée selon l'ordre alphabétique des comtés ou une analyse de la diffusion par code postal au Canada recevant au moins 25 exemplaires, classés dans l'ordre alphanumérique, est incluse dans les rapports de vérification.

Les journaux dont la diffusion payée est de 30 000 ou moins et optant pour l'usage du format de rapport dédié à cette catégorie de membre, doivent fournir une analyse de distribution complète soit par villes recevant au moins 100 exemplaires par jour dressée par ordre alphabétique par province ou une analyse de la diffusion par code postal au Canada recevant au moins 100 copies, classée dans l'ordre alphanumérique, est incluse dans les rapports de vérification

Ces données doivent être présentées à ABC dans les 30 jours suivant la date fixée pour la fin de la période de vérification du membre. Si les données ne sont pas présentées dans les délais escomptés, elles pourraient être exclues du rapport FAS-FAX pertinent d'ABC.

Les éditeurs peuvent, à leur gré, fournir, en même temps que la déclaration de l'éditeur habituelle, l'analyse de la distribution que l'on publie sous

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

forme de rapport supplémentaire. La ventilation est aussi assujettie à vérification au moment de la vérification habituelle. La « totale projetée de la diffusion » ne figure pas dans le rapport supplémentaire.

Les journaux choisissant la déclaration par ville peuvent aussi faire l'analyse par code postal. Ceux choisissant la déclaration par code postal seulement ajoutent les chiffres de la distribution totale par comté. Les journaux choisissant la déclaration par code postal seulement sont tenus de fournir une analyse selon les codes postaux à trois chiffres.

(1) La liste comprend la ventilation de la distribution totale au cours d'une journée pour chaque édition (toute la journée, matin, soir, et/Samedi ou dimanche). La ou les dates choisies pour la liste au paragraphe 5 des rapports de vérification doivent avoir une diffusion représentative, sous réserve de l'approbation du Bureau.

(2) Les rapports de vérification de journaux publiés dans une même ville portent sur la ou les mêmes dates. Si les journaux ne peuvent se mettre d'accord sur la ou les dates, c'est le Bureau qui tranche.

Pour qu'un journal puisse faire sa déclaration par code postal, tous les journaux de la ville doivent accepter d'en faire autant. Si on ne peut parvenir à un accord, la déclaration se fait par ville, avec l'option d'inclure l'analyse d'un code postal.

(3) Les éditeurs ont le choix de déclarer la diffusion pour chaque ville recevant au moins 25 exemplaires en utilisant la répartition suivante :

- a) total;
- b) ventes au numéro, exemplaires livrés à domicile et exemplaires livrés par camion;
- c) exemplaires livrés à domicile, ventes par camelot (y compris exemplaires livrés par camion) et ventes au numéro.
- d) la « distribution » d'éditions électroniques doit être rapportée sur une ligne séparée à la fin du rapport.

(4) On exclut de cette analyse tout abonnement ou exemplaire distribué par des dépositaires ou des agents dont le paiement est échu depuis plus de trois mois.

(5) L'ensemble de la diffusion au numéro est déclaré par point de vente.

(6) La diffusion peut être séparée entre : exemplaires vendus à 50 pour 100 du prix de base ou plus, exemplaires vendus à moins de 50 pour 100 du prix de base, ventes à des tiers et diffusion non payée.

b) Le journal indique les totaux de la diffusion par comté, et les comtés sont énumérés dans l'ordre alphabétique, par province. Le « total de la moyenne de la diffusion projetée » est indiqué pour chaque comté dans la colonne voisine de la diffusion totale par comté. Le Bureau calcule le « total de la moyenne de la diffusion projetée ».

c) La liste par ville comprend ce qui suit :

(1) La diffusion de chaque ville, cité ou localité reconnue recevant au moins 25 exemplaires, y compris, au gré de l'éditeur, les localités situées hors de l'agglomération où se trouve le siège de la publication, mais à l'intérieur de la zone urbaine établie.

La diffusion des villes, cités ou localités reconnues recevant au moins 25 exemplaires mais dont la population est inférieure à 500 habitants, peut, au gré de l'éditeur, être déclarée sous « Solde pour le comté » du comté dans lequel les exemplaires sont livrés ou figurer par comté selon la route rurale de la ville dont est distribué le courrier.

(2) De plus, les chiffres sur la diffusion représentent le total pour la zone urbaine ainsi que des sous-totaux distincts pour chaque comté situé entièrement ou partiellement à l'intérieur de ladite zone urbaine.

(3) Le Bureau ajoute les statistiques sur les foyers occupés en se fondant sur les données établies par le bureau du recensement et/ou par Statistique Canada pour tous les comtés, les zones urbaines établies et pour toutes les villes, cités ou localités comptant au moins 2 500 foyers occupés à l'intérieur de la zone urbaine, de la zone de commerce au détail ou du marché désigné du journal.

(4) Le total de la distribution de chaque province est inclus dans la liste donnant la distribution des villes recevant au moins 25 exemplaires. Si une province ne compte aucune cité recevant au moins 25 exemplaires, l'éditeur a deux options :

- a) inscrire la distribution totale de chaque province.
- b) inscrire le total de la distribution de tous les provinces se trouvant dans cette situation en regard de la mention « Total de tous les autres Provinces ».

d) La liste par code postal comprend ce qui suit :

(1) La diffusion est inscrite pour chaque code postal recevant au moins 25 exemplaires. Les villes comprises dans chaque code postal sont indiquées. Si le journal fournit aussi une analyse de la distribution par ville, il peut omettre l'analyse par code postal à la rubrique Autre (ou à

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

l'extérieur du marché désigné du journal). Quand le journal ne fournit pas d'analyse par ville, il fournit l'analyse par code postal pour la distribution à la rubrique Autre (ou à l'extérieur du marché désigné du journal).

(2) Le Bureau ajoute le nombre de foyers occupés en se fondant sur les données établies par Statistique Canada pour les comtés, les zones urbaines établies et les codes postaux comptant au moins 2 500 foyers occupés dans la zone urbaine, la zone de commerce au détail et/ou le marché désigné du journal.

(3) Si le journal inclut l'analyse par ville, ABC distribue l'analyse vérifiée par code postal avec le rapport de vérification, à moins que l'éditeur ne souhaite le faire lui-même. Dans ce cas, le rapport de vérification contient un avis mentionnant que l'on peut se procurer l'analyse vérifiée séparément auprès de l'éditeur.

e) En plus de la liste susmentionnée, chaque éditeur peut, à son gré, dresser des listes distinctes à partir des renseignements préparés pour le paragraphe 3, comme suit :

(1) Analyser la distribution totale des journaux selon les catégories suivantes :

- a) Provinces
- b) Zone urbaine
- c) Zone de commerce au détail
- d) Marché désigné du journal
- e) Région métropolitaine de recensement (RMR) (facultatif) au Canada.
- f) Comtés
- g) Cités, villes ou localités
- h) Distribution totale

Pour chacun de ces sous-totaux, l'éditeur déclare la moyenne projetée totale de la diffusion et le nombre de foyers occupés.

C 107.10 Distribution non payée des hebdomadaires vérifiés tous les deux ans

Dans le cas de journaux hebdomadaires bénéficiant du régime de vérification biennale et dont la distribution non payée n'atteint pas 10 pour 100 de la diffusion payée totale, l'éditeur a le choix de ventiler sa distribution non payée selon les dispositions des rapports du Bureau ou de déclarer un seul total pour toute la distribution non payée.

ARTICLE 108

Service des vérificateurs d'ABC

Lorsque des journaux d'une même ville ont été vérifiés ou examinés pour la même période par le même employé du Bureau (soit un vérificateur sur le terrain, soit un autre employé qui effectue ou examine la vérification) et que l'un des journaux engage cette personne ou signe un contrat d'engagement avec elle dans les 12 mois suivant la publication de sa vérification, l'autre journal a droit à une nouvelle vérification ou à un nouvel examen de sa propre vérification. Dans ce cas, le journal engageant l'employé du Bureau ou signant un contrat d'engagement avec lui paie les frais de cette nouvelle vérification ou ce nouvel examen.

ARTICLE 109

C 109.1 Analyse supplémentaire

Les éditeurs membres peuvent inclure dans un rapport de données supplémentaires l'analyse d'une publication ayant une couverture totale du marché (CTM), d'une publication ayant une couverture étendue du marché (CEM) ou d'une publication du même genre qui autrement ne serait pas admissible à l'adhésion, dans les conditions suivantes:

a) La CTM, la CEM ou la publication du même genre appartient au journal membre ou est exploitée par lui ou par un membre associé qui est une société mère d'un journal membre d'ABC.

b) Le rapport initial de données n'est pas publié avant la vérification.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

c) Le journal conserve toutes les données et tous les registres contenant des renseignements fournis par le rapport de données supplémentaires, à l'intention du vérificateur. Si les registres sont considérés comme étant insuffisants pour vérifier les allégations de l'éditeur, le rapport de données supplémentaires n'est pas publié.

d) Lorsqu'un journal membre est propriétaire ou exploitant de plusieurs CTM, CEM ou publications du même genre, il soumet une analyse et un rapport distincts pour chacune. Il peut aussi y joindre un rapport combiné, à condition que la publicité soit achetée en commun.

e) La « Définition de destinataire » d'une CTM, CEM ou d'une publication du même genre est une déclaration décrivant les foyers désignés au sein de régions précises où s'effectue la distribution. Elle ne contient pas de déclaration sur la valeur promotionnelle et elle peut être modifiée par le directeur général.

f) Une marge totale pouvant aller jusqu'à 15 % pour les erreurs de livraison aléatoires/occasionnelles et les exemplaires manquants signalés par erreur est tolérée dans l'évaluation des résultats des essais sur le terrain des programmes de livraison à domicile, à une adresse précise.

C 109.2 Livraison à domicile, adresse précise

a) La distribution de CTM, CEM ou de publications du même genre à des foyers, résidences ou entreprises individuels, selon la définition de destinataire, et où les destinataires ne sont pas abonnés au journal membre, est analysée comme « Livraison à domicile, adresse précise » (ou « par la poste », selon le cas), à condition que la publication soit distribuée à l'adresse individuelle. La déclaration des chiffres de la distribution est accompagnée de listes de destinataires et de manifestes de camelots/distributeurs.

b) Si ce type de publication est distribué aux abonnés du journal membre comme indiqué en a) ci-dessus, cette distribution est déclarée comme « Livraison à domicile - livrée aux abonnés (nom du membre payant) ».

c) La distribution aux foyers censés être inoccupés, d'après les vérificateurs du Bureau, est déclarée comme « Livraison à domicile - foyers inoccupés ». La moyenne de la distribution et les données propres au numéro figurant dans la déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification d'ABC sont calculées d'après les résultats des évaluations du Bureau.

C 109.3 Livraison à domicile, couverture du marché

La distribution aux foyers individuels, au sein de régions définies, pour laquelle il n'y a pas de liste d'adresses, est analysée comme: « Livraison à domicile - couverture du marché ». Le journal met à la disposition du vérificateur les documents vérifiables attestant du nombre de foyers dans la région de distribution définie ainsi que les documents à l'appui des chiffres au niveau des camelots/agents.

C 109.4 Distribution Accès public

Les exemplaires multiples d'une CTM, CEM ou d'une publication du même genre distribués dans des lieux publics puis redistribués aux consommateurs, sont analysés comme distribution « Accès public ». Exemples de distribution, entre autres : hall d'entrée d'immeubles, distributrices dans les rues et établissements de détail, cas dans lesquels le journal ne connaît pas les destinataires. Il faut tenir à jour des registres, par numéro, pour la distribution brute. Les exemplaires distribués aux endroits désignés figurent dans la déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification, mais sans mention quant à leur destination finale. On fournit des explications au paragraphe consacré aux explications générales.

C 109.5 Analyse des CTM, CEM ou publications du même genre

a) Les CTM, CEM ou d'une publication du même genre fournissant une analyse de la distribution de CTM, CEM ou publications du même genre comprend une analyse de toute sa distribution pour un numéro, qui est le même que celui utilisé pour l'analyse géographique. La formule pour l'analyse est déterminée en collaboration par le directeur général et l'éditeur. Cela peut être une analyse géographique et elle peut dépendre des options publicitaires.

b) De plus, le rapport de tous les membres procédant à l'analyse comprend la ventilation de la distribution par code postal et par ville reconnue et localité recevant au moins 25 exemplaires par numéro, en ordre numérique et alphabétique respectivement.

C 109.6 Distribution de l'analyse supplémentaire

Les déclarations de l'éditeur et les rapports de vérification peuvent contenir une carte de la région où s'effectue la distribution.