

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

Revues

TABLE DES MATIÈRES

ARTICLE 101

- F 101.1 Définition de la diffusion payée
- F 101.2 Prix
- F 101.3 Offre d'abonnement fondée sur le principe du consentement implicite
- F 101.4 Moyenne des prix
- F 101.5 Déclaration des primes

ARTICLE 102

- F 102.1 Ventes parrainées
- F 102.2 Abonnements-cadeaux
- F 102.3 Abonnements-cadeaux non inclus dans la diffusion payée
- F 102.4 Abonnements d'association, d'organisme et de société
- F 102.5 Abonnements collectifs (par la poste - offre spéciale)
- F 102.6 Ventes liés à un partenariat
- F 102.7 Abonnements par adhésion à un club
- F 102.8 Abonnements achetés pour des militaires

ARTICLE 103

- F 103.1 Vérification initiale

ARTICLE 104

- F 104.1 Déclarations de l'éditeur

ARTICLE 105

- F 105.1 Analyse géographique
- F 105.2 Distribution selon la population des comtés ABCD
- F 105.3 Distribution par comté
- F 105.4 Distribution par code ZIP
- F 105.5 Distribution selon la démographie
- F 105.6 Déclaration de la diffusion analysée non payée

ARTICLE 106

- F 106.1 Renouvellements

ARTICLE 107

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

ARTICLE 108

- F 108.1 Définition des primes
- F 108.2 Primes offertes avec les abonnements et les ventes au numéro
- F 108.3 Primes offertes avec les ventes combinées
- F 108.4 Abonnements/ventes au numéro combinés

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

- F 108.5 Abonnements payés par des concurrents
- F 108.6 Abonnements donnés en prix
- F 108.7 Abonnements obtenus dans le cadre de dons à des œuvres de bienfaisance
- F 108.8 Abonnements des écoles
- F 108.9 Abonnements souscrits grâce à des points de récompense
- F 108.10 Abonnements reçus en rapport avec un contrat de publicité
- F 108.11 Deux abonnements dans une seule vente
- F 108.12 Offre d'abonnement mentionnant une surcharge
- F 108.13 Méthodes de vente d'abonnements
- F 108.14 Abonnements à crédit
- F 108.15 Abonnements réglés par versements
- F 108.16 Abonnements payés en publicité

ARTICLE 109

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

ARTICLE 110

- F 110.1 Éditions séparées

ARTICLE 111

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

ARTICLE 112

- F 112.1 Numéros spéciaux

ARTICLE 113

- F 113.1 Définition de destinataire individuel
- F 113.2 Mode de diffusion
- F 113.3 Diffusion analysée non payée
- F 113.4 Diffusion analysée non payée – source de liste
- F 113.5 Ventes en vrac définies analysées non payées
- F 113.6 Diffusion analysée non payée couverture du marché
- F 113.7 Définition de la diffusion analysée non payée – exemplaires livrés avec des produits hôtes

ARTICLE 114

- F 114.1 Analyses d'unités supplémentaires
- F 114.2 Options de déclaration des publications annuelles vendues au numéro

ARTICLE 115

- F 115.1 Diffusion vérifiée
- F 115.2 Diffusion sur demande individuelle
- F 115.3 Explication du retard des expéditions

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

ARTICLE 116

F 116.1 Rapport consolidé sur les médias

ARTICLE 101

F 101.1 Définition de la diffusion payée

Par diffusion payée, on entend les exemplaires des publications qui ont été payés par l'acheteur, et qui ne sont pas destinés à être revendus, dans les conditions suivantes :

a) S'il s'agit d'une vente au numéro, le prix payé est d'au moins un cent.

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

c) Les abonnements à terme échus ne peuvent être livrés pendant plus du quart de la durée demandée à l'origine; ils cessent au plus tard dans les trois mois suivant la date d'expiration, et il est possible de les inclure dans la diffusion payée. Pour les publications qui ne paraissent pas à longueur d'année, par exemple, celles qui paraissent seulement l'hiver ou tous les mois sauf les trois mois d'été, l'abonné peut continuer à recevoir, pendant le quart de la durée originale, jusqu'à un maximum de trois mois consécutifs à compter de la date d'expiration, tous les numéros consécutifs publiés entre la date d'expiration et l'interruption de service, plus un maximum de un mois à la suite de l'interruption de service. Cependant, le nombre d'exemplaires livrés après la date d'expiration ne peut dépasser le nombre de numéros publiés pendant trois mois. Les numéros livrés peuvent compter dans la diffusion payée.

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

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

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

f) La diffusion obtenue en conséquence de l'offre, par l'éditeur, d'un numéro additionnel de la publication aux abonnés payants actuels qui fournissent une adresse de courriel que la publication pourra utiliser pour communiquer avec eux dans l'avenir, compte dans la diffusion payée, à condition qu'un avis bien en vue indiquant clairement les modalités de la prolongation et les mesures requises soit signifié à l'abonné. La moyenne de la diffusion payée livrée par suite de cette prolongation est déclarée dans le paragraphe explicatif des déclarations de l'éditeur et des rapports de vérification.

F 101.2 Prix

a) Les prix de base suggérés par l'éditeur (pour les abonnements ou les exemplaires au numéro) sont les prix auxquels quiconque peut acheter la publication, à n'importe quel moment pour une durée déterminée. Aucun prix spécial, plus bas ou plus élevé, quelle que soit la fréquence ou la régularité à laquelle il est offert, même par le biais d'un avis dans le bloc générique ou par tout autre moyen, n'est considéré comme un prix suggéré de bonne foi par l'éditeur.

b) Les prix suggérés par l'éditeur sont déclarés dans les déclarations semestrielles de l'éditeur. Le Bureau ne reconnaît comme prix suggéré par l'éditeur que les prix établis de façon appropriée comme étant les prix suggérés de l'éditeur, de l'avis du directeur général. Lorsque l'éditeur modifie le prix au numéro durant la période de déclaration de l'éditeur, le prix déclaré dans la déclaration semestrielle de l'éditeur est la moyenne des prix au numéro de tous les numéros publiés au cours de cette période.

c) Prix suggérés par l'éditeur : les types de services pour lesquels on déclare un prix suggéré par l'éditeur dans les rapports du Bureau sont les suivants :

1) Ventes au numéro : un seul prix suggéré par l'éditeur

2) Abonnements : un seul prix suggéré par l'éditeur pour chaque durée régulièrement déterminée.

3) Un seul barème de prix suggérés par l'éditeur, comme précisé par l'éditeur pour chaque pays.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

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

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

F 101.4 Moyenne des prix

(Jusqu'à avis contraire, les exemplaires et les revenus de production découlant des ventes à l'étranger de publications publiées en Amérique du Nord, c'est-à-dire aux États-Unis et au Canada, sont exclus du calcul de la moyenne des prix.)

a) Les revues sont tenues de déclarer la moyenne des prix par exemplaire et la moyenne annualisée des prix dans la déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification.

b) Le calcul de la moyenne de la valeur des abonnements annualisée (moyenne des tarifs d'abonnement) se fait ainsi :

Revenu total du revenu brut de production moins revenu des commandes à crédit annulées, moins valeur des primes des commandes payées seulement, divisé par le nombre brut d'exemplaires moins le nombre d'exemplaires à crédit annulés.

Cette moyenne de prix par exemplaire est étendue à la fréquence de un an (exemplaires servis au cours d'une période de un an) pour donner la moyenne annualisée du tarif d'abonnement.

c) Le revenu de production et les exemplaires attribuables aux ventes dans les lieux publics/ parrainées, aux abonnements par adhésion à un club qui ne sont pas déductibles et aux abonnements transférés d'autres publications sont exclus du calcul de la moyenne des prix.

d) La période de base pour une déclaration de l'éditeur est la période de 12 mois se terminant à la période précédente de déclaration de l'éditeur (par exemple, les calculs pour une déclaration couvrant une période se terminant en décembre se basent sur le revenu de production, les montants, la valeur des primes et les annulations d'abonnements à crédit de la période de douze mois terminée au 30 juin précédent.)

e) Les éditeurs peuvent inclure un autre calcul de la moyenne annualisée de la valeur des abonnements (moyenne du tarif d'abonnement) comprenant la valeur des primes et exemplaires de la production à crédit annulée, sous le titre de « moyenne du tarif d'abonnement brut (facultatif) » si on l'inclut dans la déclaration de l'éditeur. Il comprend à la fois la valeur au numéro et la valeur annualisée.

f) Pour les publications dont l'adhésion est récente, l'analyse doit obligatoirement se faire au plus tard pour la troisième déclaration de l'éditeur publiée à la suite de la publication d'une vérification initiale.

g) Les publications principalement distribuées en dehors de l'Amérique du Nord, dont le prix est en devises étrangères, ne sont pas tenues de déclarer la moyenne des prix.

h) Les publications ne déclarant pas une moyenne de prix conformément à l'alinéa g) du présent article sont tenues de déclarer les abonnements vendus pendant la période au prix suggéré par l'éditeur et à d'autres prix.

i) Si un rapport de vérification laisse apparaître un écart de plus de 10 % de la moyenne de prix entre le rapport du vérificateur et la déclaration de l'éditeur, les deux déclarations de l'éditeur suivant cette vérification répètent les détails du rapport du vérificateur précédent concernant ledit écart et la différence trouvée dans un avis mis en vedette à la première page.

F 101.5 Déclaration des primes

Les abonnements vendus avec une prime qui génèrent une production égale ou supérieure à 1 pour 100 de la production totale de la période couverte par la déclaration de l'éditeur sont mentionnés au paragraphe « Utilisation des primes ». Les abonnements vendus avec une prime qui génèrent moins de 1 pour 100 de la production totale pour la période de déclaration n'ont pas à être mentionnés au paragraphe « Utilisation des primes » même si on déclare la production en résultant. Les primes déclarées au paragraphe « Utilisation des primes » doivent représenter au moins 98 pour 100 de la production totale.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

ARTICLE 102

F 102.1 Ventes parrainées

a) Tous les exemplaires ou abonnements achetés en quantité de 11 ou plus qui, de l'avis du directeur général, servent les intérêts professionnels ou économiques de l'acheteur, et qui sont livrés à des résidences privées ou des bureaux et destinés à l'usage personnel du destinataire, entrent dans la catégorie « Abonnements parrainés » ou ventes au numéro et sont consignés dans les déclarations de l'éditeur et les rapports de vérification conformément aux dispositions des alinéas e), f) et g) ci-dessous, à moins d'exception stipulée dans les dispositions suivantes :

b) Les ventes en quantité sont considérées comme ventes parrainées uniquement si l'acheteur paie à l'éditeur ou à son agent les montants prescrits au paragraphe F 1.1, à l'exclusion de toute autre contrepartie. Si un agent met sur pied un programme de ventes parrainées qui englobe plusieurs publications, le commanditaire doit déclarer son choix de publications particulières à acheter. À cette fin, l'agent peut établir des factures qui mentionnent les titres, les quantités achetées et le prix d'achat de chaque titre.

De plus, les acheteurs qui participent aux programmes établis par l'agent doivent communiquer directement à ABC une attestation de leur interprétation de l'entente d'achat et la principale raison commerciale pour laquelle ils effectuent l'achat.

c) Chacun des ménages destinés à recevoir un exemplaire parrainé doit recevoir un avis qui identifie le commanditaire et indique le délai prévu de livraison. Pareil avis ne doit pas être de nature promotionnelle.

d) Les abonnements parrainés vendus en échange d'une promesse de paiement doivent être payés dans les quatre mois suivant le début du service.

e) Les acheteurs admissibles de ventes parrainées sont définis comme des entreprises ou des particuliers ayant une présence dans le marché de la consommation. Les organismes qui vendent des abonnements de tiers ou les autres fournisseurs de l'industrie de la diffusion de publications ne sont pas considérés comme des acheteurs de ventes parrainées admissibles.

f) Les exemplaires livrés après la date d'expiration sont exclus de la diffusion payée et inclus dans la distribution non payée.

g) Les exemplaires livrés à des lieux publics pour être placés dans des aires de réception ou d'autres lieux publics et partagés par de multiples consommateurs ou ramassés par des utilisateurs du lieu dont on ne connaît pas l'identité ne peuvent pas être déclarés dans les ventes parrainées, mais ils pourraient l'être dans la diffusion « vérifiée », les « ventes en vrac analysées non payées » ou la « diffusion analysée non payée – couverture du marché », si la distribution est conforme aux dispositions des articles F 15.1, F 13.5 ou F 13.6.

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

i) Le nombre moyen d'exemplaires livrés dans la période des abonnements parrainés est déclaré séparément, avec une explication dans le paragraphe explicatif qui peut inclure une description du type de distribution effectuée (p. ex. sur demande individuelle, etc.).

j) Le nombre moyen d'exemplaires livrés dans la période des ventes au numéro parrainées est déclaré séparément, avec une explication dans le paragraphe explicatif de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification.

k) Si une revue est l'organe officiel d'une association et que l'association constitue la plus grande partie des abonnés, ses Abonnements pour des lieux publics/parrainés peuvent figurer au paragraphe 1 avec les abonnements d'association si la moyenne pour la période ne dépasse pas 10 pour 100 de la moyenne de la diffusion totale d'abonnements.

l) Les abonnements compris dans une vente en quantité à un particulier, à un groupe de particuliers ou à une société, qui ont des intérêts financiers dans la publication, ne sont pas inclus dans les ventes parrainées mais plutôt dans la diffusion non analysée et non payée, à moins que la publication ne puisse prouver, à la satisfaction du directeur général, que la vente profite à l'acheteur et non pas à la publication.

m) Les abonnements achetés en quantité par des sociétés, des établissements ou des particuliers pour leurs employés, leurs filiales ou leurs succursales ne relèvent pas des dispositions de l'alinéa a), mais tombent sous le coup du règlement régissant les abonnements collectifs (par la poste - offre spéciale)(voir F 102.5).

n) Les exemplaires des revues qui sont distribués par le biais de programmes de remboursement en utilisant des coupons publicitaires peuvent être comptés dans la diffusion payée lorsque le prix payé par l'acheteur (l'annonceur) est conforme aux dispositions du règlement F 1.1. Par ailleurs, le nombre total compris dans la diffusion payée est limité à 1 pour 100 de la diffusion totale dans la région où sont distribués les coupons. Les exemplaires dépassant la proportion de 1 pour 100 de la diffusion totale pour la période au cours de laquelle l'opération a lieu sont inclus dans la distribution totale non analysée

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

et non payée. Tout programme comprenant les coupons d'annonceurs pour le remboursement d'exemplaires au numéro est examiné et approuvé d'avance par ABC et il faut rendre compte de tous les exemplaires ainsi distribués au paragraphe approprié de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification d'ABC.

F 102.2 Abonnements-cadeaux

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

b) Pour entrer dans la diffusion justifiée, les abonnements-cadeaux doivent être payés conformément à l'article F 101.1.

c) On juge les abonnements donnés dans le but de promouvoir les intérêts professionnels ou commerciaux du donateur en vertu du Règlement régissant les Abonnements pour des lieux publics/parrainés 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 pour des lieux publics/parrainés, pourvu qu'ils se conforment aux règles régissant les Abonnements pour des lieux publics/parrainés.

F 102.3 Abonnements-cadeaux non reconnus comme diffusion payée

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

b) Abonnements-cadeaux payés par une personne à qui l'on a offert une prime si le montant reçu est inférieur à la valeur totale de la prime plus un cent.

F 102.4 Abonnements d'association, d'organisme et de société

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

Les abonnements à une publication indépendante achetés par une association, un organisme ou une société qui ne soumet pas ses registres au Bureau aux fins de vérification sont déclarés dans la catégorie Abonnements : ventes dans les lieux publics/parrainés, pourvu que ces abonnements remplissent les conditions requises.

b) Pour que les abonnements soient traités comme des abonnements d'association ou de société, l'association ou la société mère doit satisfaire à la réglementation fiscale, postale et fédérale ou provinciale régissant les organismes par un conseil d'administration bénévole.

Les abonnements de l'association ou de la société sont déclarés séparément dans la déclaration d'éditeur et la rapport de vérification et une explication complète en est fournie au paragraphe explicatif, précisant le nom de l'association ou de la société, les cotisations prélevées pour la revue et les autres avantages offerts aux membres.

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

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

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

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

Lorsqu'une revue est affiliée à une association ou un organisme établis, on peut inclure dans la diffusion payée les exemplaires livrés à chaque membre ou contributeur à compter de la date de renouvellement de l'adhésion ou de la contribution de chaque membre ou contributeur, à condition que la facture de cotisation, le paiement ou la contribution mentionne le montant destiné au paiement de l'abonnement.

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

d) Les dispositions de l'alinéa c) ci-dessus ne s'appliquent pas au candidat à l'adhésion au Bureau si les règlements de l'association ou de l'organisme stipulent que l'abonnement fait partie de la cotisation, du versement ou de la contribution de chaque membre ou contributeur et que l'éditeur s'engage, lorsqu'il présente sa candidature, à ce que la stipulation énoncée ci-dessus soit appliquée au plus tard au début de la deuxième année d'adhésion au Bureau suivant la période couverte par la vérification initiale. Si elle n'est pas appliquée dans ce délai, la publication perd d'office son adhésion au Bureau conformément à l'alinéa d) de l'article 2.13 des Statuts.

e) Les abonnements d'association, d'organisme ou de société ne sont considérés comme faisant partie de la diffusion payée que si la somme payée est d'au moins un cent.

f) Le montant affecté à l'abonnement est le montant utilisé dans le calcul de la moyenne des prix.

F 102.5 Abonnements collectifs (par la poste - offre spéciale)

a) Abonnements collectifs (par la poste - offre spéciale) est une catégorie conçue à l'origine pour les publications commerciales. Elle peut aussi s'appliquer aux publications agricoles, mais généralement pas aux revues ou aux journaux. Toutefois, une publication classée comme « revue » lors de l'adhésion au Bureau, qui réunit les caractéristiques d'une publication commerciale, peut demander au directeur général d'entrer dans la catégorie Abonnements collectifs (par la poste - offre spéciale).

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

c) L'explication du classement dans la catégorie « Abonnements collectifs (par la poste - offre spéciale) » est donnée en détail au paragraphe de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification réservé aux explications générales, et le nombre approximatif de ventes est déclaré comme suit : « Vendu en quantité de ____ à ____ ».

F 102.6 Ventes liés à un partenariat

(Voir également les politiques et pratiques concernant les journaux, les revues et les publications agricoles vendus avec d'autres services)

a) Les « ventes liées à un partenariat » consistent à grouper une revue (soit un numéro ou un abonnement) avec d'autres biens ou services. Le consommateur doit être informé au point de vente du groupement de la revue avec le bien ou le service et du montant affecté au coût de la revue. Le montant affecté doit être conforme à l'article F 101.1, Définition de la diffusion payée.

Les critères d'admissibilité des ventes d'abonnements comprenant l'offre de plus d'une revue incluse dans l'achat du partenariat doivent aussi renvoyer à l'article e) de la présente règle.

La présentation faite au consommateur doit positionner le bien ou le service avec lequel la revue est groupée en tant que principal article acheté. Si la revue constitue le principal article, la vente est assujettie à l'article F 8.2, Primes offertes avec les abonnements et les ventes au numéro.

Le montant affecté à l'abonnement ou au numéro doit être présenté au consommateur d'une manière claire et raisonnable dans toute documentation. *Le site Web d'ABC énonce les exigences particulières régissant les avis au consommateur.*

b) Pour que les ventes liées à un partenariat soient comprises dans la diffusion payée :

(1) Le consommateur doit être informé du groupement de la revue avec un bien ou un service et du montant affecté au coût de la revue.

(2) Le consommateur doit être informé clairement et raisonnablement de la marche à suivre pour obtenir un remboursement plutôt que de recevoir la revue. La procédure de remboursement doit être simple. Le montant du remboursement doit être identique à la valeur « affectée ».

(3) Toutes les offres doivent être formulées en termes clairs et compréhensibles et décrire soit les politiques d'annulation et/ou les pratiques relatives au renouvellement automatique de l'abonnement.

Le site Web d'ABC contient des exemples de procédures de remboursement acceptables et d'avis aux consommateurs exigés.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

c) Exigences

Les vérificateurs d'ABC doivent disposer de documents auxquels se référer pour confirmer la commande et le paiement des biens et services groupés.

(1) Examen d'admissibilité préalable :

Le texte qui suit décrit la marche à suivre pour décrire à fond le bien ou le service groupé, y compris la « méthode » de vente (p. ex. points de vente au détail, distribution postale), les documents sur l'avis au consommateur, la méthode d'intégration de l'abonnement à l'achat et l'option offerte au consommateur de refuser la revue et de demander un remboursement.

Il pourrait rester certains détails du programme à arrêter au moment où le processus de détermination de l'admissibilité préalable est lancé. Une fois ces détails arrêtés, ils doivent être communiqués à ABC avant le début du programme.

- La date de lancement prévue et la durée de chaque programme.
- Un sommaire de l'accord de participation entre l'éditeur (ou son agent) et son partenaire.

Les normes de vérification et les lignes directrices commerciales d'ABC de même que des exemples de transactions commerciales à inclure dans la diffusion payée figurent sur le site Web d'ABC.

d) Déclaration

Les abonnements et/ou ventes au numéro liés à un partenariat sont déclarées séparément dans la déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification d'ABC.

La valeur « déductible » est comprise dans le calcul du prix moyen et déclarée au paragraphe des rapports d'ABC réservé au prix de l'abonnement moyen.

Toutes les ventes liées à un partenariat sont comprises dans la section « Méthodes de vente » des rapports du Bureau.

Le paragraphe explicatif offre les particularités de toutes les ventes liées à un partenariat, y compris des renseignements sur le programme et le prix de vente ou la fourchette de prix de vente de l'abonnement.

(e) Abonnements à des revues multiples compris dans un partenariat

Les abonnements liés à un partenariat qui consistent à grouper un abonnement à une revue avec d'autres biens et services doivent être conformes aux critères d'admissibilité énoncés dans les articles susmentionnés de la présente règle ainsi qu'aux critères suivants :

1. tout abonnement lié à un partenariat doit comprendre un maximum de trois abonnements.
2. dans le cas des abonnements liés à un partenariat offrant des abonnements multiples, on peut recourir aux transactions en ligne ou par catalogue.

Les offres accompagnant les méthodes de vente autres que les transactions en ligne et les transactions par catalogue (exemple : dans des établissements de vente au détail) doivent se limiter à une revue.

3. L'achat d'abonnements liés à un partenariat doit être structuré de telle manière que l'achat additionnel effectué soit au moyen de toute somme additionnelle dépensée ou d'une quantité additionnelle d'articles achetés entraîne la réception admissible de revues additionnelles incluses dans l'abonnement lié à un partenariat.

4. Le consommateur doit pouvoir obtenir le remboursement de toutes les revues incluses dans l'offre de partenariat au moyen d'une seule demande de remboursement. La demande de remboursement doit être présentée au consommateur de manière claire et compréhensible.

Le site Web d'ABC fournit des exemples de critères d'achat additionnel et de procédures de remboursement.

F 102.7 Abonnements par adhésion à un club

Le site Web d'ABC (www.accessabc.com) énonce les exigences relatives à l'approbation des programmes ainsi que les exigences en matière de vérification du Bureau.

a) Par club, on entend un groupe de personnes qui appartiennent à un organisme dans un but commun. Le « club » doit tenir des réunions régulières, mettre des locaux à la disposition de ses membres, ou communiquer régulièrement avec ses membres sur un sujet d'intérêt commun.

Les abonnements par adhésion à un club sont structurés de façon à déclarer l'abonnement à la revue et la valeur correspondante de la revue comme déductibles ou non déductibles des cotisations versées par le membre du club.

- (1) Le membre du club doit être avisé au moment de son adhésion qu'une partie de ses cotisations sert à payer l'abonnement à la publication.
- (2) La facture de cotisation doit indiquer le montant affecté à l'abonnement.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

(3) Le montant affecté à l'abonnement est conforme à l'article F 101.1 et est expliqué de façon claire et compréhensible dans toute la correspondance concernant l'adhésion

Le site Web d'ABC (www.accessabc.com) énonce les exigences particulières régissant les avis au consommateur.

(4) Dans le cas des abonnements non déductibles seulement, les membres du club ont la possibilité de « refuser » le programme du club tout en continuant à être abonnés au même prix ou à un prix plus élevé que celui déterminé comme faisant partie des droits d'adhésion.

(5) Dans le cas des abonnements non déductibles seulement, la valeur des produits ou des services tangibles (primes) plus le montant affecté à l'abonnement ne peuvent pas dépasser le montant des cotisations.

(6) Les organismes qui satisfont à la réglementation postale et fiscale fédérale/provinciale/d'État régissant les organismes sans but lucratif sont évalués conformément aux dispositions de l'article F 2.4, « Abonnements d'association, d'organisme et de société ».

b) Catégories de clubs ou programmes d'adhésion

(1) Abonnements par adhésion à un club qui sont déductibles

Le montant affecté à l'abonnement peut être déduit des cotisations.

Le membre du club est informé du montant de l'abonnement et de la possibilité de le refuser au moyen :

a) d'un avis sur la facture de cotisation offrant une réduction des cotisations équivalant au montant affecté à l'abonnement; ou

b) d'un rabais ou d'un remboursement offert directement par la publication dans le cadre d'une communication externe subséquente au paiement des droits d'adhésion.

Les instructions sur la façon d'obtenir un remboursement doivent être claires et simples et exiger un effort minimal de la part du membre.

(2) Abonnements par adhésion à un club qui ne sont pas déductibles

Le montant affecté à l'abonnement ne peut pas être déduit des cotisations.

La facture de cotisation doit indiquer le montant affecté à l'abonnement.

Les membres ont la possibilité de « refuser » le programme d'adhésion au club tout en conservant leur abonnement au même prix ou à un prix plus élevé que celui déterminé comme faisant partie des droits d'adhésion.

La valeur des produits ou des services tangibles (primes) plus le montant affecté à l'abonnement ne peuvent pas dépasser le montant des cotisations.

c) Exigences

(1) Pour entrer dans la diffusion payée, les abonnements par adhésion à un club déclarés comme déductibles ou non déductibles doivent satisfaire aux exigences suivantes :

a) Dans le cas des abonnements non déductibles seulement, la publication doit avoir un contenu rédactionnel compatible avec les caractéristiques définissant le club ou le programme d'adhésion.

b) Il faut vérifier que les cotisations annuelles ont bel et bien été payées par le membre du club.

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

d) Le membre du club est avisé du fait que l'abonnement à la revue est inclus dans les avantages offerts aux membres et que la valeur correspondante est incluse dans les droits d'adhésion.

e) Dans le cas des abonnements déductibles seulement, il faut vérifier que le membre du club a été informé clairement et raisonnablement de la marche à suivre pour obtenir un remboursement au lieu de l'abonnement à la revue.

(2) Renseignements requis pour l'examen du programme par ABC :

a) Examen de classification :

Une description complète du programme d'adhésion au club, y compris les renseignements concernant les avantages du club, les modalités de promotion du club et l'utilisation faite des documents d'adhésion pour vendre le programme du club.

b) Examen d'admissibilité préalable :

Les documents sur l'avis au consommateur, la méthode d'intégration de l'abonnement à l'achat et, dans le cas des abonnements par adhésion à un club qui sont déductibles, l'option offerte au consommateur de refuser la revue et de demander un remboursement.

d) Déclaration

Les abonnements par adhésion à un club sont déclarés séparément dans la déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification d'ABC et consignés comme déductibles ou non déductibles.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

Une description complète du club, y compris ses avantages et, le cas échéant, leur valeur, est fournie dans le paragraphe explicatif des rapports du Bureau.

Les ventes déductibles sont comprises dans le calcul du prix moyen et déclarées dans le paragraphe des rapports du Bureau réservé au prix moyen.

Les ventes non déductibles sont exclues du calcul du prix moyen et déclarées dans le paragraphe des rapports du Bureau réservé au prix moyen.

Les abonnements par adhésion à un club sont inclus dans la section « Méthodes de vente » des rapports du Bureau.

F 102.8 Abonnements achetés pour des militaires

Les abonnements payés par un tiers – qu'il s'agisse d'un particulier ou d'une société – pour distribution à des militaires sont considérés comme des « Abonnements achetés pour des militaires » et déclarés dans la déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification, selon ce qui est permis ou interdit par les dispositions suivantes :

a) Pour entrer dans la diffusion justifiée, les abonnements doivent être payés conformément à l'article F 101.1.

b) Les exemplaires livrés après la date d'expiration sont exclus de la diffusion payée et inclus dans la distribution non payée.

c) Le nombre moyen d'exemplaires livrés au cours de la période est déclaré dans la déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification et expliqué au paragraphe explicatif.

d) Les abonnements donnés dans le but de promouvoir les intérêts professionnels ou commerciaux du donateur tombent sous le coup des articles régissant les ventes parrainées.

ARTICLE 103

F 103.1 Vérification initiale

Voir également B 102.5

a) La vérification initiale d'une revue grand public peut porter sur les périodes indiquées ci-dessous et se terminer n'importe quel mois :

Parution mensuelle ou plus fréquente : une période minimale de trois mois, à condition que la publication paraisse pendant un minimum de trois mois consécutifs.

Parution bimestrielle à semestrielle : six mois ou pour un minimum de deux numéros consécutifs.

Parution semestrielle ou moins fréquente : tous les numéros publiés pendant une période quelconque de six mois.

b) Toute publication dont la vérification initiale porte sur une période ne se terminant pas le 30 juin ou le 31 décembre sera par la suite vérifiée pour une période se terminant le 30 juin ou le 31 décembre afin de respecter les périodes de vérification habituelles.

ARTICLE 104

F 104.1 Déclarations de l'éditeur

a) La déclaration semestrielle couvre les périodes du 1er janvier au 30 juin et du 1er juillet au 31 décembre.

b) Les déclarations provisoires de l'éditeur peuvent être déposées pour des périodes trimestrielles, du 1er janvier au 31 mars ou du 1er juillet au 30 septembre seulement.

c) Toutes les déclarations de l'éditeur soumises au Bureau pour publication doivent être accompagnées des formulaires et annexes jugés nécessaires par le directeur général. Le défaut de soumettre les formulaires remplis et les annexes avant le dernier jour de la période de déclaration de l'éditeur suivante entraîne la suspension de tous les services de déclaration, y compris la suspension du rapport FAS-FAX d'ABC, jusqu'à ce que les formulaires et annexes nécessaires aient été fournis au Bureau.

d) La déclaration simplifiée de la diffusion des publications annuelles vendues uniquement au numéro est autorisée. (Voir l'article F 104.2.)

e) Les éditeurs qui utilisent 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.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

ARTICLE 105

F 105.1 Analyse géographique

a) La diffusion payée et vérifiée (à l'exception de celle distribuée par des dépositaires de journaux si elle est inférieure à 25 pour 100 du total) ou la diffusion analysée non payée sont réparties par État ou province d'après un numéro donné durant une période de 12 mois.

La publication compte et analyse la diffusion d'un numéro pendant chaque période de vérification. L'éditeur conserve la liste d'envoi et les résultats calculés à l'intention du vérificateur du Bureau. Les chiffres à utiliser dans les déclarations de l'éditeur suivantes sont calculés en fonction des pourcentages pour chaque État ou province déterminés d'après le numéro analysé, et ces pourcentages sont projetés pour calculer la diffusion totale du numéro à déclarer.

Les éditeurs sont libres de faire le calcul et l'analyse d'un numéro pour chaque déclaration de l'éditeur.

b) On indique en plus des totaux des ventes d'abonnements et des ventes au numéro pour chaque région, le pourcentage de ces totaux par rapport à la diffusion totale aux États-Unis. On indique également le pourcentage du total des États-Unis et de chaque région à l'extérieur des États-Unis par rapport à la diffusion totale.

c) La diffusion des revues distribuées par l'intermédiaire de points de vente de détail est également analysé par État ou province à condition que cette diffusion atteigne au moins 25 pour 100 du total.

d) Toute publication américaine ayant une diffusion d'au moins 70 000 exemplaires au Canada est tenue d'analyser entiler sa diffusion canadienne par province. Toute publication canadienne ayant une diffusion d'au moins 70 000 exemplaires aux États-Unis est tenue d'analyser sa diffusion aux États-Unis par État.

e) La diffusion non classée dans la ventilation de la distribution par État ou province ne peut dépasser 5 pour 100 dans les déclarations de l'éditeur, mais les rapports de vérification peuvent indiquer la situation réelle telle que le vérificateur l'a constatée, quelle que soit la diffusion non classée.

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

g) Les exemplaires d'abonnements adressés à des membres des Forces armées ou au personnel civil affilié, dont on sait que la destination finale est située hors des États-Unis et de ses territoires ou du Canada, peuvent figurer, au gré de l'éditeur, soit dans la ventilation géographique des pays où la vente a eu lieu, soit dans la ventilation géographique à la colonne « Abonnements » en regard de la catégorie « Personnel militaire ou civil outre-mer ».

Les exemplaires correspondant aux abonnements adressés à des membres des Forces armées ou du personnel civil affilié, à des destinations connues des États-Unis et de ses territoires ou du Canada, entrent dans l'analyse géographique des États, territoires ou provinces auxquels les exemplaires sont adressés.

De même, les exemplaires envoyés par un éditeur aux Forces armées ou à d'autres organismes de distribution qui achètent ces exemplaires pour les revendre à des membres des Forces armées ou au personnel civil affilié se trouvant hors des États-Unis et de ses territoires ou du Canada, dont on connaît le point de vente, peuvent figurer, au gré de l'éditeur, soit dans l'analyse géographique des pays où la vente a eu lieu, soit dans la ventilation géographique à la colonne « Ventes au numéro » en regard de la catégorie « Personnel civil ou militaire outre-mer ».

Les ventes au numéro présentant les mêmes caractéristiques aux États-Unis et dans ses territoires ou au Canada figurent dans les États, territoires ou provinces où la vente a eu lieu si les faits peuvent être déterminés, sinon à la rubrique « Non classé ».

F 105.2 Distribution selon la population des comtés ABCD

a) Les revues membres déclarant une diffusion payée et vérifiée font une analyse des abonnements et des ventes au numéro; les revues membres analysant la diffusion non payée (formule de diffusion payée, vérifiée et analysée non payée et analysée non payée) analysent la diffusion non payée « à l'exception des ventes en vrac non payées » et « les ventes en vrac non payées » par comté, selon la population, pour les revues américaines et canadiennes, en se conformant à la présentation adoptée par le conseil d'administration pour chaque déclaration de l'éditeur et rapport de vérification publié par le Bureau, à l'exception de ce qui est mentionné ci-dessous. Toutes les analyses sont faites à partir des données les plus récentes préparées par le Bureau.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

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

L'analyse comprend les chiffres de diffusion d'un numéro publié durant le premier ou le deuxième semestre de la déclaration de l'éditeur, immédiatement après la publication des nouvelles données par le Bureau.

Les analyses selon la population des comtés ABCD comprises dans les rapports du Bureau après une analyse réelle peuvent être faites à partir de pourcentages calculés durant la dernière analyse réelle faite, en indiquant le numéro analysé pour établir les pourcentages.

Les analyses sont faites d'après le calcul réel de la diffusion par la poste et de la diffusion au numéro, mais les chiffres concernant les ventes au numéro peuvent être calculés en appliquant les pourcentages de retours régionaux ou nationaux aux chiffres bruts de distribution. Le pourcentage de ventes de la distribution en kiosque du numéro analysé est représentatif de celui des autres numéros de la période couverte par la déclaration de l'éditeur.

Les publications peuvent faire l'analyse des périodes suivantes couvertes par la déclaration de l'éditeur pour la diffusion par la poste et projeter les pourcentages établis pour une analyse réelle des ventes au numéro.

Pour les publications qui viennent d'adhérer au Bureau, l'analyse est obligatoire au plus tard au moment de la deuxième déclaration de l'éditeur suivant la publication de la vérification initiale.

b) Exceptions :

(1) Les publications ayant une diffusion moyenne payée et vérifiée et ou une diffusion analysée non payée pour une déclaration de l'éditeur couvrant une période ordinaire de six mois (formule de diffusion analysée ou non payée et payée) de moins de :

a) 100 000 pour les revues publiées au Canada;

b) 500 000 pour les revues publiées aux États-Unis.

(2) Les publications dont le volume moyen de publicité (exception faite des annonces de vente par la poste et de la publicité maison) ne dépasse pas 10 pour 100 de la revue durant une période ordinaire de six mois couverte par la déclaration de l'éditeur. La direction du Bureau détermine ce qui constitue une annonce de vente par la poste dans le cadre du présent règlement.

Si deux ou plusieurs revues sont vendues comme une seule unité de publicité, tous les calculs reposent sur le nombre total de pages (texte et publicité) contenues dans les publications qui constituent cette unité.

(3) Si le statut d'une publication qui n'a pas été tenue de fournir une analyse par suite de l'une des exceptions ci-dessus change au point que l'exception n'est plus applicable, la publication est tenue de faire une analyse au plus tard au moment de la deuxième déclaration de l'éditeur suivant la période pendant laquelle a lieu le changement de statut.

(4) Exceptions particulières accordées par le conseil d'administration.

c) Les publications qui ne sont pas obligées de fournir une analyse de leur diffusion selon la population des comtés ABCD peuvent le faire si elles le désirent.

d) Si une publication fournit à des annonceurs une analyse analogue soit par lettre à l'occasion de la publicité, soit par d'autres moyens, elle est obligée de faire une analyse conformément aux normes énoncées aux présentes pour les rapports du Bureau.

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

Tous les documents ayant servi de base aux analyses spéciales sont conservés aux fins de vérification par le Bureau.

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

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

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

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

h) On ne compte pas les exemplaires de publication adressés à des personnes vivant outre-mer, aux soins des bureaux de poste, dont la destination est inconnue.

Si les exemplaires sont simplement adressés au nom d'un camp, d'un fort ou d'une unité militaire ou navale analogue, indiquant l'État ou la province, les éditeurs consultent le guide postal officiel des États-Unis ou du Canada (et les suppléments mensuels les plus récents) pour déterminer le nom de la ville qui dessert ce camp ou ce fort à titre de bureau de poste ou de succursale.

On classe alors les exemplaires ainsi adressés conformément au nombre clé donné dans la population des comtés ABCD pour la ville d'où le courrier est distribué.

i) La diffusion déclarée sous la rubrique « Non classé » dans la déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification ne peut pas dépasser 3 pour 100.

F 105.3 Distribution par comté

Les éditeurs peuvent, à leur gré, inclure à titre de supplément à la déclaration de l'éditeur et au rapport de vérification de leur revue l'analyse d'un numéro de la diffusion payée et vérifiée totale et ou de la diffusion analysée non payée (y compris les ventes payées et non payées dans les lieux publics/parrainées) par comté (ou l'équivalent).

Les éditeurs canadiens peuvent, à leur gré, inclure à titre de supplément à la déclaration de l'éditeur et au rapport de vérification de leur revue l'analyse d'un numéro de la diffusion payée totale ou de la diffusion analysée non payée (y compris les ventes payées parrainées et analysées non payées en vrac) selon les régions métropolitaines de recensement et selon les agglomérations de recensement dont la population est égale ou supérieure à 50 000 habitants.

a) Les données sont rassemblées par les éditeurs et vérifiées par les vérificateurs du Bureau. Elles reposent sur les calculs effectués annuellement pour la diffusion par la poste et tous les trois ans pour la diffusion au numéro.

Les ventes au numéro peuvent être calculées en appliquant les pourcentages de retours régionaux ou nationaux aux chiffres bruts de distribution. Le pourcentage de ventes de la distribution en kiosque du numéro analysé est représentatif de celui des autres numéros de la période couverte par la déclaration de l'éditeur.

Les publications peuvent faire une analyse annuelle de la diffusion au numéro ou inclure dans l'analyse annuelle des projections calculées d'après les pourcentages établis à partir de la dernière analyse réelle pour une période de trois ans.

b) Toutes les analyses reposent sur les plus récentes données d'analyse de population préparées par le Bureau.

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

d) L'éditeur peut indiquer seulement les comtés dans lesquels la diffusion payée et vérifiée représente au moins 25 exemplaires et inscrire le chiffre des autres exemplaires à la rubrique « Solde pour l'État » ou « Solde pour la province ».

Les publications dont la distribution est régionale plutôt que nationale peuvent demander au directeur général l'autorisation de n'effectuer une analyse de la diffusion par comté que pour les États ou provinces dont le marché est prétendument couvert.

F 105.4 Distribution par code ZIP

Les revues peuvent, à leur gré, joindre en supplément aux rapports de vérification ou aux déclarations de l'éditeur l'analyse d'un numéro de la diffusion totale payée et vérifiée et/ou analysée non payée (y compris les ventes payées et/ou analysées non payées dans les lieux publics/parrainées) par code ZIP américain à cinq chiffres ou régions de tri d'acheminement canadiennes (code RTA).

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

b) Les publications peuvent faire une analyse annuelle de la diffusion au numéro ou inclure dans l'analyse annuelle des projections calculées d'après les pourcentages établis à partir de la dernière analyse réelle pour une période de trois ans.

c) L'éditeur peut indiquer seulement les codes ZIP américains ou RTA canadiens dans lesquels la diffusion représente au moins 25 exemplaires et inscrire le chiffre des autres exemplaires à la rubrique « Solde de diffusion ».

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

d) Les publications dont la distribution est régionale plutôt que nationale peuvent demander au directeur général l'autorisation de n'effectuer une analyse de la diffusion par code ZIP américain ou RTA canadien que pour certains états ou certaines provinces.

F 105.5 Distribution selon la démographie

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

Les éditeurs peuvent ajouter à titre de supplément aux rapports de vérification et déclarations de l'éditeur de la revue une analyse portant sur un numéro de la diffusion payée totale par abonnement indiquant l'abonné par entreprise et industrie ou par titre ou fonction.

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

b) La classification attribuée par l'éditeur repose sur les renseignements obtenus à partir de cartes d'affaires, d'en-têtes, d'annuaires reconnus, de questionnaires ou autres preuves acceptables.

Lorsqu'on se sert de questionnaires pour obtenir des renseignements précis concernant la fonction d'un abonné, le questionnaire est rédigé de façon à déterminer l'intérêt principal ou le plus important.

Il faut conserver toutes les données de ce genre pour que le vérificateur puisse les examiner. Le Bureau se réserve le droit de vérifier par lettre les classifications attribuées si, pour une raison quelconque, la preuve produite n'est pas considérée concluante.

On ne peut utiliser à des fins de classification des renseignements obtenus plus de trois ans avant la date du numéro sur lequel porte l'analyse.

F 105.6 Déclaration de la diffusion analysée non payée

a) Le rapport initial des données analysées non payées n'est pas publié avant d'avoir été vérifié lors de la vérification.

b) Les données, dossiers et registres relatifs aux renseignements fournis dans la déclaration de la diffusion analysée non payée sont conservés pour examen par le vérificateur. S'ils sont jugés insuffisants pour appuyer les allégations de l'éditeur, les données ne sont pas publiées.

ARTICLE 106

F 106.1 Renouvellements

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

« On ne dispose pas des registres requis par ABC pour justifier une allégation de pourcentage de renouvellements et il ne faut pas tenir compte de la déclaration à cet effet faite par cette publication ou en son no ».

La même déclaration est répétée dans le rapport de vérification suivant.

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

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

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

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

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

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

ARTICLE 107

F 107.1 Abonnements différés

Dans le régime d'abonnements différés, les abonnés reçoivent une publication un mois ou plus après la date de vente. Ces numéros sont livrés à même les invendus. Si les abonnés paient un prix admissible, ces abonnements sont inclus dans la diffusion payée mais dans une catégorie distincte. Les abonnements différés ne s'appliquent pas aux ventes parrainées.

F 107.2 Numéros antérieurs

a) On considère qu'un numéro d'une publication est un numéro antérieur dès la mise en vente du numéro suivant pour les exemplaires vendus en kiosque et dès l'envoi postal du numéro suivant pour les abonnements.

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

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

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

d) Les numéros antérieurs livrés à des destinataires d'exemplaires entrant dans la « Diffusion vérifiée – lieux publics » ne peuvent pas être inclus dans la diffusion vérifiée payée.

e) Les numéros antérieurs livrés à des destinataires d'exemplaires entrant dans la « Diffusion parrainée vérifiée – utilisation individuelle » qui n'ont pas demandé expressément à recevoir la publication ne peuvent pas être inclus dans la diffusion vérifiée payée.

f) Un nouvel abonné qui n'a pas expressément demandé de numéros antérieurs dans le cadre de son abonnement a le droit de recevoir le numéro précédant celui qui est envoyé à ce moment-là, dans le cas de publications bimensuelles et mensuelles et deux numéros précédant celui qui est envoyé à ce moment-là, dans le cas de publications paraissant plus fréquemment. Ces exemplaires peuvent être inclus dans la diffusion payée.

(Pour que les éditeurs se conforment à une politique uniforme en matière de numéros de départ, ce qui précède s'applique indépendamment des dates de couverture ou calendriers d'envoi des publications.)

g) Les ventes au numéro de numéros antérieurs sont reconnues comme payées pendant la période de trois mois suivant la date de vente d'un numéro, à condition que l'acheteur ait expressément demandé les numéros antérieurs. Après avoir obtenu l'approbation du directeur général, on peut déclarer comme « Autre distribution, numéros antérieurs », en fournissant une explication complète dans le paragraphe explicatif, les numéros antérieurs vendus pendant une période de trois à six mois suivant la date de vente d'un numéro. Ils ne peuvent pas être inclus, par conséquent, dans la diffusion payée. Lorsque des numéros antérieurs sont emballés avec des numéros courants en vente, seuls les numéros courants sont reconnus comme payés et ce, à condition que le montant payé corresponde au prix intégral au numéro du numéro courant ou à 50 pour 100 du total du prix intégral de tous les numéros contenus dans le paquet, selon le plus élevé de ces montants.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

F 107.3 Encouragements à payer

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

Tout stimulant d'une valeur supérieure à 15 cents offert pour un paiement rapide avant la réception d'une demande d'abonnement ne constitue pas un encouragement à payer, mais un prix réduit ou une prime, selon le cas, et est déclaré en conséquence. Un encouragement à payer peut consister en des exemplaires supplémentaires de la publication ou un rabais au comptant, ou autre chose sans rapport avec la publication. Il est décrit comme un encouragement à payer dans le paragraphe explicatif de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification.

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

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

ARTICLE 108

F 108.1 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 le directeur général, entend la réception future de tel ou tel article avec les renouvellements d'abonnements (ou futurs abonnements) conduit à considérer les renouvellements d'abonnements comme étant suscités au moyen de primes. Le nombre d'abonnements, que ce soit des abonnements nouveaux ou des renouvellements, accompagnés d'une prime de ce genre, durant une période quelconque pour laquelle on soumet une déclaration de l'éditeur, ainsi que la nature de la prime et les dispositions de l'offre et de la distribution, figurent au paragraphe prévu à cette fin de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification.

Tout peut constituer une prime sauf :

(1) Des numéros complets de journaux ou de périodiques envoyés à tous les abonnés pour la période de l'offre.

(2) Tout article envoyé gratuitement par la poste avec l'offre d'abonnement ou offert par le représentant au moment de la sollicitation, sous forme de texte reproduit ou imprimé relatif à la publication qui propose l'offre d'abonnement et dont la valeur ne dépasse pas 0,50 \$, conformément aux dispositions de l'article F 108.2 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'accès gratuit ou à prix réduit au site Web de la publication.

(6) L'accès gratuit ou à prix réduit aux archives ou aux numéros antérieurs de la publication dans le cadre de l'abonnement.

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

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

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

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

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.

F 108.2 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 F 101.1.

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

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

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

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

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

F 108.3 Primes offertes avec les ventes combinées

Lorsqu'on offre une prime avec un groupe des revues, l'abonné paie au moins la valeur de la prime telle que définie à l'article F 108.2, plus le montant prescrit à l'article F 8.4.

Lorsqu'on offre une prime en rapport avec la vente combinée de deux ou plusieurs publications, dont l'une est une revue et l'autre, une autre publication (publication commerciale, publication agricole, journal), le montant payé par l'abonné ne doit pas être inférieur à un cent pour la revue plus au moins le montant justifié tel que défini par la division de l'autre publication, plus la valeur de la prime, qu'elle soit précisée ou non.

F 108.4 Abonnements/ventes au numéro combinés

a) Par vente combinée « forcée » on entend l'offre de la vente de deux ou plusieurs publications ensemble à un prix inférieur au total du prix de toutes les publications suggéré par l'éditeur si toutes les publications ont l'intention de qualifier la distribution de « diffusion payée » à moins :

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

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

En cas d'abonnement à deux ou plusieurs publications, dont l'une est une revue et l'autre, une publication commerciale, une publication agricole ou un journal, le montant payé par l'abonné ne doit pas être inférieur à un cent pour la revue plus au moins le montant justifié tel que défini par la division de l'autre publication.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

c) La moyenne des exemplaires livrés dans le cadre de cette vente combinée « forcée » figure dans la déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification au paragraphe consacré aux explications générales. De plus, il faut inclure dans ce même paragraphe les détails de l'offre combinée, c'est-à-dire le titre des autres publications, le prix suggéré par l'éditeur de toutes les publications, les conditions de l'offre et le prix de vente total.

d) Le montant à affecter à chaque titre compris dans la vente combinée afin de calculer la moyenne des prix par exemplaire est basé sur la présentation de l'offre elle-même, si elle fait allusion à la valeur de chaque abonnement dans la vente combinée (le total doit être équivalent au prix de vente des ventes combinées), ou le montant à facturer en plus ou à déduire du contrat existant ou du renouvellement dans l'offre d'abonnement supplémentaire (voir les alinéas **f**) et **g**) ci-dessous), ou s'il n'y a pas de présentation de l'offre, le montant est basé sur le prorata du prix suggéré par l'éditeur de chaque publication par rapport au prix de vente.

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

f) Les exemplaires vendus à des abonnés ou à des personnes renouvelant leur abonnement à une revue dans le cadre d'une vente combinée peuvent compter dans la diffusion payée à l'une des deux conditions suivantes :

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

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

g) Les revues dont les abonnés doivent consentir à un service continu (« jusqu'à ce qu'ils refusent ») et à qui l'on offre une vente combinée peuvent entrer dans la diffusion payée aux conditions suivantes :

1) L'offre d'« ajouter » une revue exige l'acceptation par l'abonné; les offres pour lesquelles l'abonné doit refuser la vente combinée s'il ne souhaite pas en profiter n'entrent pas dans la diffusion payée.

2) Au moins 30 jours avant le débit d'un compte de carte de crédit autorisé, l'abonné doit être prévenu de la revue ajoutée, de la période d'abonnement, du montant facturé, des modalités du contrat de service continu et de la façon d'annuler l'abonnement s'il ne souhaite pas le recevoir.

3) Le montant payé pour toutes les revues comprises dans la vente combinée doit être au moins un montant justifié tel que le définissent les règles de diffusion payée des publications.

4) On ne peut ni insinuer ni suggérer dans le matériel promotionnel que la revue ajoutée est « gratuite » ou « sans coût supplémentaire »."

5) L'ajout d'une publication ne commence pas avant le début de la prochaine période du contrat de service continu.

h) Lorsque deux revues grand public font l'objet d'une vente « combinée forcée » au numéro, les exemplaires vendus entrent dans la diffusion payée, aux conditions suivantes :

1) L'éditeur doit aviser ABC de toute vente combinée forcée au numéro avant la date de mise en vente en remplissant le formulaire de demande d'évaluation préalable accessible à www.accessabc.com.

2) Les numéros en vente combinée forcée doivent être les numéros actuellement vendus séparément en kiosque.

3) Les revues incluses dans la vente combinée forcée doivent avoir un contenu rédactionnel semblable.

4) Le montant payé par l'acheteur pour les publications en vente combinée forcée doit être égal à au moins 100 % du prix de base au numéro de la revue au prix le plus élevé plus 25 % du prix de base au numéro de l'autre revue.

5) Cinquante pour cent (50 %) du tirage total de la revue ayant le plus petit tirage au numéro est le maximum qui peut être offert en vente combinée forcée pour ce numéro.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

(6) Le nombre moyen d'exemplaires livrés durant la période dans le cadre des ventes combinées forcées au numéro est déclaré dans la déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification. Les détails de la vente combinée, dont le nom des revues en vente combinée, le ou les numéros vendus, le nombre d'exemplaires vendus et le prix combiné, sont déclarés au paragraphe consacré aux explications générales de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification.

F 108.5 Abonnements payés par des concurrents

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

F 108.6 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.

F 108.7 Abonnements obtenus dans le cadre de dons à des œuvres de bienfaisance

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

F 108.8 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 séparément sous le titre de « Abonnements-école » ou « Ventes au numéro-école » 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.

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 comme Journaux en classe - livrés à domicile, sous réserve des conditions suivantes :

- a) 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;
- b) le programme en question établit des normes minimales de participation pour la famille de l'élève, et celle-ci respecte ces normes minimales;
- c) 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;
- d) seul un exemplaire par famille d'élève participant peut être déclaré comme un exemplaire payé;
- e) les écoles et classes offrant la livraison à domicile des exemplaires doivent aussi participer au programme Journaux en classe exigeant l'utilisation du journal dans la salle de classe;
- f) les exemplaires livrés à domicile comptent comme diffusion payée à condition de respecter, à tous autres égards, les règles du Bureau définissant la diffusion payée;
- g) cette catégorie de diffusion ne peut dépasser 5 pour 100 de la moyenne de la diffusion payée.

F 108.9 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

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

obtenu équivaut à au moins 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 récompense.

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 »; c'est-à-dire avec l'organisation qui tente de fidéliser sa clientèle et d'augmenter ses ventes.

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

c) Le programme doit inclure des biens et services facultatifs, en plus de la revue.

d) 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.

e) 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.

f) 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).

g) Les points sont octroyés à la suite d'activités additionnelles ou selon la valeur de chaque transaction. Le seul fait d'être inscrit au programme depuis un certain temps n'est pas considéré comme une activité.

h) Les points ne peuvent pas servir à acheter des coupons donnant droit à des réductions.

(2) Participant (consommateur)

a) Le participant doit effectuer une opération financière spécifique pour accumuler des points bonis.

b) Le participant doit effectuer une opération 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.

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

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

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

F 108.10 Abonnements reçus en rapport avec un contrat de publicité

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

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

Lorsque les abonnements sont envoyés en vrac à l'acheteur, ils entrent dans la catégorie « ventes parrainés », sauf si l'éditeur a dans ses dossiers des preuves documentaires montrant que les exemplaires envoyés en vrac sont destinés à des employés, des filiales ou des succursales de cet acheteur, auquel cas on admet la classification dans la catégorie Abonnements collectifs (par la poste - offre spéciale) .

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

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

F 108.11 Deux abonnements dans une seule vente

a) Lorsque deux abonnements seulement à une même publication sont offerts ou vendus dans une seule vente, le montant payé par l'acheteur n'est pas inférieur à deux cents pour les durées d'abonnement offertes.

b) Pour déclarer ces abonnements comme diffusion payée, il doit exister un contrat mentionnant la durée des deux abonnements, conformément aux dispositions du paragraphe a) ci-dessus.

F 108.12 Offre d'abonnement mentionnant une surcharge

Lorsqu'on adresse une offre à des abonnés éventuels ou à des abonnés dont l'abonnement est à renouveler, mentionnant les divers éléments du prix (surcharge d'affranchissement et de manutention, par exemple), la vente peut compter dans la diffusion payée si le total de la somme exigible est conforme aux modalités de l'article F 101.1, et si le montant comprend au moins un cent pour l'abonnement. Pour le calcul du prix moyen, seul le montant payé pour l'abonnement est inclus dans la formule de base.

F 108.13 Méthodes de vente d'abonnements

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

a) Demande par la poste ou demande expresse

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

Le publipostage, les offres de renouvellement, les encarts ainsi que les annonces télévisées et le publipostage provenant d'agences entrent dans la catégorie « Demande par la poste ou demande expresse ».

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

b) Demande par l'intermédiaire de vendeurs:

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

Une agence de vente sur catalogue est une entreprise qui publie en grande quantité une liste de prix de gros ou une liste de prix de détail connue couramment sous le nom de « catalogue ». Les agences de vente sur catalogue acceptent en général des abonnements pour un grand nombre et souvent la totalité des publications. Elles envoient directement par la poste les catalogues de prix de détail aux abonnés éventuels. Elles distribuent les catalogues de prix de gros à des sous-agents comme les agents indépendants, les grands magasins, les librairies, les dépositaires de journaux, les receveurs des postes et d'autres personnes qui traitent directement avec les abonnés éventuels. Ces sous-agents recourent à différentes formes de sollicitation comme le

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

publipostage, le téléphone, la publicité dans les journaux et périodiques et le porte-à-porte. Les agences de vente sur catalogue fournissent habituellement les catalogues de détail aux sous-agents qui les envoient. Les sous-agents ou les agences envoient les demandes d'abonnement qu'ils reçoivent à l'agence de vente en gros sur catalogue qui, à son tour, les transmet aux éditeurs respectifs. L'expression « agents indépendants » est censée s'appliquer aux vendeurs d'abonnements qui ne font pas partie du personnel d'un organisme de vente sur le terrain comme ceux mentionnés en b)(2) ci-dessous. Elle s'applique aussi aux agences qui ne publient pas de liste de prix de gros ou de liste de prix de détail. Ces agents sont des travailleurs à temps plein ou à temps partiel qui sont rémunérés soit par des commissions en espèces, soit par des prix en nature. Ils comprennent les particuliers et les entreprises désignés sous les noms de « vendeurs travaillant pour leur argent de poche », « sollicitateurs indépendants », vendeurs individuels, dépositaires de journaux, libraires, receveurs des postes, etc.

(2) Vendeurs de l'éditeur et vendeurs d'agences indépendantes :

a) Les « vendeurs de l'éditeur » comprennent les vendeurs sur le terrain à temps plein, les entrepreneurs indépendants de vente sur le terrain, nommés par l'éditeur dont ils relèvent et les agences de vente d'abonnements sur le terrain appartenant conjointement à deux ou plusieurs éditeurs.

b) Les abonnements vendus par des « vendeurs d'agences indépendantes » comprennent les abonnements vendus par des organismes de vente sur le terrain de l'extérieur, qui ne sont affiliés à l'éditeur que pour la souscription d'abonnements.

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

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

On utilise cette classification même si les abonnements obtenus par l'organisme qui parraine l'abonnement passent par l'entremise d'une agence de vente sur catalogue ou tout autre intermédiaire.

c) Membres d'association :

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

d) Lorsque l'on a recours à d'autres sources de vente d'abonnements, il faut indiquer ce point séparément au paragraphe d) sous le titre Autres sources et en fournir l'explication au paragraphe approprié.

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

F 108.14 Abonnement à crédit

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

(1) l'échéance ne dépasse pas trois mois;

(2) l'abonné paie le montant facturé;

(3) le montant facturé soit suffisamment élevé pour répondre aux exigences des règlements du Bureau à tous autres égards.

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

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

1) En Amérique du Nord et dans les Antilles, le paiement doit parvenir dans les sept mois suivant le commencement du service, pour les publications commerciales.

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

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

F 108.15 Abonnements réglés par versements

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

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

F 108.16 Abonnements payés en publicité

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

ARTICLE 109

F 109.1 Rétablissements

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

F 109.2 Prolongations dues à une baisse de tarif

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

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

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

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

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

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

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

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

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

F 109.4 Cessions dues à une fusion

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

a) Les publications fusionnées sont homogènes.

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

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

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 suggéré par l'éditeur de 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 suggéré par l'éditeur 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 suggéré par l'éditeur de la publication éliminée corresponde à au moins 50 pour 100 du tarif de base annuel de l'abonnement suggéré par l'éditeur de 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 qui continue à être publiée.

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) En cas de fusion de publications, la première déclaration de l'éditeur consécutive à une fusion de publications contient une déclaration consolidée de la diffusion au paragraphe 1, mais les autres analyses du rapport sont effectuées séparément pour chacune des publications fusionnées. Les analyses portant sur les publications fusionnées qui étaient membres du Bureau se fondent sur les plus récents rapports du Bureau. Pour celles qui n'étaient pas membres du Bureau, on procède à une analyse aussi approfondie que possible dans les circonstances et on note, en fournissant une explication, les cas où il est impossible de fournir 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 fournir les renseignements essentiels.

F 109.5 Achat d'une liste d'abonnements

Lorsqu'une publication achète la liste d'abonnements d'une publication éliminée ou sur le point de l'être, on peut inclure les abonnés de la publication éliminée recevant des exemplaires de la publication qui continue à être publiée dans la catégorie de la diffusion payée des rapports du Bureau, sous réserve des conditions suivantes :

a) Les publications sont homogènes.

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

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

(1) En divisant le montant encore dû à l'abonné, au tarif de base annuel de l'abonnement suggéré par l'éditeur de 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 suggéré par l'éditeur 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 suggéré par l'éditeur de la publication éliminée corresponde à au moins 50 pour 100 du tarif de base annuel de l'abonnement suggéré par l'éditeur de la publication substituée, ou à condition que le prorata du prix unitaire (tarif de base annuel de l'abonnement suggéré 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 qui continue à être publiée.

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.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

dans les circonstances et on note, en fournissant une explication, les cas où il est impossible de fournir certains renseignements exigés dans les rapports du Bureau. Par la suite, on continue à procéder à des analyses séparées si, de l'avis du directeur général, cette procédure est nécessaire à l'obtention de renseignements essentiels.

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

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

a) Les publications sont homogènes.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

b) Les abonnements de la publication suspendue se conforment en tout aux autres règlements 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 suggéré par l'éditeur de 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 suggéré par l'éditeur.

(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 suggéré par l'éditeur de la publication éliminée corresponde à au moins 50 pour 100 du tarif de base annuel de l'abonnement suggéré par l'éditeur de la publication substituée, ou à condition que le prorata du prix unitaire (tarif de base annuel de l'abonnement suggéré par l'éditeur divisé par le nombre de numéros publiés annuellement) de la publication éliminée corresponde à au moins 50 pour 100 au prorata du prix unitaire de la publication substituée.

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

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

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

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

ARTICLE 110

F 110.1 Éditions séparées

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

(1) L'édition doit avoir le même nom de publication et le même logo que la revue membre.

(2) Le contenu rédactionnel doit être semblable à celui de la publication membre.

Si, de l'avis du directeur général, il existe suffisamment de différences pour créer l'impression d'une publication distincte, une adhésion distincte au Bureau est requise.

b) L'éditeur membre peut désigner comme « éditions » certaines parties de la distribution de sa publication. Faute de désignations particulières comme « édition » ou « éditions » la publication est tenue de déclarer la diffusion pour chaque partie de la distribution où la publicité est généralement vendue séparément dans le paragraphe des rapports du Bureau réservé à la déclaration des éditions.

c) Dans le cas d'une revue publiée dans plus d'une édition, il faut déclarer la diffusion moyenne de chaque édition dans la déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification.

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

Il faut fournir des dossiers et des registres complets et effectuer des contrôles pour au moins un numéro durant chaque période de vérification à titre de preuve du rendement de la publicité régionale.

d) Si une revue transfère des abonnements d'une édition à l'autre à la suite de l'établissement d'une base de tarif ou d'une garantie, il faut en donner l'explication détaillée au paragraphe des rapports du Bureau réservé aux explications générales en précisant notamment le nombre d'abonnés transférés et la base de tarif pour chaque édition en cause.

ARTICLE 111

F 111.1 Base du tarif publicitaire ou garantie de la diffusion

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

Par défaut, la base du tarif publicitaire ou la garantie de diffusion déclarée au paragraphe 1 se rapporte au total de la diffusion payée et vérifiée. L'éditeur qui le désire peut déclarer séparément, aux paragraphes explicatifs, les données relatives à la base du tarif pour la diffusion payée et celles liées à la base du tarif pour la diffusion vérifiée.

Dans les cas où la diffusion non payée est analysée, la déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification font une distinction nette entre la base du tarif publicitaire ou la garantie de la diffusion pour chaque composante de la diffusion (diffusion payée et vérifiée vs diffusion analysée non payée), à condition

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

que le tarif de l'éditeur fasse clairement la distinction. En l'absence d'une telle distinction, une comparaison entre la base du tarif ou la garantie de diffusion et la diffusion totale (diffusion payée et vérifiée plus diffusion analysée non payée) est présentée par défaut au paragraphe 1.

ARTICLE 112

F 112.1 Numéros spéciaux

Les numéros spéciaux sont les numéros publiés en plus des numéros ordinairement publiés, dans lesquels le contenu rédactionnel diffère des sujets traités dans les numéros ordinaires; la publicité est vendue expressément pour le numéro spécial et la date de mise en vente chevauche celle d'un ou plusieurs numéros ordinaires.

Les numéros spéciaux sont indiqués au paragraphe 4 seulement, avec une note précisant que la diffusion n'entre pas dans les moyennes indiquées au paragraphe 1. Une explication non promotionnelle des numéros spéciaux peut figurer au paragraphe explicatif sous réserve des dispositions de l'article B 103.4.

ARTICLE 113

F 113.1 Définition de destinataire individuel

La « Définition de destinataire individuel » pour la diffusion analysée non payée par source de liste est une déclaration décrivant des catégories particulières d'abonnés (par exemple, entreprise, titre, profession, analyse géographique ou démographique, etc.) à qui la publication est adressée. Ce n'est pas une déclaration à caractère promotionnel, et elle peut être revue et corrigée par le directeur général. L'éditeur conserve des documents aux fins de la vérification, qui ne datent pas de plus de trois ans, pour prouver que toute la diffusion analysée non payée correspond à la définition de destinataire individuel.

F 113.2 Mode de diffusion

Le « Mode de diffusion » pour les revues analysant la diffusion non payée est une déclaration décrivant la façon dont la publication est distribuée. Ce n'est pas une déclaration à caractère promotionnel, et elle peut être revue et corrigée par le directeur général.

F 113.3 Diffusion analysée non payée

Les éditeurs déclarant la diffusion analysée non payée fournissent une analyse de la diffusion pour un numéro au cours de chaque période de déclaration. Le numéro est le même que celui analysé pour la diffusion payée et pour l'analyse géographique. La présentation de l'analyse est déterminée par le directeur général en collaboration avec l'éditeur et est conforme à la « Définition de destinataire individuel » et au « Mode de diffusion ».

F 113.4 Diffusion analysée non payée – source de liste

Les exemplaires livrés à des destinataires individuels dont le nom provient d'une liste, d'un répertoire ou d'une ressource semblable peuvent être déclarés sous « Diffusion analysée non payée – source de liste », pourvu que les exigences suivantes soient respectées :

- a) La source des noms des destinataires ne date pas de plus de 36 mois.
- b) Les publications publiées une fois par mois ou moins livrent aux destinataires chaque numéro pendant au moins six mois consécutifs; les publications publiées plus d'une fois par mois livrent aux destinataires au moins six numéros consécutifs, pendant au moins trois mois consécutifs.
- c) La source des noms des destinataires est convenablement identifiée et datée et est mise à la disposition du vérificateur.
- d) La source des noms des destinataires est décrite en détail au paragraphe réservé aux explications générales.

F 113.5 Définition de la diffusion en vrac analysée non payée

Les ventes en vrac analysées non payées correspondent à la diffusion livrée à des emplacements désignés pour redistribution à des destinataires inconnus de l'éditeur. Il faut conserver tous les dossiers et registres relatifs à chaque numéro pour déclarer la diffusion brute et nette, le cas échéant. La copie servie doit être l'abonnement current distribué.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

La déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification comprennent le nombre d'exemplaires distribués aux régions désignées, mais ne mentionnent pas leur utilisation finale.

F 113.6 Diffusion analysée non payée couverture du marché

La distribution non payée aux destinataires connus uniquement par leur adresse ou pour une période inférieure à celle requise aux articles F 113.5, F 115.1 et F 115.2 (y compris les circonstances où l'on ne peut confirmer les exigences de service minimal) ou les exemplaires multiples destinés aux salles d'attente sont déclarés séparément dans la déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification. De plus, les exemplaires distribués sont déclarés sous le titre « Couverture du marché » ou « Livrés avec des produits de l'hôte », selon le cas. Lorsque l'on déclare des numéros dans ces catégories, il faut fournir tous les détails concernant la distribution au paragraphe réservé aux explications générales.

F 113.7 Définition de la diffusion analysée non payée – exemplaires livrés avec des produits hôtes

La « Diffusion analysée non payée – exemplaires livrés avec des produits hôtes » comprend les exemplaires livrés aux destinataires sous forme d'encart inséré dans une autre publication.

L'éditeur tient des registres pour chaque numéro et les met à la disposition du vérificateur pour montrer la diffusion nette du produit hôte.

La déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification déclarent les exemplaires distribués par publication hôte au paragraphe réservé à l'analyse de la diffusion supplémentaire.

ARTICLE 114

F 114.1 Analyses d'unités supplémentaires

a) L'éditeur peut, à son gré, inclure dans la déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification d'une revue une analyse par unité de la diffusion au domaine desservi et/ou dans le cadre de la définition de destinataire justifié.

b) Il doit déposer une demande par écrit au Bureau au moins 30 jours avant la fin de la période de vérification correspondant au rapport des analyses initiales. Les analyses sont soumises avec la déclaration de l'éditeur ordinaire et concernent le même numéro que la ventilation géographique.

c) Les analyses initiales ne peuvent figurer dans la déclaration de l'éditeur qu'après avoir été soumises à la vérification. La vérification peut se faire au moment de la vérification ordinaire et être comprise dans le rapport de vérification. Les analyses peuvent figurer dans les deux déclarations de l'éditeur ordinaires suivant la période couverte par le rapport de vérification. On inclut une explication avec référence au numéro analysé.

d) Les analyses contiennent la ventilation d'autant de catégories de la ventilation des analyses que le souhaite la publication demandant le compte par unité, mais elles doivent inclure les catégories suivant l'ordre dans lequel elles figurent dans l'analyse de la ventilation de la diffusion. Les catégories pour lesquelles on ne fait pas d'analyse sont clairement indiquées dans la ventilation des analyses par secteur.

e) Les données et registres concernant ces analyses sont conservés à l'intention du vérificateur. Les analyses ne sont pas publiées si les registres ne suffisent pas à justifier les allégations de l'éditeur. Aucun renseignement obtenu plus de trois ans avant la date du numéro analysé ne peut être utilisé à des fins de classification.

f) Dans le cas des analyses par unité, toutes les publications desservant le même domaine utilisent la définition normalisée d'« unité ». Par définition normalisée pour le domaine, on entend la définition approuvée par le directeur général qui figure dans le rapport de vérification et la déclaration de l'éditeur où figurent les analyses par unité. Tous les exemplaires des catégories analysées par unité sont attribués à une unité.

Une analyse géographique par État, province et pays, conforme à la présentation normalisée du Bureau, peut faire partie de l'analyse par unité, au gré de l'éditeur. La ventilation inclut des totaux distincts pour les exemplaires analysés par unité et pour ceux qui ne sont pas analysés.

F 114.2 Options de déclaration des publications annuelles vendues au numéro

La déclaration simplifiée de la diffusion des publications annuelles vendues uniquement au numéro est autorisée. L'éditeur qui choisit l'option précitée n'est pas tenu de présenter au Bureau des déclarations semestrielles de l'éditeur; il n'a qu'à produire des données vérifiées sur la diffusion après la finalisation de chaque numéro.

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

a) L'éditeur qui choisit cette option est tenu de respecter les dispositions suivantes :

(1) Il doit présenter des données provisoires au moyen du produit en ligne Rapid Report d'ABC.

(2) Le rapport de vérification de la publication mentionne qu'aucune déclaration de l'éditeur n'a été publiée par ABC, car la publication participe au programme simplifié de déclaration des publications annuelles vendues au numéro.

(3) Le rapport semestriel FAS-FAX ne présente pas de données sur la publication, mais il y est mentionné que celle-ci participe au programme simplifié de déclaration des publications annuelles vendues au numéro.

b) L'éditeur qui choisit de participer au programme facultatif en avise ABC au début de la période dont il souhaite présenter les données aux termes de l'option.

ARTICLE 115

F 15.1 Diffusion vérifiée

a) La diffusion vérifiée comprend les exemplaires désignés par l'éditeur comme destinés à des lecteurs dans des lieux publics et à des particuliers qui pourraient avoir une affinité avec la publication. Les exemplaires classés comme « vérifiés » ne sont pas assujettis aux normes d'admissibilité pour la diffusion payée; cependant, la possibilité de cesser de recevoir la publication doit être offerte à tous les destinataires (particuliers et lieux publics) une fois par année, conformément aux modalités décrites ci-après.

b) La diffusion vérifiée se limite aux abonnements. La distribution au numéro ne peut pas être déclarée sous la rubrique « Diffusion vérifiée » mais pourrait l'être sous « Diffusion en vrac analysée non payée » ou « Diffusion analysée non payée – couverture du marché » si la distribution est conforme aux dispositions de l'article F 113.5 ou F 113.6.

c) La diffusion vérifiée totale est déclarée au paragraphe 1 de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification et ventilée aux paragraphes appropriés de chaque déclaration ou rapport. Une fois qu'un exemplaire livré à une adresse individuelle ou à un lieu public a été déclaré dans la diffusion vérifiée, tous les exemplaires livrés à cette adresse ou à ce lieu public doivent être déclarés dans la diffusion vérifiée pour toute la durée de l'abonnement.

d) Il y a deux sous-catégories de diffusion vérifiée : « Lieux publics » et « Utilisation individuelle ». La diffusion vérifiée totale déclarée au paragraphe 1 de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification doit être répartie entre ces deux catégories s'il y a lieu aux paragraphes prévus à cette fin, comme il est expliqué ci-après. Les publications peuvent aussi déclarer les droits reçus d'un commanditaire au titre des exemplaires déclarés dans la diffusion vérifiée, à condition de pouvoir fournir une documentation permettant de vérifier le montant reçu, à l'exclusion de toutes contreparties.

e) La « Diffusion vérifiée – lieux publics » comprend les exemplaires mis à la disposition des clients d'établissements commerciaux dans des salles d'attente, des chambres d'hôtel et les exemplaires à distribuer à bord des aéronefs ou aux clubs à accès restreint des compagnies aériennes. Ces exemplaires ne sont pas censés être emportés. Pour être considéré comme un lieu public, l'établissement commercial doit satisfaire aux conditions suivantes :

(1) La possibilité de cesser de recevoir la publication doit être offerte une fois l'an à chaque établissement commercial identifié comme étant un lieu public.

(2) Il est interdit de livrer plus de trois exemplaires de chaque numéro d'une revue donnée au même lieu public. Le nombre total de revues uniques pouvant être livrées à un lieu public ne fait toutefois l'objet d'aucune restriction.

(3) Il faut livrer au moins deux numéros consécutifs de chaque revue unique à chacun des lieux publics.

(4) L'exemplaire livré doit être le numéro en cours de distribution aux abonnés.

(5) Les exemplaires à livrer à des hôtels considérés comme lieux publics pour être placés dans les chambres doivent également satisfaire aux critères suivants :

(i) Dans le cas des publications mensuelles ou moins fréquentes, un maximum de quatre exemplaires par chambre d'hôtel peuvent être livrés à chaque hôtel;

(ii) Dans le cas des publications qui paraissent plus d'une fois par mois, un maximum d'un exemplaire par chambre d'hôtel peut être livré à chaque hôtel;

(iii) L'éditeur ou son agent doit avoir un contrat en vigueur avec chaque hôtel ou direction responsable. Le contrat doit être signé par un membre

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

de la haute direction de l'hôtel. Il doit stipuler que l'hôtel accepte de participer, confirmer le nombre d'exemplaires de chaque revue unique à livrer, et indiquer les lieux précis à l'intérieur de l'hôtel où les exemplaires doivent être placés. Le contrat doit être reconduit au moins une fois l'an.

6) Pour être déclarés dans la Diffusion vérifiée – lieux publics, les exemplaires livrés à des compagnies aériennes pour distribution à bord d'aéronefs ou placement dans des clubs à accès restreint doivent remplir les conditions suivantes :

(i) L'éditeur ou son agent doit conclure une entente formelle avec la compagnie aérienne en ce qui concerne la période de distribution. L'entente en question doit préciser la ou les revues choisies par la compagnie aérienne; confirmer que la compagnie aérienne n'a reçu aucune autre contrepartie ni aucun autre incitatif à participer au programme; et indiquer le nombre moyen de vols quotidiens effectués par la compagnie aérienne (basé sur ses activités pendant au moins un mois civil). La période visée par l'entente ne doit pas être inférieure à deux numéros consécutifs; si la distribution est censée s'étendre sur plus d'un an, l'entente doit être mise à jour au moins une fois l'an.

(ii) Sur demande, la compagnie aérienne doit être prête à fournir un affidavit attestant qu'elle a distribué tous les exemplaires fournis et les a mis à la disposition de ses clients à bord de ses aéronefs ou dans ses clubs à accès restreint.

(iii) Quelle que soit la fréquence de publication de la revue, le nombre maximum d'exemplaires que celle-ci peut fournir est égal au double du nombre moyen de vols quotidiens effectués par la compagnie aérienne. Le nombre moyen de vols quotidiens est basé sur les activités de la compagnie aérienne pendant au moins un mois civil. Par exemple, une compagnie aérienne qui offre 200 vols par jour pendant 15 jours et 300 vols par jour pendant 15 jours afficherait une moyenne quotidienne de 250 vols.

(iv) La compagnie aérienne a pleine discrétion quant aux lieux où les exemplaires sont mis à la disposition de ses clients. Par exemple, elle peut choisir de distribuer tous les exemplaires à bord de vols choisis ou seulement dans ses clubs à accès restreint, ou opter pour une combinaison quelconque de ces possibilités.

(v) Les exemplaires qui ne remplissent pas ces conditions ou qui sont placés dans d'autres lieux publics des aéroports et/ou mis à la disposition du public n'entrent pas dans la Diffusion vérifiée; ils sont plutôt régis par l'article F 13.5 Définition des ventes en vrac analysées non payées.

f) La « Diffusion vérifiée – lieux publics » doit aussi être analysée de manière à déclarer le nombre d'exemplaires livrés aux cinq principaux types de lieux (bureaux de médecins/fournisseurs de soins de santé, salons de beauté, etc.). ABC tient une liste standard des types de lieux.

g) La « Diffusion vérifiée – utilisation individuelle » comprend les exemplaires livrés à des particuliers à qui a été offerte la possibilité de cesser de recevoir la revue. Cette option doit être présentée au destinataire dans les trois mois suivant le début du service et au moins une fois l'an par la suite. L'éditeur qui le désire peut offrir une option d'inclusion et déclarer les exemplaires sous « Diffusion vérifiée – utilisation individuelle », à condition de se conformer aux dispositions de l'article F 115.2.

(1) Un seul abonnement par ménage peut être déclaré sous « Diffusion vérifiée – utilisation individuelle ».

(2) La « Diffusion vérifiée – utilisation individuelle » doit aussi être analysée de manière à cerner les cinq principales sources de noms dans cette catégorie (personnes assistant à un spectacle, donateurs, demandes individuelles, etc.). ABC tient une liste standard des catégories de sources.

(3) Les exemplaires d'abord livrés par l'éditeur dans l'intention de les inclure dans la diffusion payée, ne peuvent pas être déclarés dans la déclaration de l'éditeur sous la rubrique « Diffusion vérifiée – utilisation individuelle », mais ils pourraient l'être sous « Diffusion analysée non payée – couverture du marché ».

(4) Les exemplaires d'abord inclus dans la diffusion payée puis exclus après vérification ne peuvent pas être déclarés sous « Diffusion vérifiée – utilisation individuelle », mais ils pourraient l'être sous « Diffusion analysée non payée – couverture du marché », sauf s'il peut être prouvé à la satisfaction du directeur général que chacun des destinataires a expressément demandé la revue au début du service.

(5) Les destinataires doivent recevoir au moins deux numéros consécutifs.

(6) Les exemplaires livrés doivent être des exemplaires du numéro en cours de distribution aux abonnés, sauf si l'abonné a demandé expressément à recevoir la publication conformément à l'article F 115.2.

F 115.2 Diffusion sur demande individuelle

La diffusion sur demande individuelle peut être incluse dans la diffusion vérifiée pourvu qu'elle soit conforme aux conditions suivantes :

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

b) Si le service d'abonnement sur demande individuelle est sollicité par l'éditeur, la formule de demande, le questionnaire ou la carte sur le service au

STATUTS ET RÈGLEMENTS, ÉDITION BM1 - CANADA

lecteur sont conformes aux dispositions suivantes :

(1) Il faut demander expressément à la personne si elle souhaite recevoir la publication, en utilisant une phrase de ce genre : « Je souhaite recevoir la revue (nom de la publication). Oui ___ Non ___ ». On peut aussi utiliser une phrase qui ressemble à celle-ci : « Veuillez signer ici si vous souhaitez recevoir la revue (nom de la publication) ». Les formules sur lesquelles figure le deuxième type de phrase doivent être signées.

(2) Si la formule de demande utilisée pour recruter de nouveaux abonnés est particulière à la publication (c'est-à-dire si elle n'offre pas d'autres produits ou services) et si elle doit être remplie par le destinataire, il n'est pas nécessaire qu'elle contienne une phrase demandant si la personne, ou le représentant de la société dans le cas d'une demande de groupe, souhaite recevoir la publication.

(3) La personne qui remplit la formule de demande doit y inscrire ses nom et adresse ou la signer. Lorsque les éditeurs font du télémarketing, les personnes effectuant les entrevues par téléphone signent et datent les questionnaires d'entrevue. Les entrevues contiennent, aux fins de la vérification, une question personnelle à laquelle seul le destinataire est capable de répondre, comme la date de naissance ou le nom de jeune fille de sa mère. Il faut poser des questions différentes au moment du renouvellement des demandes. Toutes les questions personnelles sont soumises à l'approbation du Bureau. Les éditeurs doivent conserver des dossiers et registres appropriés pour vérifier les appels téléphoniques.

c) Les abonnements sur demande individuelle sont renouvelés au moins une fois tous les trois ans.

d) Les abonnés sur demande individuelle doivent recevoir au moins deux numéros consécutifs.

F 115.3 Explication du retard des expéditions

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

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

ARTICLE 116

F 116.1 Rapport consolidé sur les médias

Les éditeurs membres peuvent produire un rapport consolidé qui regroupe des données vérifiées d'ABC et ABCi sur la diffusion justifiée, les visiteurs ponctuels/utilisateurs inscrits et d'autres types de médias vérifiables, sous réserve des conditions suivantes :

a) Les divers types de médias sont homogènes en ce qui concerne leur contenu rédactionnel en comparaison des publications hôtes membres d'ABC.

b) Les données sur la diffusion de tous les types de médias analysés sont tirées du dernier rapport publié par ABC.

c) Le rapport consolidé sur les médias renferme les renseignements suivants :

(1) Un résumé du contenu du rapport indiquant le rapport d'ABC dans lequel les données ont été publiées pour la première fois.

(2) Des données agrégées sur la diffusion/distribution/exposition globale de tous les types de médias analysés.

(3) Un énoncé clair qui précise que les données sont « brutes » et qu'aucun effort n'a été fait pour éliminer la diffusion/distribution/exposition redondante.

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

(1) Une analyse géographique de tout ou partie des médias analysés.

(2) D'autres caractéristiques des destinataires de la diffusion/distribution/exposition des médias analysés, reposant sur des documents vérifiables et soumises à l'approbation du directeur général.