



**RÈGLEMENT DE LA CERTIFICATION
DES TIRAGES REMP / CS**



SOMMAIRE

1 Généralités	3
2 Catégories de presse (typologies)	4
3 Définition des termes pour le tirage imprimé	5
4 Définition des termes pour le tirage des répliques et des non-répliques	11
5 Principes de l'autodéclaration du tirage	14
6 Certification provisoire	18
7 Certification intermédiaire	19
8 Vérification du tirage annoncé	20
9 Corrections	22
10 Sanctions	22
11 Contestations	22
12 Entrée en vigueur	22

Impressum

Édité par: WEMF AG für Werbemedienforschung
REMP Recherches et études des médias publicitaires
Bachmattstrasse 53 – CH-8048 Zurich
tél. 041 311 76 76 – fax 041 311 76 77
remp@remp.ch – www.remp.ch

Édition: Mai 2017, édition révisée selon ordre du CA REMF
(ratifiée par la CCTD et le CA REMF le 11 avril 2017)

Validité juridique: En cas de litige, la version allemande du présent règlement fait foi.

Copyright: WEMF/REMP © 2017

1 GÉNÉRALITÉS

1.1 But

Afin de garantir que les tirages des médias de presse écrite («titres») paraissant régulièrement sont relevés selon les mêmes critères par catégorie des presse et qu'ils sont par conséquent comparables, la REMP Recherches et études des médias publicitaires («REMP») édicte le présent «règlement sur la certification des tirages REMP/CS» («règlement»). Afin d'assurer l'exactitude des chiffres, les données communiquées par les maisons d'édition («clients») sont vérifiées périodiquement par la REMP ou par une société tierce qu'elle mandate.

1.2 Authentification

Les associations du secteur de la publicité

- LSA LEADING SWISS AGENCIES
- Association Suisse des Annonceurs ASA
- Verband SCHWEIZER MEDIEN, MÉDIAS SUISSES, STAMPA SVIZZERA
- Association des Sociétés Suisses de Publicité ASSP

reconnaissent expressément les tirages certifiés REMP/CS comme les seuls officiels et déterminants.

1.3 Commission de certification des tirages et de la diffusion

Dans le but de favoriser et de vérifier la certification des tirages, la REMP institue une «Commission de certification des tirages et de la diffusion» («CCTD»). Cette commission se compose de:

- deux représentants de LSA LEADING SWISS AGENCIES
- deux représentants de l'Association Suisse des Annonceurs ASA
- deux représentants de l'association SCHWEIZER MEDIEN, un représentant de MÉDIAS SUISSES et un représentant de STAMPA SVIZZERA
- deux représentants de l'Association des Sociétés Suisses de Publicité ASSP
- un représentant de KS Kommunikation Schweiz et un représentant de CS Communication Suisse
- le directeur de la REMP

Les associations de la branche publicitaire se chargent de désigner les membres de la commission.

Le président du Conseil d'administration de la REMP assure la présidence de la CCTD (un représentant de l'association SCHWEIZER MEDIEN).

La CCTD conseille la REMP pour l'élaboration du règlement et tient lieu d'instance suprême de recours (voir art. 11 «Contestations»).

1.4 Mise en application

Des sociétés d'audit renommées procèdent à la vérification des titres des cat. I et II des typologies 1000 et 2000. Si des éditions totales comprennent des titres aussi bien de la cat. III (tirage < 20 000 ex.) que des cat. II (20 000–40 000 ex.) ou I (> 40 000 ex.), les sociétés d'audit procèdent aux contrôles de tous les titres de l'édition totale, pour des raisons d'efficacité.

L'examen des tirages des titres appartenant à la cat. III de la typologie 1000, de tous les titres des typologies 3000 et 4000 **ainsi que** des titres restants est en principe assuré par la REMP. **Celle-ci se réserve toutefois le droit de procéder à l'examen des tirages de certains titres et ce, toutes typologies confondues.**

2 CATÉGORIES DE PRESSE (TYPOLOGIES)

Les titres dont les tirages sont certifiés entrent dans l'une des catégories suivantes (l'affectation aux typologies 1000, 2000, 3000 et 4000 est effectuée par l'ASSP et reprise par la REMP):

Typologie 1000

Presse quotidienne

Paraît au moins quatre fois par semaine. Contient des informations générales sur l'actualité, la politique, l'économie et le sport. Elle s'adresse régulièrement à un large public et est accessible à tout un chacun.

Presse hebdomadaire régionale

Paraît moins de quatre fois par semaine; s'adresse régulièrement à un large public et est accessible à tout un chacun.

Presse dominicale

Diffusée pour la première fois le dimanche.

Typologie 2000

Presse financière et économique

S'adresse à un lectorat particulièrement intéressé par l'économie et les finances.

Presse grand public

Titres paraissant régulièrement une fois par semaine ou moins souvent qui s'adressent à un large public et sont accessibles à tout un chacun.

Typologie 3000

Presse spécialisée

Le contenu est axé sur les intérêts des lecteurs résultant de leurs loisirs, leur appartenance à un certain groupe d'âge, leurs conditions de vie ou de certaines activités.

Typologie 4000

Presse professionnelle

S'adresse aux personnes appartenant à certains groupes professionnels avec des intérêts spécifiques.

Autres

Titres étrangers

Sur demande du client, le tirage suisse d'un titre étranger peut être certifié.

Autres publications

Le tirage de publications s'adressant aux membres, aux donateurs et des publications des fondations non catégorisées par l'ASSP, peut être certifié. Ces chiffres sont utiles à ces clients en premier lieu à des fins de distribution (Poste et OFCOM) et ne sont pas publiés par la REMP.

Calendriers, etc.

Le tirage de calendriers, horaires et annuaires ne peut être certifié que si ces produits entrent dans la catégorie 1000, 2000, 3000 ou 4000 de l'ASSP et s'ils ont paru régulièrement sans interruption durant au moins trois années civiles.

Cas spéciaux

Si un titre qui n'entre dans aucune de ces catégories veut faire certifier son tirage, la décision y relative incombe au Conseil d'administration de la REMP.

3 DÉFINITION DES TERMES POUR LE TIRAGE IMPRIMÉ

Abonnements

Il s'agit de produits de presse fournis régulièrement au destinataire sur la base d'un contrat d'abonnement payant, le montant de l'abonnement étant payé par le destinataire ou par un tiers. L'abonnement doit être facturé durant la période de relevé. Les abonnements facturés a posteriori ne peuvent être comptabilisés dans le tirage vendu. Les exemplaires pour le personnel sont également considérés comme abonnements (voir «Exemplaires remis au personnel»).

Un abonnement est constitué lorsque le journal/magazine, selon son intervalle de parution, est livré/mis à disposition sans interruption sur un minimum de temps:

Titres de	Durée min.
— presse quotidienne	plus de 6 jours
— presse hebdo/dominicale	plus de 1 mois
— presse mensuelle	plus de 3 mois
— presse paraissant moins d'une fois par mois	plus de 2 éditions

Abonnements d'essai payants

Il s'agit d'exemplaires fournis au destinataire contre un paiement. Ceux offrant jusqu'à 50% de remise sont comptabilisés dans les abonnements à tarif réduit, ceux avec plus de 50% de remise, dans la rubrique «Autres ventes» (base: le tarif normal publié pour un abonnement annuel sans réduction). Aucune limitation de temps.

Abonnements obligatoires

Il s'agit d'abonnements à des organes officiels de publication qui, en raison d'une décision de l'organe compétent (assemblée de l'association, assemblée générale, direction, etc.) sont indissociablement inclus dans la cotisation à l'organisation de publication. Une seule édition par membre peut être prise en compte, soit l'édition imprimée, soit l'édition numérique.

Abonnements pour membres

Sont donnés, selon des directives statutaires, aux membres d'associations, d'unions, de corporations, etc.

Affaires en contrepartie

Les exemplaires dont la vente repose tout ou partie sur une affaire en contrepartie avec l'acheteur peuvent, sur le principe, entrer dans le calcul du tirage vendu, indépendamment du fait que les dédommagements mutuellement dus soient facturés au montant à couvrir ou non (pas de paiements), mais à condition que les exemplaires aient été dûment facturés au cours de la période de relevé et que la TVA a été payée.

Si toutefois des doutes apparaissent lors de la vérification, quant au caractère justifié du prix de la contrepartie, le cas est confié pour contrôle à un expert en prix de cession interne. Si l'expert conclut que le prix facturé pour la contrepartie est trop élevé, le client supporte les coûts de l'expertise, et le tirage reposant sur la contrepartie n'est pas pris en compte comme tirage vendu. Dans les cas clairs, la REMP prend elle-même la décision, sans faire appel à un expert en prix de cession interne.

Si le prix facturé pour la contrepartie est jugé trop élevé, le tirage reposant sur la contrepartie est comptabilisé comme «tirage de masse» ou comme «tirage gratuit», selon si la preuve des retours est apportée ou non.

Autres ventes

Si la contrepartie consiste uniquement à fournir une prestation de distribution (logistique) pour la distribution du titre par des tiers, le tirage reposant sur ce type de contrepartie n'est jamais pris en compte pour le tirage vendu, indépendamment de la justesse du montant du dédommagement, mais comme «tirage de masse» ou comme «tirage gratuit», selon si la preuve des retours est apportée ou non.

Exemplaires dont le prix de vente est inférieur à 50 % du prix de l'abonnement ou du prix de vente au numéro à plein tarif de l'édition imprimée.

Les abonnements vendus avec une remise supérieure à 80 % sur le prix de l'abonnement à plein tarif sont comptabilisés comme abonnements gratuits.

Les ventes au numéro réalisées avec plus de 80 % de remise sur le prix de vente à plein tarif ne peuvent être comptabilisées dans le tirage certifié.

Éditions totales

Les éditions totales sont des réseaux de journaux ou de sous-éditions. Les titres qui collaborent dans le domaine de la rédaction et des annonces sont réunis dans le cadre d'une édition totale. Mais il est nécessaire pour cela que tous les titres réunis dans une édition totale fassent certifier séparément leur tirage.

Les critères suivants doivent être respectés:

- même intervalle de parution (selon la définition de l'ASSP/typologies)
- mention du réseau de journaux sur la page de couverture
- collaboration dans le domaine de la rédaction et des annonces

Si les critères ci-dessus sont remplis, les éditions linguistiques sont également réunies dans une édition totale.

Si un titre d'une édition totale n'a pas fait certifier son tirage, tout le réseau est considéré comme non certifié.

Encarts

Il convient de distinguer les types d'encart suivants:

Encart joint au titre principal (y compris édition totale)

Si l'encart est joint uniquement au titre principal, le client peut le déclarer «certifié REMP/CS» dans ses communiqués.

Il faut pour cela que le nombre d'encarts corresponde au tirage distribué du titre principal (pas d'écart).

Encart joint à plusieurs titres différents

Si l'encart est joint à plusieurs titres différents, il est considéré comme un titre propre et doit faire l'objet d'une certification séparée.

Il est important que le tirage corresponde au cumul des différents titres dans lesquels l'encart est joint, pour autant que les mêmes canaux de distribution sont utilisés.

Si l'encart n'est que partiellement joint aux différents titres porteurs (tirage diffusé par abonnement, en kiosque, etc.), ces écarts doivent être pris en considération.

S'il n'existe aucune indication concernant la catégorie de tirage (abonnement, vente au numéro, tirage gratuit, etc.) des différents titres dans lesquels l'encart est joint, le tirage total doit être déclaré dans le tirage gratuit.

Les encarts vendus à part dans les kiosques doivent être comptabilisés.

Exemplaires à tarif réduit

Encart de tiers

Les encarts de tiers doivent être déclarés comme tirage gratuit.

Il s'agit des exemplaires vendus pour au minimum 50 % du prix de l'abonnement ou du prix de vente au numéro à plein tarif de l'édition imprimée.

La base est le prix normal et officiel publié pour un abonnement annuel ainsi que celui pour un exemplaire sans réduction. Les abonnements trimestriels, semestriels, pour deux ou trois ans sont traités comme les abonnements annuels.

Exemplaires aux donateurs

Exemplaires distribués par des organismes d'utilité publique à leurs donateurs.

Exemplaires d'essai et de promotion

Exemplaires fournis gratuitement au destinataire (p. ex. par publipostage ou autres actions marketing). Ils peuvent être déclarés dans la catégorie des «exemplaires envoyés à un groupe cible spécifique ou variable», indépendamment de la durée.

Exemplaires en libre service

Exemplaires de journaux gratuits en caissettes ou autres supports mis à la disposition des passants dans les lieux publics.

Le nombre d'exemplaires non distribués doit être attesté (décompte des retours). Si cette preuve n'est pas fournie, ces exemplaires ne peuvent être comptabilisés dans le tirage gratuit et seront inscrits dans la catégorie «tirage de masse».

Exemplaires entièrement payés

Il s'agit des exemplaires vendus au plein tarif de l'édition imprimée (abonnement ou vente au numéro) et des exemplaires remis au personnel (voir sous la rubrique concernée).

La base est le prix normal et officiel publié pour un abonnement annuel ainsi que celui pour un exemplaire sans réduction. Les abonnements trimestriels, semestriels, pour deux ou trois ans sont traités comme les abonnements annuels.

Exemplaires envoyés à un groupe cible spécifique ou variable

Exemplaires envoyés gratuitement à un groupe spécifique ou à des groupes cibles variables.

Les exemplaires d'essai et de promotion (voir sous la rubrique concernée) appartiennent également à cette catégorie.

Exemplaires gratuits

Peuvent être comptés dans le tirage vendu, pour autant qu'ils ne dépassent pas 5 % du sous-total du tirage vendu et pour autant qu'ils ont effectivement été distribués.

Exemplaires remis au personnel

Il s'agit d'exemplaires remis aux salariés permanents d'une propre entreprise en Suisse. Seuls sont considérés comme salariés permanents les personnes ayant un contrat de travail avec le client qui publie le titre et pour lesquels il cotise à l'AVS. Si le client publie plusieurs titres (les tirages augmentés, éditions splittées, éditions régionales, etc. ne comptent pas), il peut déclarer au maximum comme «entièrement payé» 1,5 exemplaire par employé fixe (voir aussi «Tirage gratuit»).

Exemplaires remis de main à main

Exemplaires remis gratuitement aux passants par des porteurs de journaux dans les lieux publics. Il faut une preuve (décompte des retours) des exemplaires non distribués. Si cette preuve n'est pas fournie, ces exemplaires ne peuvent être comptabilisés dans le tirage gratuit et seront inscrits dans la catégorie «tirage de masse».

Impression sur demande («print on demand»)

Édition d'un produit de presse transmise par voie électronique et imprimée individuellement. Correspond dans tous les détails de contenu et de la mise en page (y c. l'emplacement des annonces) à la version imprimée.

Interruptions

Les interruptions de livraisons (p. ex. congés) ne sont pas comptabilisées dans le tirage certifié car ces exemplaires sont livrés ultérieurement (prolongation de l'abonnement) ou crédités à l'abonné.

«Pour information seulement»

Ces colonnes du questionnaire doivent impérativement être remplies car les indications sont requises pour procéder à un examen de la plausibilité du tirage annoncé.

- Les «justificatifs» sont ceux envoyés aux annonceurs et aux rédactions.
- La catégorie «réserve» correspond à la différence entre le tirage distribué et le tirage imprimé (hors «print on demand»).
- «Tirage imprimé»: voir définition propre.

Tirages augmentés

Ils se composent du tirage normal et des tous-ménages supplémentaires et réguliers dans une zone donnée. Si les zones de diffusion changent, les tirages augmentés des zones concernées doivent faire l'objet d'une certification individuelle. Il n'est pas permis de calculer une moyenne des différentes zones de diffusion.

Tirage de masse

Comprend la totalité des exemplaires distribués gratuitement (par porteurs de journaux dans les gares, caissettes à journaux et autres supports, distribution dans les écoles, foires, etc.), pour lesquels la preuve du nombre d'exemplaires non distribués N'EST PAS fournie (décompte des retours).

Cela inclut les livraisons brutes, sans preuve de la diffusion réelle.

La catégorie «tirage de masse» est déclarée/publiée séparément à côté du tirage gratuit et fait partie du tirage diffusé total.

Tirage diffusé

Presse: somme du tirage vendu, du tirage gratuit et du tirage de masse.

Répliques: somme du tirage vendu et du tirage gratuit.

Le cumul se fait automatiquement.

Tirage gratuit

Comprend la totalité des exemplaires qui sont livrés régulièrement et gratuitement aux destinataires. Le tirage gratuit comprend également les exemplaires qui sont distribués à des collaborateurs du client ne travaillant pas directement pour le titre respectif ainsi que les exemplaires remis aux retraités, actionnaires, associés, collaborateurs indépendants, propres porteurs de journaux travaillant pour plusieurs titres du même client, etc. (voir également «Exemplaires remis au personnel»).

En outre, sont également comprises les livraisons régulières aux écoles, maisons de retraite, hôpitaux, armée, bureaux de poste, postes de police, etc. Il en va de même des abonnements gratuits livrés aux annonceurs et agences de publicité.

Peuvent également être déclarés les exemplaires envoyés à des groupes cibles variables.

En cas d'exemplaires distribués gratuitement (par des porteurs de journaux dans les gares, caissettes à journaux et autres supports, distribution dans les écoles, foires, etc.), il faut donner une preuve (décompte des retours) des exemplaires non distribués. Si cette preuve n'est pas fournie, ces exemplaires ne peuvent être comptabilisés comme «exemplaires en libre service/exemplaires remis de main à main» et seront inscrits dans la catégorie «tirage de masse».

Les exemplaires suivants n'entrent pas dans le calcul du tirage gratuit: les exemplaires de réserve ou de remplacement qui sont livrés aux bureaux de poste (à inscrire dans la colonne «réserve») ou les exemplaires gratuits livrés aux régies publicitaires (à inscrire dans la colonne «justificatifs»).

Tirage imprimé

Nombre total des exemplaires imprimés conformément à la facture de l'imprimerie ou à la comptabilité interne de l'imprimerie appartenant au client.

Tirage vendu

Total des exemplaires abonnés ou vendus au numéro, que ce soit sous forme imprimée ou électronique.

Titres diffusés gratuitement

Il s'agit de titres qui, pour la plupart, sont livrés gratuitement au destinataire, p. ex. sous forme de tous-ménages ou de main à main ainsi que sur des lieux de distribution publics. Les tirages augmentés entrent également dans la catégorie des titres diffusés gratuitement.

Tous-ménages

Exemplaires distribués gratuitement dans les ménages.

Typologies

L'attribution des typologies est définie par l'ASSP (Association des Sociétés Suisses de Publicité):

- Typologie 1000: presse quotidienne, presse hebdomadaire régionale et presse dominicale
- Typologie 2000: presse grand public, presse financière et économique
- Typologie 3000: presse spécialisée
- Typologie 4000: presse professionnelle

Vente au numéro

Il s'agit de livraisons aux revendeurs (c'est-à-dire kiosques, caissettes, librairies, guichets, magasins, stations-service, vendeurs de rue, etc.), sous déduction des exemplaires invendus. Pour ce qui est des caissettes ouvertes, il faut distinguer entre les produits de vente de 50 % et plus et ceux de moins de 50 %.

La distribution payante est comptée comme vente au numéro si elle ne remplit pas les conditions de durée minimale de l'abonnement.

Entrent également dans cette catégorie les exemplaires diffusés par l'impression sur demande («print on demand»).

Les exemplaires vendus individuellement ne peuvent être pris en considération que s'ils datent de la période de relevé.

4 DÉFINITION DES TERMES POUR LE TIRAGE DES RÉPLIQUES ET DES NON-RÉPLIQUES

Généralités (Normes internationales)

Les contenus de presse numériques sont répartis en deux catégories:

- édition numérique et
- publication numérique

L'édition numérique repose sur une édition imprimée, une publication numérique est un produit numérique autonome (sans édition imprimée à la base).

Les éditions numériques peuvent être au format réplique (anciennement «e-papers»), avec ou sans contenu élargi (films, des galeries photo, de la musique), ou au format non-réplique, avec un contenu dynamique ou ciblé.

De la même façon, les publications numériques peuvent présenter des contenus statiques, dynamiques ou ciblés. Les publications numériques avec un contenu statique font partie des répliques, celles avec un contenu dynamique ou ciblé entrent dans la catégorie des non-répliques.

Le critère principal de distinction entre édition ou publication numérique et un site internet est le format de navigation (il peut être «feuilleté» ou toute autre méthode pour parcourir une édition du début à la fin).

C'est pourquoi les produits de presse numériques doivent se présenter dans un format de navigation linéaire de telle façon qu'ils sont subdivisés en pages et peuvent être feuilletés de la page de couverture à la dernière page.

Pour que le tirage des produits de presse numériques puisse être comptabilisé, l'accès au contenu doit être restreint par une barrière de paiement pour les abonnements et les ventes au numéro ou encore par un accès requérant la saisie d'un identifiant / mot de passe pour les abonnements gratuits.

Étant donné que l'identifiant / mot de passe fait défaut pour les journaux et magazines gratuits, les accès sont mesurés à l'aide d'un procédé spécial et classés comme «free views». Ce procédé est réglé dans un contrat et sur la base d'un tarif séparés.

Si l'abonnement payant à l'édition imprimée donne droit à un accès gratuit au produit numérique, ces exemplaires/téléchargements ne sont comptabilisés que si est fournie la preuve des téléchargements/consultations effectifs (max. 1 ex. par jour/abonnement).

Si l'abonnement est payé pour les deux versions, imprimée et numérique (voir art. 4.1), les deux exemplaires sont pris en compte, chacun dans sa catégorie.

Un site internet accessible à tous ne peut être comptabilisé comme édition ou publication.

4.1 Répliques

Définition

Une réplique est la version dématérialisée de l'édition principale d'un titre, correspondant en tout point – contenu, présentation (y compris l'emplacement des annonces) et mode de parution – à la version imprimée. Les répliques peuvent être enrichies par des vidéos, des galeries photo, de la musique ou du texte supplémentaire. C'est la première perception qui est déterminante.

Abonnements

Il s'agit de produits de presse fournis régulièrement au destinataire sur la base d'un contrat d'abonnement payant, le montant de l'abonnement étant payé par le destinataire ou par un tiers. L'abonnement doit être facturé durant la période de relevé. Les abonnements facturés a posteriori ne peuvent être comptabilisés dans le tirage vendu.

La base est le prix normal et officiel publié pour un abonnement annuel numérique ainsi que celui pour un exemplaire sans réduction. Le prix de l'abonnement annuel numérique doit être d'au moins 50 % de celui de l'édition imprimée.

Les abonnements mensuels, trimestriels, semestriels, pour deux ou trois ans sont traités comme les abonnements annuels.

Un abonnement est constitué lorsque le journal/magazine, selon son intervalle de parution, est livré / mis à disposition sans interruption sur un minimum de temps.

Titres de	Durée min.
— presse quotidienne	plus de 6 jours
— presse hebdo/dominicale	plus de 1 mois
— presse mensuelle	plus de 3 mois
— presse paraissant moins d'une fois par mois	plus de 2 éditions

Abonnements d'essai payants

Il s'agit d'exemplaires fournis au destinataire contre un paiement. Ceux offrant jusqu'à 50 % de remise sont comptabilisés dans les abonnements à tarif réduit, ceux jusqu'à un maximum de 80 % de remise, dans la rubrique «Autres ventes» (base: le tarif normal publié pour un abonnement annuel numérique sans réduction). Aucune limitation de temps.

Abonnements obligatoires

Il s'agit d'abonnements à des organes officiels de publication qui, en raison d'une décision de l'organe compétent (assemblée de l'association, assemblée générale, direction, etc.) sont indissociablement inclus dans la cotisation à l'organisation de publication. Une seule édition par membre peut être prise en compte, soit l'édition imprimée, soit l'édition numérique.

Autres ventes

Les exemplaires vendus avec une remise maximale de 80 % sur le prix de l'abonnement ou le prix de vente au numéro à plein tarif de l'édition numérique.

Les abonnements vendus avec une remise supérieure à 80 % sur le prix de l'abonnement à plein tarif sont comptabilisés comme abonnements gratuits.

Les ventes au numéro réalisées avec plus de 80 % de remise sur le prix de vente à plein tarif ne peuvent être comptabilisées dans le tirage certifié.

Exemplaires à tarif réduit

Il s'agit des exemplaires vendus pour au minimum 50 % du prix de l'abonnement ou du prix de vente au numéro à plein tarif de l'édition numérique.

La base est le prix normal et officiel publié pour un abonnement annuel numérique ainsi que celui pour un exemplaire sans réduction.

Exemplaires entièrement payés

Il s'agit des exemplaires payés au plein tarif de l'édition numérique (abonnement ou vente au numéro).

La base est le prix normal et officiel publié pour un abonnement annuel numérique ainsi que celui pour un exemplaire sans réduction. Le prix de l'abonnement annuel numérique doit être d'au moins 50 % de celui de l'édition imprimée.

Tirage gratuit

Les abonnements gratuits sont mis à la disposition des destinataires pendant au maximum un an. Les abonnements gratuits sous forme imprimée ne sont pas comptabilisés dans le tirage certifié.

Les téléchargements et consultations gratuits accordés en liaison avec un abonnement payant au tirage imprimé sont également comptabilisés (voir art. 4 al. 9).

Ils doivent être attestés par l'éditeur au moyen d'un fichier de consignation (y c. descriptif des différents filtres), comme suit:

- Uniquement téléchargements/consultations pour les abonnements imprimés payants
- sans les doublons (max. 1 ex. par jour et par abonnement)
- sans les accès par le personnel
- sans les accès des abonnés aux répliques/ex. payants et gratuits («only digital»)

Les exemplaires diffusés par des prestataires tiers (p. ex. Media Carrier, etc.) sont uniquement comptabilisés si la preuve du téléchargement / de la consultation peut être apportée.

UC Free Views

Il s'agit des consultations de répliques calculées ou comptées sur un site ouvert au public. Le relevé se fait à l'aide d'un procédé spécial. Les valeurs sont publiées séparément, font cependant partie intégrante du tirage diffusé total.

Vente au numéro

Téléchargements/consultations vendus par le biais d'une barrière de paiement. La preuve des exemplaires déclarés est fournie par l'opérateur tiers (Apple, Android, etc.) ou les plates-formes appartenant au client et par les paiements enregistrés dans la comptabilité.

La distribution payante est comptée comme vente au numéro si elle ne remplit pas les conditions de durée minimale de l'abonnement.

Seules les ventes au numéro intervenues durant la période de relevé peuvent être prises en compte.

4.2 Non-Répliques

Définition

Les non-répliques reposent sur une édition imprimée (marque) ou une édition numérique, toutefois avec un contenu dynamique ou ciblé. Cela signifie que le contenu (rédactionnel ou publicitaire) peut être modifié à tout moment. De la même manière, le format et la présentation ne sont pas liés à ceux de l'édition imprimée.

Gratuit

Téléchargements/consultations gratuits requérant la saisie d'un identifiant/mot de passe. La preuve des exemplaires déclarés est fournie par l'opérateur tiers (Apple, Android, etc.).

Vendu

Téléchargements/consultations vendus par le biais d'une barrière de paiement. La preuve des exemplaires déclarés est fournie par l'opérateur tiers (Apple, Android, etc.) ou les plates-formes appartenant au client et par les paiements enregistrés dans la comptabilité.

5 PRINCIPES DE L'AUTODÉCLARATION DU TIRAGE

5.1 Obligation de déclarer/délais

La certification est fondée sur le principe de l'**autodéclaration**. Afin qu'un tirage soit «certifié REMP/CS», le client doit, selon le présent règlement, communiquer à la REMP le total des exemplaires effectivement diffusés durant la période de relevé et se soumettre à une vérification a posteriori.

Le client doit annoncer ses tirages jusqu'au **30 juin** au plus tard.

Les titres pour lesquels l'autodéclaration des tirages est incomplète ou arrive en retard sont considérés comme n'étant plus certifiés.

5.2 Période de relevé

La période de relevé va du **1^{er} avril au 31 mars**.

5.3 Unités certifiées

Les unités paraissant sur le marché des lecteurs (éditions par région linguistique, éditions dominicales, sous-éditions, tirages augmentés, etc.) sont certifiées séparément comme titres individuels.

Si un élément d'un système de journaux est conduit comme titre séparé dans MACH Basic, ce dernier doit faire l'objet d'une certification de tirage en tant que titre individuel.

Le tirage des éditions totales (systèmes de sous-éditions, systèmes de journaux, etc.) s'obtient par addition des tirages certifiés des titres individuels participants.

Le tirage des publications encartées dans d'autres titres s'obtient par addition des tirages certifiés des titres porteurs (définition complète voir art. 3).

5.4 Certification définitive

Pour être certifiés de manière définitive, les titres – seuls et dans toutes les combinaisons – doivent avoir paru sans interruption, sous leur forme conceptuelle respective, pendant au moins une période de relevé.

5.5 Certification provisoire

Les titres nouvellement conçus ou lancés ainsi que les titres fusionnés qui, sous leur forme respective, n'ont pas paru pendant une période entière de relevé, peuvent faire l'objet d'une certification provisoire (voir détails à l'art. 6).

5.6 Certification intermédiaire

Les titres nouvellement conçus ou lancés ainsi que les titres fusionnés qui, sous leur forme respective, n'ont pas paru pendant une période entière de relevé, peuvent demander à la REMP d'établir une certification intermédiaire en dehors de la période de relevé (voir détails à l'art. 7).

5.7 Communication des tirages

Le client mentionne comme suit le nombre d'exemplaires qui, pendant la période de relevé, ont été effectivement diffusés:

- moyennes mensuelles, classées par mois calendaires (total mensuel divisé par le nombre d'éditions)
- moyennes annuelles (total des moyennes mensuelles divisé par 12)*

* Si le titre en question a paru moins de 12 fois: total des moyennes mensuelles divisé par le nombre d'éditions

Les tirages imprimés de la presse quotidienne, presse hebdomadaire régionale, presse dominicale, financière et économique, professionnelle, spécialisée et grand public sont mentionnés comme suit:

- abonnements entièrement payés
- abonnements à tarif réduit (remise max. de 50 %)
- abonnements obligatoires
- vente au numéro, y c. caissettes ouvertes (remise max. de 50 %)
- autres ventes, abonnements et ventes au numéro (remise max. de 80 %)

Sous-total

- exemplaires gratuits (max. 5 % du sous-total)

Tirage vendu

- abonnements gratuits
- tous-ménages
- exemplaires en libre service/exemplaires remis de main à main
- exemplaires envoyés à un groupe cible spécifique ou variable

Tirage gratuit

Tirage de masse

Les tirages des répliques de la presse quotidienne, presse hebdomadaire régionale, presse dominicale, financière et économique, professionnelle, spécialisée et grand public sont mentionnés comme suit:

- abonnements entièrement payés
- abonnements à tarif réduit (remise max. de 50 %)
- abonnements obligatoires
- vente au numéro (remise max. de 50 %)
- autres ventes, abonnements et ventes au numéro (remise max. de 80 %)

Tirage vendu

- abonnements gratuits

Tirage gratuit

Free Views

Les tirages des non-répliques de la presse quotidienne, presse hebdomadaire régionale, presse dominicale, financière et économique, professionnelle, spécialisée et grand public sont mentionnés comme suit:

Tirage vendu (téléchargements payés)

Tirage gratuit (téléchargements / consultations gratuits)

5.8 Publication des tirages

Les tirages des titres édités par des organisations d'utilité publique et des associations sont mentionnés comme suit:

- abonnements pour membres et/ou
 - abonnements pour donateurs
- Sous-total
- exemplaires gratuits (max. 5 % du sous-total)

Tirage pour membres/donateurs

Tirage gratuit

Tirage de masse

Les exemplaires justificatifs, les exemplaires destinés aux archives, les invendus, les maculatures ainsi que le tirage imprimé ne sont pas pris en considération dans le tirage certifié, mais ils doivent être communiqués à des fins de contrôle.

Les tirages certifiés des titres des typologies 1000 à 4000 servent en premier lieu à informer le secteur de la publicité. Ils sont publiés chaque année le 1^{er} septembre dans un «bulletin» accessible au public et via internet sur le site www.remp.ch («Publication»):

Tirages publiés: **tirage imprimé**

Tirage diffusé

– tirage vendu

- abonnements entièrement payés/à tarif réduit (remise max. de 50%)
- abonnements obligatoires
- vente au numéro, y c. caissettes ouvertes (remise max. de 50%)
- autres ventes, abonnements et ventes au numéro (remise max. de 80%)
- exemplaires gratuits (max. 5%)

– tirage gratuit

– tirage de masse

Tirages publiés: **répliques**

Tirage diffusé

– tirage vendu

- abonnements entièrement payés/à tarif réduit (remise max. de 50%)
- abonnements obligatoires
- vente au numéro (remise max. de 50%)
- autres ventes, abonnements et ventes au numéro (remise max. de 80%)

– tirage gratuit

– **Free Views**

5.9 Utilisation des chiffres communiqués

Tirages publiés: **non-répliques**

Tirage diffusé

- tirage vendu
- tirage gratuit

Les tirages des non-répliques sont relevés et publiés séparément, mais ils ne sont pas pris en compte dans le total du tirage imprimé et du tirage-réplique (tirage diffusé).

Tirages publiés: **tirage pour membres / donateurs**

- abonnements aux membres et /ou donateurs
- exemplaires gratuits (max. 5 % du sous-total)

Tirage pour membres / donateurs

Tirage gratuit

Tirage de masse

Dès que la REMP a publié les tirages, le client est en droit de désigner le nouveau tirage, en indiquant la période de relevé afférente, comme «certifié REMP/CS».

En outre, le client a le droit d'utiliser le label «certifié REMP/CS», s'il a déclaré le tirage conformément au règlement en vigueur et le soumet à une vérification a posteriori.

Le label au format électronique peut être commandé auprès de la REMP (e-mail: tirage@wemf.ch).

Les documentations tarifaires doivent comporter tous les détails selon l'art. 5.8 «Publication des tirages».

L'impressum doit mentionner le tirage diffusé et le tirage vendu.

Exemple: tirage diffusé: 100 000 ex.
 dont vendu: 80 000 ex.

5.10 Confirmations

Pour chaque titre dont le tirage a été certifié par la REMP/CS, une attestation est délivrée.

5.11 Validité de la certification des tirages

La certification des tirages REMP/CS est valable pendant douze mois, à partir de la publication par la REMP (c'est-à-dire jusqu'au **31 août** de l'année suivante). La validité des tirages certifiés ainsi que le droit d'utiliser la mention «certifié REMP/CS» expirent si le client ne remet pas de nouvelle autodéclaration pour l'année suivante avant le **30 juin**. Cela vaut également pour le cas où l'autodéclaration arriverait avec retard ou serait incomplète.

Si, après la publication, la REMP constate une erreur en liaison avec le tirage certifié d'un titre, elle procède aux corrections nécessaires dans la version publiée sur internet; de son côté, le client, après notification en conséquence par la REMP, doit utiliser les chiffres corrigés.

6 CERTIFICATION PROVISOIRE

6.1 Conditions

Peuvent être certifiés provisoirement (en accord avec la REMP) les tirages de nouveaux titres ou de titres ayant modifié des éléments essentiels de leur forme conceptuelle, p. ex.:

- changement du nom de la publication
- changements fondamentaux par rapport au contenu
- changements fondamentaux par rapport à la présentation
- repositionnement sur le marché des lecteurs
- changement fondamental du mode de parution
- fusion (part du/des titre-s fusionné-s au nouveau tirage supérieure à 20%); (non cumulable en cas de fusion de plusieurs titres)
- redéfinition importante de la zone de diffusion (pour des titres diffusés gratuitement)

Le tirage ne peut être certifié définitivement que si le titre, sous sa forme conceptuelle respective, a paru depuis douze mois au moins (= une période de relevé).

6.2 Obligation d'annoncer / validité

L'annonce des tirages provisoires doit être faite avant le **30 juin**. À partir de leur publication par la REMP, le client est en droit d'utiliser vis-à-vis de tiers les tirages jusqu'à la publication de l'année suivante.

6.3 Période de relevé

Est considéré comme «certifié provisoirement» un tirage qui, selon le présent règlement, est calculé sur trois mois consécutifs (exemple: janvier, février, mars) ou sur trois éditions consécutives pour des titres paraissant moins d'une fois par mois.

Sur la base des trois valeurs individuelles des mois ou des éditions, la REMP calcule le tirage moyen.

6.4 Publication des tirages

La publication des tirages provisoirement certifiés a lieu simultanément et de manière analogue à celle de la certification ordinaire des autres titres. Les tirages sont toutefois publiés sur internet et dans le bulletin des tirages avec la mention «Certification provisoire».

La mention «Certification provisoire REMP/CS» est obligatoire, aussi pour le client.

6.5 Éditions totales

Si le tirage d'un des titres participants fait l'objet d'une certification provisoire, tous les titres de l'édition totale doivent faire l'objet d'une certification provisoire.

6.6 Coûts

Les coûts d'une certification provisoire correspondent à ceux d'une certification ordinaire. C'est toujours le tarif en vigueur qui fait foi.

7 CERTIFICATION INTERMÉDIAIRE

7.1 Conditions

Les clients ont désormais la possibilité de faire établir par la REMP une certification intermédiaire, qui leur permettra de proposer plus rapidement au secteur de la publicité des données actuelles concernant le tirage pour les nouveaux titres, les titres résultant de fusions ou de regroupements d'éditions split, **même en dehors de la période de relevé.**

7.2 Obligation d'annoncer / validité

L'annonce des tirages doit se faire en accord avec la REMP. Dès que la REMP a ratifié les tirages, le client est en droit de les utiliser vis-à-vis de tiers jusqu'à la publication ordinaire ou provisoire de l'année suivante.

7.3 Période de relevé

La certification intermédiaire est basée sur les tirages des trois derniers mois ou des trois dernières éditions (pour les titres paraissant moins d'une fois par mois).

Sur la base des trois valeurs individuelles des mois ou des éditions, la REMP calcule le tirage moyen.

7.4 Publication des tirages

Les tirages certifiés dans le cadre d'une certification intermédiaire sont publiés séparément, mais parallèlement à la certification ordinaire, sur internet, avec une mention ad hoc.

La mention «Certification intermédiaire REMP/CS» est obligatoire, aussi pour le client.

7.5 Éditions totales

Les titres d'une édition totale peuvent demander à la REMP d'établir une certification intermédiaire. Les tirages des éditions totales certifiés dans le cadre d'une certification ordinaire ou provisoire ne sont pas concernés.

Si le client a l'intention d'intégrer le tirage d'un titre ayant fait l'objet d'une certification intermédiaire dans le tirage de l'édition totale pour la communication vis-à-vis du secteur de la publicité, tous les titres réunis dans une édition totale doivent faire l'objet d'une certification intermédiaire, afin que l'on ne compare/cumule pas des données provenant de périodes de relevé différentes.

7.6 Coûts

Les coûts d'une certification intermédiaire figurent sur la «Liste des prix pour les certifications intermédiaires», fournie séparément.

8 VÉRIFICATION DU TIRAGE ANNONCÉ

Le client s'engage à faire vérifier les tirages figurant dans l'autodéclaration par la REMP ou par une société d'audit mandatée par la REMP.

Il est convenu d'une date avec le client pour procéder à la vérification des tirages annoncés. Une fois cette date fixée, elle ne peut plus être déplacée qu'en cas de force majeure. Si la personne chargée des tirages est absente, le client doit nommer un remplaçant. S'il ne le fait pas et que la vérification doit être différée pour cela, les coûts supplémentaires qui en résultent seront facturés séparément par la REMP.

Pour que ses données/son autodéclaration puissent être contrôlées, le client doit présenter au contrôleur **tous** les documents ayant trait au tirage, comme les pièces suivantes (liste non exhaustive):

8.1 Pour les abonnements payants/gratuits, les exemplaires de donateurs/membres et le tirage de masse

- pièces comptables concernant le produit des abonnements
- listes des abonnés, du personnel et de la distribution gratuite
- listes des mots de passe pour les répliques/non-répliques
- bordereaux postaux (journaux)
- listes ou décomptes d'expédition
- carnets de route
- listes des ménages de la Poste
- décomptes des sociétés de portage
- quittances des salaires des porteurs
- liste des exemplaires directement retirés
- listes des destinataires
- cotisations totales des membres/recettes de dons
- bulletins de livraison signés
- statistiques des opérateurs tiers (Apple, Android, Media Carrier, etc.) pour les produits de presse numériques
- fichiers de consignation pour produits de presse numériques
- paiements reçus pour les produits de presse numériques

8.2 Pour la vente au numéro

- décomptes avec les entreprises de distribution de journaux et les librairies (bulletins de livraison, attestations des retours et des différences)
- factures aux destinataires recevant plusieurs exemplaires
- statistique annuelle (à demander à Valora/Naville/Melisa)
- statistiques des opérateurs tiers (Apple, Android, etc.) pour les produits de presse numériques
- paiements reçus pour les produits de presse numériques

8.3 Pour la vente dans la rue

- listes des livraisons et décomptes
- justificatifs de paiement

8.4 Pour la vente au guichet

- livre de caisse ou autres pièces justificatives

8.5 Pour la vente en caissettes automatiques ou en libre service

- listes d'expédition des exemplaires livrés (brut)
- justificatifs des exemplaires invendus ou retirés
- justificatifs des montants encaissés ou du produit des ventes

8.6 Pour le tirage imprimé

- commandes et décomptes d'impression, fiches suiveuses

8.7 Autres documents

En cas de besoin, le contrôleur peut demander à consulter d'autres documents qui ne sont pas mentionnés ici.

8.8 Affaires en contrepartie

Si le tirage déclaré par le client repose tout ou partie sur une affaire en contrepartie, les accords et les factures liés à cette dernière doivent être présentés en totalité et sans qu'il y ait à en faire la demande. La contravention à cette obligation de présentation peut entraîner des conséquences judiciaires au pénal.

8.9 Documents manquants

Si l'examen d'un titre est rendu impossible en raison de l'absence de documents ou de la présentation de documents incomplets, une nouvelle date d'examen sera convenue. Les coûts supplémentaires d'examen qui en résultent seront facturés séparément par la REMP.

Si l'examen d'un titre appartenant aux typologies 1000 à 4000 ne peut être clôturé par avant la date de publication fixée par la REMP, il est considéré comme n'étant plus certifié. Dans ce cas, le client n'est plus autorisé à qualifier son tirage de «certifié REMP/CS».

8.10 Conservation des documents

Tous les documents utilisés par le client pour l'autodéclaration doivent être conservés pendant au minimum trois ans.

9 CORRECTIONS

Si la vérification fait apparaître une divergence avec l'autodéclaration du client, il est procédé à une correction, même si la divergence n'était pas apparue l'année précédente. Le client se voit interdire la diffusion des tirages qui se sont révélés faux.

10 SANCTIONS

Le client s'engage à payer une amende conventionnelle de CHF 50 000.– par titre, au cas où lui-même ou l'un de ses auxiliaires tenteraient par des déclarations sciemment erronées de falsifier les tirages réels, ou bien, en relation avec des affaires en contrepartie sur lesquelles le tirage déclaré par le client repose tout ou partie, au cas où ils ne divulgueraient pas les accords et factures afférentes en totalité et sans qu'il y ait à en faire la demande (voir art. 8.8).

Le client s'engage à payer une amende conventionnelle de CHF 5000.– par titre, au cas où lui-même ou l'un de ses auxiliaires désigneraient comme «certifié REMP/CS» un tirage qui ne serait pas ou plus certifié par la REMP/CS ou au cas où ils feraient usage vis-à-vis de tiers de chiffres qui n'auraient pas encore été publiés par la REMP.

En cas de faits entraînant le paiement d'une amende conventionnelle, le client concerné sera exclu par la REMP de la procédure de certification pour les trois périodes de relevé suivantes.

En cas de contraventions à d'autres dispositions du présent règlement, la REMP est en droit d'exclure le titre concerné de la procédure de certification suivante. Pour prendre sa décision, la REMP tiendra compte, notamment, de la gravité de la contravention au règlement.

11 CONTESTATIONS

Les recours éventuels contre les décisions prises dans le cadre de ce règlement doivent être adressés à la

CCTD Commission de certification des tirages et de la diffusion
c/o REMP Recherches et études des médias publicitaires
Bachmattstrasse 53
8048 Zurich

La CCTD analyse les faits et communique sa décision par écrit au client. La décision de la CCTD est définitive.

12 ENTRÉE EN VIGUEUR

Selon la décision du Conseil d'administration de la REMP, le présent règlement entre en vigueur au 1^{er} mai 2017. Il est applicable pour la période de relevé qui s'étend de avril 2017 à mars 2018 et remplace tous les règlements précédents.