

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## STATUS

### ARTICLE 1 - Objectifs

Les objectifs de l'Alliance for Audited Media (AAM) sont de produire des données normalisées sur les médias et de vérifier ces données au moyen d'un audit indépendant; et de diffuser les données par le biais de sa propre base de données et par l'entremise d'autres organisations dans l'intérêt des annonceurs, des agences de publicité et d'autres intervenants de l'industrie des médias. Les audits de l'AAM portent sur la quantité et la qualité des données, ce qui lui permet de rapporter les faits sans émettre d'opinion.

### ARTICLE 2 - Adhésion - Conditions et obligations

#### 2.1 Catégories de membres et obligations

a) Les membres se divisent en huit catégories, soit :

- Annonceurs
- Agences de publicité
- Associés
- Organismes de livraison alternatifs
- Éditeurs des médias publications commerciales
- Éditeurs des médias publications agricoles
- Éditeurs des médias revues
- Éditeurs des médias journaux

b) Les membres doivent respecter les Statuts et Règlements ainsi que les Politiques et Pratiques publiées par l'AAM. Les membres associés n'ont pas le droit de vote.

#### 2.2 Conditions d'adhésion

a) Annonceurs - Tout particulier, entreprise ou société commerciale qui fait de la publicité est admissible à l'adhésion.

b) Agences de publicité - Tout particulier, entreprise ou société commerciale qui dirige une agence de publicité ou un service d'achat médias est admissible à l'adhésion.

c) Associés - Tout particulier, entreprise ou société commerciale ou de ses filiales qui utilise ou déclare renseignements sur la diffusion ou d'autres données relevant de l'AAM peut, moyennant demande à cet effet, devenir membre associé.

d) Catégories d'éditeurs - Tout particulier, entreprise ou société commerciale chargé(e) de l'édition d'une publication admissible en vertu des sous-alinéas (1) à (4) du présent paragraphe peut devenir membre. Exception faite des publications admises à titre de membres associés par le conseil d'administration, toute publication autrement admissible ne l'est qu'à titre d'éditeur membre, et toute publication non admissible à titre d'éditeur membre n'est admissible dans aucune autre catégorie. Dans les présents Statuts, par « éditeur membre » ou « member », lorsqu'il est question d'une publication, on entend l'entité légale considérée comme membre. À moins de stipulation contraire aux termes des présents Statuts, l'éditeur sollicite l'adhésion pour chacune de ses publications séparément.

(1) Éditeurs des médias publications commerciales - Tout particulier, entreprise ou société commerciale chargé(e) de l'édition d'une publication commerciale peut devenir membre.

(2) Éditeurs des médias publications agricoles - Tout particulier, entreprise ou société commerciale chargé(e) de l'édition d'une publication agricole peut devenir membre.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

(3) Éditeurs des médias de revues - Tout particulier, entreprise ou société commerciale qui publie une revue peut devenir membre.

(4) Éditeurs des médias de journaux – Tout particulier, entreprise ou société commerciale chargé(e) de l'édition d'un journal peut devenir membre.

(5) Organismes de livraison alternatifs – Une individuelle ou une entité qui distribue des publications ou d'autres produits pour le compte d'éditeurs ou d'autres tiers est éligible à l'adhésion.

e) Cession des droits - Les droits dévolus aux membres ne sont pas transférables.

f) Révision des conditions d'adhésion :

(1) Le conseil d'administration est le seul à pouvoir définir les conditions d'adhésion.

(2) Avant de réviser les conditions d'adhésion d'une division d'éditeurs, le conseil présente les révisions proposées par écrit (sur papier et/ou en format électronique) aux membres de la division concernée dans le but d'obtenir leur vote de consultation.

(3) Si le vote de consultation n'est pas en faveur des révisions proposées, ces dernières font l'objet d'un débat lors de la réunion annuelle subséquente.

## 2.3 Combinaisons forcées

Lorsque la publicité nationale ou les abonnements d'un journal ne sont vendus qu'en combinaison avec ceux d'un ou de plusieurs autres journaux de la même ville ou de la même zone urbaine, ledit journal ne peut devenir membre ou maintenir son adhésion à l'AAM que si chacun desdits journaux, quelle que soit sa fréquence de parution, est lui-même membre.

## 2.4 Périodiques vendant de la publicité comme s'ils ne constituaient qu'une publication

Lorsque toute la publicité de deux ou de plusieurs périodiques appartenant à la même personne, entreprise ou société commerciale, est vendue comme s'il s'agissait d'une seule publication, ces périodiques peuvent être admis comme un seul membre. Lorsque toute la publicité de deux ou de plusieurs périodiques appartenant à différentes personnes, entreprises ou sociétés commerciales, est vendue comme s'il s'agissait d'une seule publication, chaque périodique doit adhérer séparément. Dans le cas d'adhésions distinctes, tous les membres sont tenus conjointement et solidairement responsables en ce qui concerne les obligations combinées liées à l'adhésion de chacun d'eux à l'AAM. Dans les deux cas, une déclaration de l'éditeur combinée et un rapport de vérification combiné sont émis et les cotisations sont calculées d'après la distribution combinée.

## 2.5 Représentant de membre, procuration

a) Toute personne ou entité admise comme membre de l'AAM désigne par écrit, au moment de son admission, sur une formule fournie par l'AAM qu'il dépose auprès de l'AAM, son représentant qui, au moment de sa nomination et tant qu'il demeure son représentant, est employé par le membre et participe activement à ses activités. Le représentant du membre est autorisé et habilité à agir en son nom dans toutes ses relations avec l'AAM, ainsi qu'à voter à toute réunion annuelle ou spéciale de l'AAM sur des questions présentées à l'ensemble des membres de l'AAM ou à une division particulière. Un membre peut changer de représentant en tout temps en avisant l'AAM et en désignant une autre personne pour agir à sa place.

b) Rien dans le présent article n'est censé limiter le droit d'un membre à signer une procuration autorisant une personne autre que le représentant du membre à voter lors d'un scrutin de l'AAM mais, à défaut d'une telle procuration, ledit représentant du membre ou un agent de la société ou publication membre est censé détenir tous les droits de vote.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## 2.6 Demande d'adhésion - tous les membres

La demande d'adhésion est remplie sur des formules fournies par l'AAM et tout auteur d'une demande accepte automatiquement de se conformer aux Statuts et Règlements, Politiques et Pratiques de l'AAM, et à tous les ajouts et modifications qui pourraient y être apportés en bonne et due forme.

## 2.7 Demande d'adhésion à titre d'éditeur

a) Tout éditeur faisant une demande d'adhésion dépose auprès de l'AAM, avec sa demande d'adhésion, une somme équivalente au coût estimatif de la vérification initiale, celui-ci étant déterminé par le directeur général. La publication de la vérification initiale constitue la qualification et l'admission du candidat comme membre. Lorsque l'AAM lui a remis un accusé de réception de la demande d'adhésion et du dépôt pour la vérification initiale, la publication faisant la demande est autorisée à déclarer publiquement uniquement le fait qu'elle a présenté une demande d'adhésion. Si la vérification initiale n'a pas été effectuée et publiée un an après la date de la demande, le directeur général peut annuler cette dernière et informer les membres par voie de circulaire de l'annulation de la demande.

## 2.8 Obligation de l'éditeur d'ouvrir et de tenir des registres

*[Voir également Règlement C 105.9 Ventas à la criée (dans la rue)]*

Les éditeurs membres sont tenus d'ouvrir, de tenir à jour et de mettre en tout temps à la disposition des vérificateurs de l'AAM des registres authentiques et exacts de leur diffusion et d'autres données pouvant être vérifiés conformément à la procédure de vérification établie par l'AAM.

Les éditeurs membres peuvent vendre des exemplaires en quantité à des camelots et dépositaires indépendants; ils doivent toutefois veiller à ce que les registres de ceux-ci soient exacts, complets et accessibles, comme s'ils les tenaient eux-mêmes.

Les données relatives à la diffusion communiquées par les éditeurs dans les rapports de l'AAM, mais ne pouvant être justifiées en raison de l'absence ou de la non-disponibilité de registres adéquats, sont déduites dans le rapport de vérification.

## 2.9 Changement de division

a) Toute publication membre qui désire changer de division présente une demande par écrit à cette fin au directeur général. La demande précise les circonstances motivant le changement, notamment (mais non exclusivement) : modification de la présentation, modification de la nature ou du genre de publication, modification de la politique éditoriale ou publicitaire.

## 2.10 Avis de modification

Lorsqu'un changement se produit dans une publication dont l'éditeur est membre de l'AAM, notamment (mais non exclusivement) : changement de nom, modification de la présentation, modification de la nature ou du genre de publication et autres changements pouvant résulter de la fusion avec une autre publication, de l'acquisition d'une ou de plusieurs publications, de l'acquisition par une ou plusieurs publications, ou toute autre modification, l'éditeur membre est tenu d'en informer le directeur général par écrit. Si, après enquête, le directeur général en vient à la conclusion qu'il ne s'agit pas de modifications substantielles, il en fait rapport, et les rapports de l'AMM des publications continuent sans interruption ni modification de l'adhésion. Si, au contraire, le directeur général est d'avis que la ou les modifications sont importantes, il l'indique à l'éditeur de la publication concernée qui effectue une demande d'adhésion conformément aux articles 2.6 et 2.7 des Statuts. Aucun rapports de l'AAM ne sont publiés et la publication ne devient membre qu'après la publication de la

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

vérification initiale.

## **2.11 Présentation et attestation des données par les éditeurs membres**

Les éditeurs membres font parvenir à l'AAM, afin qu'il les publie promptement, des déclarations exactes de leur diffusion et d'autres mesures pertinentes, conformément aux règles et normes de l'AAM, semestriellement ou pour toute autre période que l'AAM détermine.

Ces déclarations sont approuvées et certifiées conformes par le directeur principal de la diffusion, ou une personne autorisée, en ces termes : « Nous attestons qu'à notre connaissance, toutes les données figurant dans la présente déclaration sont exactes et font état des données conformément aux Statuts et Règlements de l'Alliance of Audited Media ». Les données déclarées sont vérifiées par l'AAM conformément à ses règlements.

Lorsque les conditions le justifient, le conseil peut renoncer à ces exigences et la vérification doit contenir les informations suivantes: «Le nom du journal n'était pas tenu de soumettre des données trimestrielles sur autorisation spéciale du conseil d'administration. »

## **2.12 Accès aux registres**

Pour répondre à ses objectifs, l'AAM et ses filiales a droit d'accès à tous les livres et registres des éditeurs membres jugés nécessaires par lui. Ce droit d'accès peut être exercé en tout temps, non seulement dans le but d'effectuer une vérification, mais aussi de vérifier un ou des détails des données présentée à l'AAM, que les données en question ait été publiée ou non, pour s'assurer de l'exactitude d'un rapport de vérification déjà publié, ou pour obtenir des renseignements qui, de l'avis du directeur général, pourraient être pertinents lors d'un rapport de l'AAM qui seraient effectués à l'avenir.

Les éditeurs membres sont également responsables de maintenir le droit d'accès de l'AAM aux registres, requis pour les fins énoncées ci-dessus, tenus par d'autres organismes auxquels le membre fait appel pour vendre et distribuer ses publications.

Tous les renseignements ainsi obtenus, ainsi que les copies des livres et registres, feuilles de travail, notes de service, communications adressées à l'AAM et ses filiales autres données dont dispose l'AAM au sujet d'un rapport de vérification ou d'une déclaration de l'éditeur, sont confidentiels et réservés aux fins décrites ci-dessus et ne sont divulgués ou utilisés que si le conseil d'administration l'autorise.

## **2.13 Interruption des services de déclaration de l'éditeur et de rapport de vérification**

a) Lorsque les auditeurs d'AAM ont déterminé que les documents nécessaires à la réalisation d'un audit conformément à la pratique établie ne sont pas disponibles ou sont incomplets, la publication des données peut être temporairement suspendue.

b) Lorsqu'il est déterminé que la publication de données par un membre éditeur doit être temporairement suspendue, l'éditeur est tenu d'accepter une entente en ces termes :

Compte tenu de l'état des registres de la diffusion de ....., qui rend impossible la vérification (ou la déclaration de l'éditeur) pour les ..... mois se terminant le ....., il est entendu que nous ouvrirons et tiendrons des registres conformes aux exigences de l'AAM.

Nous acceptons en outre de continuer à verser nos cotisations pendant la période d'interruption du service. Il est entendu que l'AAM procédera à une vérification (à condition que les registres appropriés aient été tenus pendant ..... mois se terminant à la fin d'un trimestre civil) selon l'itinéraire normal d'un vérificateur pour la région.

Comme il est impossible d'effectuer la vérification maintenant (ou comme il n'y a pas de registres pour effectuer une

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

déclaration de l'éditeur), il est entendu que toute publication de données de l'AAM est interrompue jusqu'à ce que la vérification en vue de la remise en vigueur de l'adhésion ait été effectuée et publiée.

..... Signature de l'éditeur

L'éditeur qui refuse d'accepter une telle entente est assujéti aux sanctions déterminées par le conseil d'administration.

**c)** Lorsque le service à une publication est interrompu en vertu des dispositions de l'alinéa b) du présent article, une tentative de vérification est prévue pour la première date possible selon les dispositions de l'entente signée par l'éditeur. S'il n'est toujours pas possible d'effectuer une vérification à ce moment-là, le conseil d'administration doit être informé des mesures envisagées par la direction d'AAM, y compris une éventuelle résiliation de l'adhésion.

## **2.15 Renonciation aux ommagesintérêts et dédommagement**

**a)** Objectif et étendue. Afin de maintenir la santé économique de l'AAM dans l'intérêt de tous les membres, les dispositions qui suivent constituent des conditions d'adhésion, et chaque membre (et ses ayants droit) est tenu de les respecter pour la protection directe de l'AAM (y compris ses administrateurs, dirigeants, salariés et agents).

**b)** Renonciation aux dommages-intérêts. Chaque membre renonce à son droit de réclamer un dédommagement monétaire à l'AAM pour toute action, toute négligence ou tout manquement ayant trait à l'accomplissement ou au défaut d'accomplir ses activités ou de remplir ses services. Cette renonciation ne s'applique toutefois pas aux dommages qui, par jugement final, sont censés être attribuables à une mauvaise gestion intentionnelle de la part de l'AAM dans le cadre de la vérification et de la divulgation de données erronées relatives à la diffusion. En aucun cas, sans limiter la portée de ce qui précède, l'AAM n'est responsable de dommages-intérêts punitifs ou multipliés. Cette disposition ne porte pas préjudice aux membres qui réclament des dommages-intérêts à d'autres membres individuels ou à des tiers, mais les membres doivent agir avec diligence pour présenter rapidement leurs revendications afin d'éviter des pertes considérables.

**c)** Poursuites en justice. Les membres peuvent faire des revendications ou intenter des poursuites contre l'AAM à des fins non monétaires, mais chacun doit se conformer à ce sujet aux dispositions des Statuts et Règlements. Les membres ne doivent pas intenter de poursuites contre l'AAM avant d'avoir épuisé toutes les solutions prévues dans les Statuts et Règlements. Le membre qui intente des poursuites contre l'AAM doit rembourser intégralement à ce dernier tous les coûts et frais (y compris des honoraires d'avocat raisonnables) encourus par l'AAM si la décision ne lui est pas favorable.

**d)** Dédommagement. Le membre doit rembourser intégralement à l'AAM et à ses filiales tous les coûts et frais engagés, y compris, sans s'y limiter, des honoraires d'avocat raisonnables, et toutes les sommes versées à titre de règlement, à la suite d'un jugement ou de toute autre décision, si l'AAM ou ses filiales sont désignés comme défendeurs, doivent répondre à un interrogatoire préalable ou sont tenus de participer à des poursuites, des différends, des enquêtes, des mesures de réglementation ou d'application des règlements ou toute autre procédure liée au membre en question ou en lien avec n'importe quelle publication ou média rapporté pour le compte d'un membre, dans tout rapport de l'AAM.

**e)** Mise en application. Tous les coûts et frais (y compris des honoraires d'avocat raisonnables) engagés par l'AAM pour mettre ces dispositions en application sont remboursés par le membre de l'AAM.

**f)** Droits actuels en vertu de la loi. Les dispositions du présent article s'ajoutent aux droits et mesures de protection, y compris les droits en vertu du common law à la contribution ou au dédommagement, dont l'AAM peut disposer par ailleurs en vertu d'autres ententes ou aux yeux de la loi. Toutefois, l'AAM ne peut avoir droit qu'au recouvrement intégral de toute demande de remboursement à la suite de pertes, coûts ou frais.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## ARTICLE 3 - Cotisations et services

### 3.1 Cotisations obligations

Les membres de chaque catégorie versent des cotisations, frais d'adhésion de la vérification et service, selon un tarif annuel, auquel s'ajoute le coût des services dont chacun bénéficie comme stipulé ci-après dans le présent article.

### 3.2 Cotisations selon la classification

a) Les frais d'adhésion, y compris des cotisations, de la vérification et service, pour chaque catégorie de membres sont fixées par le conseil d'administration, sous réserve des dispositions suivantes :

**(1) Annonceurs**

Les cotisations annuelles distinctes peuvent être établies pour les annonceurs nationaux et pour les annonceurs régionaux.

**(2) Agences de publicité**

Les cotisations annuelles distinctes peuvent être établies pour les membres agences de publicité.

**(3) Éditeurs et Organismes de livraison alternatifs**

Les cotisations annuelles des éditeurs et organismes de livraison alternatifs sont payables tous les trimestres, les semestres ou annuellement

**(4) Journaux vérifiés tous les deux ans**

Pour les journaux qui se qualifient tous les deux ans pour la vérification basés sur la taille moyenne de la diffusion quotidienne, les cotisations annuelles des journaux vérifiés tous les deux ans s'élèvent à la moitié de celles exigées des journaux vérifiés annuellement.

**(5) Régime de vérification collective des journaux hebdomadaires** Les cotisations annuelles des journaux hebdomadaires urbains membres faisant l'objet d'une vérification collective correspondent à la moitié de celles des journaux hebdomadaires vérifiés annuellement. Les cotisations annuelles des journaux hebdomadaires non urbains membres faisant l'objet d'une vérification collective correspondent au quart de celles des journaux hebdomadaires vérifiés annuellement.

**(6) Membres associés** Les cotisations annuelles des membres associés sont fixées à différents montants, selon la nature des activités du membre.

b) Le barème des cotisations est classé au siège de l'AAM.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## 3.3 Services de rapports et frais de vérification

a) Services de rapports standard. Les membres reçoivent les rapports et services sans frais supplémentaires, comme suit :

**(1) Annonceurs, Agences de publicité et Associés membres** ont droit à des services conformément aux modalités du barème classé au siège de l'AAM.

**(2) Éditeurs membres** Les éditeurs membres ont droit aux services de rapports prévus à l'article B 104.10 des Règlements.

**(3) Suppléments de journaux.** Les publications pouvant devenir membres associés à titre de suppléments de journaux reçoivent une déclaration semestrielle de supplément qui ne contient qu'un sommaire de la moyenne de la diffusion payée totale et de la distribution non payée des journaux membres de l'AAM avec lesquels le supplément est distribué, et qui est conforme à la déclaration de l'éditeur des journaux en question. Les registres des membres associés à titre de suppléments de journaux peuvent être vérifiés en tout temps, dans la mesure jugée nécessaire par la direction ou par le conseil d'administration de l'AAM.

**(4) Groupes de journaux.** Les groupes de journaux pour lesquels on publie des déclarations collectives en vertu de l'article C 106.2 des Règlements ont droit aux mêmes services que les éditeurs membres, prévus à l'article B 104.10 des Règlements.

**b) Autres services de rapports :** Chaque membre de l'AAM peut se procurer des rapports et services au tarif fixé de temps à autre par l'AAM en sus de ses cotisations annuelles.

Le barème des rapports et services est classé au siège de l'AAM.

**c) Vérifications :** Outre ses cotisations annuelles, chaque éditeur membre paie le coût de sa vérification et tous les autres frais prévus en vertu des normes et règles de l'AAM. Les taux horaires servant à calculer le coût des vérifications à la charge des éditeurs sont fixés de temps à autre par le conseil d'administration.

Un montant équivalent au coût de la dernière vérification, calculé en fonction des taux horaires de vérification sur place ou à l'AAM en vigueur au moment de la facturation, est payable trimestriellement, semestriellement ou annuellement.

## 3.4 Publications étrangères

Les publications publiées à l'extérieur des États-Unis et du Canada doivent payer le coût qui en résulte, en sus du montant des cotisations applicable au service de vérification, calculé au prorata des publications dans les diverses localités.

## 3.5 Publications redevables à l'AAM

Aucune déclaration de l'éditeur n'est publiée et aucune vérification n'est faite dans le cas d'une publication n'ayant pas versé ses cotisations ou ayant une autre dette envers l'AAM.

## 3.6 Redressement des cotisations

Lorsque le conseil d'administration constate que les cotisations des membres, pour un exercice quelconque, donnent lieu à un excédent ou à un déficit par rapport au revenu nécessaire au fonctionnement de l'AAM, à l'exclusion des frais perçus pour les services et vérifications, il peut en modifier le barème pour l'exercice suivant afin que le revenu corresponde mieux aux frais d'administration de l'AAM, en tenant compte de l'excédent ou du déficit, selon le cas, des cotisations précédentes.

## 3.7 Droits d'auteur et dédommagement

a) Il est entendu que le titre de propriété de toutes les données que les membres fournissent à l'Alliance for Audited Media est cédé à l'AAM. L'AAM obtient et conserve la propriété de ses droits d'auteur et de la documentation qui en fait l'objet,

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

quelles que soient la forme de distribution ou la source d'où elle provient.

**b)** Les membres qui fournissent à l'AAM, comme ce dernier l'exige périodiquement de ses membres, ou à la banque de données de l'AAM, des données relatives à la diffusion et autres, ou les membres qui se procurent ou achètent, avec ou sans contrepartie, des données provenant de la banque de données de l'AAM, sont assujettis aux dispositions suivantes :

**(1)** l'AAM obtient la propriété légale de toutes les données fournies par les membres par cession automatique du titre de propriété de ces données à l'AAM. l'AAM conserve le titre de propriété légale de toutes les données fournies aux membres.

**(2)** Les membres ne se voient conférer le droit légal non exclusif d'utiliser des données ou autres publications protégées par l'AAM ou lui appartenant qu'en vertu des dispositions expressément énoncées dans les règlements touchant la publicité et uniquement en conformité avec tous les autres Statuts et Règlements. l'AAM conserve ses droits d'auteur exclusifs relativement à ces données. Les rapports fournis à un ou plusieurs membres, qui sont publiés par l'AAM et qui contiennent des données provenant d'une autre source, doivent comprendre au moins la première phrase du texte suivant :

Droit d'auteur, année (de publication), Alliance for Audited Media. Tous droits réservés. La reproduction, l'utilisation ou la transmission d'une partie quelconque du présent rapport par quelque procédé que ce soit, écriture, bande magnétique, ou système électronique, sont interdites sans l'autorisation écrite de l'éditeur, Alliance for Audited Media, 48 W. Seegers Road, Arlington Heights, Illinois, 60005-3913.

**(3)** Il est entendu que les membres qui fournissent ou reçoivent des données dédommagent l'AAM en cas de perte, de poursuites en responsabilité civile, de dommages-intérêts et de frais découlant d'une réclamation concernant l'inexactitude ou une erreur dans ces données, y compris, mais non exclusivement, dans le cas d'une réclamation de la part d'un autre membre ou d'un autre utilisateur de données provenant de la banque de données de l'AAM.

## ARTICLE 4 - Conseil d'administration

### 4.1 Responsabilités, vacances

Le contrôle et la gestion de l'AAM sont confiés à un conseil d'administration formé de 30 membres élus, qui sont au service d'un membre de l'AAM et participent activement à ses activités. Les administrateurs ne sont pas rémunérés, sont élus pour un mandat de deux ans et remplissent leur fonction jusqu'à l'élection de leurs successeurs. Toute vacance de l'un des 30 administrateurs de l'AAM peut être comblée au moyen d'un vote majoritaire des administrateurs présents à une assemblée ordinaire ou extraordinaire du conseil d'administration. L'administrateur ainsi nommé ou choisi pour occuper le poste vacant reste en fonction jusqu'à l'assemblée annuelle suivante de l'AAM pour un premier mandat de deux ans.

### 4.2 Représentation des membres

Aux fins de l'AAM, les 30 administrateurs représentent les diverses catégories suivantes :

division des annonceurs, division des agences de publicité, division des des médias de journaux, division des médias de revues, division des des médias de publications agricoles et division des des médias de publications commerciales.

Le conseil d'administration d'AAM est composé de 30 administrateurs élus qui représentent chaque division, selon ce qui suit :



# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

Divisions des annonceurs et des agences de publicité : 16 membres avec pas plus de deux représentants du 16 basés au Canada représentant des annonceurs canadien ou à des membres de l'agence de publicité au Canada.

- Division des annonceurs : (États-Unis seulement) dont six membres sont basés aux États-Unis
- Division des agences de publicité : (États-Unis seulement) dont six membres sont basés aux États-Unis

Il y aura un total de 14 représentants des membres annonceurs et agences de publicité basés aux États-Unis.

Division des éditeurs : 14 membres (pas plus d'un représentant par maison d'édition par division)

- Division des médias de journaux : sept membres (dont cinq sont basés aux États-Unis et deux, au Canada)
- Division des médias de revues : quatre membres basés aux États-Unis
- Division des médias de publications commerciales et division des médias de publications agricoles conjointement : 2 membres basés aux États-Unis
- Division des médias de revues, division des médias de publications agricoles et division des médias de publications commerciales, conjointement: un membre, identifié comme étant le directeur canadien des éditeurs de périodiques (c'est un membre canadien de l'une des trois divisions).

## 4.3 Présentation de candidats et élection

a) Présentation de candidats — règle générale. Lors de l'assemblée ou avant, les membres ayant droit de vote présentent et élisent des candidats qui succéderont aux administrateurs dont le mandat est expiré, comme il est expliqué à l'article 4.2 des Statuts.

(1) Toutes les mises en candidature sont faites par écrit (sur papier ou par courriel portant le nom de la société membre) par les membres des divisions respectives ou des groupes responsables des candidatures, adressés au secrétaire au siège social de l'AAM et reçues au plus tard 60 jours avant l'assemblée annuelle. Elles stipulent le nom du candidat et le poste d'administrateur concerné, et elles portent le nom de la personne qui présente le candidat et de celle qui l'appuie, toutes deux ayant droit de vote à l'assemblée annuelle du groupe ou de la division. Comme l'exige l'article 6.1 des Statuts, le secrétaire envoie un avis contenant le nom et la notice biographique de chaque candidat présenté à tous les membres ayant droit de vote à l'élection annuelle de chaque division ou groupe.

(2) Tous les membres de chaque division ou groupe respectif présents ou représentés par procuration et ayant droit de vote sont autorisés à présenter et à élire les administrateurs devant représenter leur division ou groupe respectif, sauf :

b) Exceptions

(1) Administrateurs représentant les annonceurs, agences de publicité et éditeurs des médias de journaux canadiens. Seuls les membres canadiens des divisions des annonceurs, des agences de publicité et des éditeurs des médias journaux, respectivement, qui constituent des groupes distincts de présentation de candidatures au sein de leurs catégories respectives, sont admissibles à présenter et à élire des administrateurs canadiens représentant leurs divisions respectives. Les annonceurs, agences de publicité et éditeurs des médias journaux canadiens ne peuvent présenter ni élire les autres administrateurs devant représenter leurs divisions respectives.

(2) Administrateur représentant les éditeurs de périodiques canadiens. Seuls les membres canadiens des divisions des médias de revues, des médias de publications agricoles et des médias de publications commerciales, qui

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

constituent ensemble un groupe distinct de présentation de candidatures, sont admissibles à présenter et à élire un administrateur canadien devant représenter ces divisions collectivement et porter le titre d'administrateur représentant les éditeurs de périodiques canadiens. Les membres canadiens des divisions des médias de revues, des médias de publications agricoles et des médias de publications commerciales ne peuvent présenter ni élire d'autres administrateurs.

**c) Norme d'élection.** Le ou les candidats ainsi présentés qui obtiennent le plus grand nombre de votes des membres admissibles à voter sont déclarés élus pour représenter leurs divisions respectives ou groupes de présentation distincts.

## 4.4 Pouvoirs

Le conseil d'administration a le pouvoir d'adopter, de promulguer et de faire observer les normes et règlements qu'il juge nécessaires à la bonne administration des affaires de l'AAM. Ces normes et règlements sont en vigueur jusqu'à ce qu'ils soient révoqués, modifiés, corrigés ou amendés par le conseil. Ils peuvent aussi être révoqués, modifiés, corrigés ou amendés par une majorité des membres présents ou de leurs mandataires, au moyen d'un scrutin par écrit, lors de toute assemblée ordinaire des membres de l'AAM ou de toute assemblée extraordinaire convoquée à cette fin, à condition que la révocation, la modification, la correction ou l'amendement proposé soit énoncé dans l'avis de convocation envoyé à tous les membres conformément aux articles 6.1 et 6.7 des Statuts.

## 4.5 Assemblées, quorum et présence

Les assemblées ordinaires et extraordinaires du conseil sont tenues à la demande du président du conseil ou de cinq administrateurs. Le secrétaire informe tous les administrateurs par écrit, dix jours à l'avance, de la tenue de toute assemblée, en ayant soin d'en préciser la date et le lieu. La majorité des membres du conseil constitue un quorum. La majorité des membres des comités désignés du conseil constitue un quorum dudit comité.

Toute mesure prise par une majorité des membres présents à une assemblée où il y a quorum est considérée comme une mesure prise par le conseil d'administration ou par un comité, à moins qu'un plus grand nombre de votes ne soit exigé par l'*Illinois General Not-for-Profit Corporation Act of 1986* ou par les présents Statuts. Tout administrateur qui n'assiste pas à au moins deux moitiés des réunions plénières du conseil durant les douze mois qui suivent son élection au conseil est destitué de ses fonctions à moins que l'administrateur ne demande au conseil de faire exception à l'application de cette règle et que sa demande soit acceptée. Tout administrateur qui cesse d'être au service d'un membre ou de participer activement à ses activités est destitué de ses fonctions auprès du conseil, par décision du conseil.

Les assemblées des administrateurs, ordinaires ou extraordinaires, peuvent avoir lieu dans l'État de l'Illinois ou ailleurs.

## 4.6 Comités

Le conseil d'administration forme les comités nécessaires à l'exécution du travail et à l'accomplissement des objectifs de l'AAM. Les membres et les présidents de ces comités sont nommés par le président du conseil, sous réserve de l'approbation du conseil. Les membres de tout comité spécial d'enquête, dont il est question à l'article 4.7 des Statuts, sont nommés par le président du conseil, qui désigne aussi le président du comité.

## 4.7 Comité spécial d'enquête

**a)** Lorsqu'un membre réclame une enquête spéciale sur la diffusion ou lorsque le directeur général est d'avis qu'une enquête sur la diffusion indiquée, ou lorsque le directeur général est d'avis qu'il est approprié ou nécessaire d'enquêter à ce sujet, le directeur général est tenu d'informer le président du conseil qu'une telle requête a été présentée ou qu'une telle

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

enquête est appropriée ou nécessaire. Le président du conseil nomme alors sans tarder un comité composé de trois membres qui agit comme comité spécial d'enquête. Le président du comité est un membre du conseil d'administration et les deux autres membres peuvent être choisis parmi les administrateurs ou les autres membres de l'AAM. Le comité doit consulter et conseiller le directeur général sur la nécessité de mener une enquête spéciale dans le cas en question; il doit aussi établir et déterminer les modalités de l'enquête.

**b)** Toute publication qui demande une enquête spéciale verse à l'avance une partie du coût, le montant étant fixé par le comité spécial d'enquête.

**c)** Les coûts directs et indirects d'une enquête spéciale sont répartis comme suit :

**(1)** Si les déductions effectuées sont inférieures à 2 pour 100 de la diffusion de la ou des publications au sujet de laquelle (desquelles) l'enquête est demandée, la ou les publications qui demandent l'enquête en absorbent le coût intégral.

**(2)** Si les déductions effectuées sont supérieures à 2 pour 100, mais inférieures à 5 pour 100 de la diffusion de la ou des publications au sujet de laquelle (desquelles) l'enquête est demandée, la ou les publications qui demandent l'enquête absorbent 50 pour 100 du coût de la vérification de l'autre ou des autres publications, plus le coût intégral de sa (leur) propre vérification.

**(3)** Si les déductions effectuées représentent 5 pour 100 ou plus de la diffusion de la ou des publications au sujet de laquelle (desquelles) l'enquête est demandée et 5 pour 100 ou plus de la diffusion de la ou des publications qui demandent l'enquête, chaque publication se voit facturer les heures de travail nécessaires pour procéder à une enquête de sa propre publication.

**(4)** Si les déductions effectuées représentent 5 pour 100 ou plus de la diffusion de la ou des publications au sujet de laquelle (desquelles) l'enquête est demandée et moins de 2 pour 100 de la diffusion de la ou des publications qui demandent l'enquête, la ou les publications au sujet de laquelle (desquelles) l'enquête a été demandée au départ absorbent le coût intégral.

**(5)** Si les déductions effectuées représentent 5 pour 100 ou plus de la diffusion de la ou des publications au sujet de laquelle (desquelles) l'enquête est demandée et de 2 pour 100 à 5 pour 100 de la diffusion de la ou des publications qui demandent l'enquête, la ou les publications au sujet de laquelle (desquelles) l'enquête a été demandée au départ absorbent 50 pour 100 du coût de vérification de l'autre ou des autres publications plus le coût intégral de sa (leur) propre vérification.

**d)** Une enquête spéciale ne doit faire l'objet d'aucune publicité de la part de la ou des publications concernées ou de l'AAM avant qu'elle ne soit terminée et que les résultats ne soient publiés sous forme de rapport de vérification et/ou un rapport standard. Les dispositions du chapitre A, Publicité, sont alors applicables.

**e)** Lorsque l'enquête spéciale est terminée, le directeur général en fait rapport au conseil d'administration.

## 4.8 Dédommagement

**a)** L'AAM est tenu de dédommager une personne qui a été, qui est ou qui est menacée d'être une partie à une action, une poursuite ou une procédure annoncée, en instance ou terminée, soit une poursuite ou une procédure civile, pénale ou administrative ou celle d'une instance d'enquête (autre qu'une action intentée par l'AAM ou du chef de celui-ci), du fait que la personne est un administrateur, un cadre, un salarié ou un agent actuel ou ancien de l'AAM ou est ou a été, à la demande de l'AAM, un administrateur, un cadre, un salarié ou un agent d'un autre bureau, d'une société de personnes, d'une coentreprise, d'une fiducie ou d'une autre entreprise, des dépenses (y compris les honoraires d'avocat), des dommages-

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

intérêts, des amendes et des règlements qu'elle est tenue effectivement et raisonnablement d'acquitter relativement à de telles actions, poursuites ou procédures, à condition qu'elle ait agi de bonne foi et d'une manière dont il est raisonnable de croire qu'elle est dans l'intérêt de l'AAM et non contraire à son intérêt, et, en ce qui concerne toute action ou procédure pénale, à condition qu'elle n'ait eu aucun motif raisonnable de croire que la conduite visée était illégale. La conclusion d'une action, d'une poursuite ou d'une procédure par un jugement, une ordonnance, un règlement, une déclaration de culpabilité ou un plaidoyer de *nolo contendere* ou l'équivalent ne donne pas lieu en soi à une présomption que la personne n'a pas agi de bonne foi et d'une manière dont il est raisonnable de croire qu'elle est dans l'intérêt de l'AAM et non contraire à son intérêt, et, en ce qui concerne une action ou une procédure pénale, que la personne avait des motifs raisonnables de croire que la conduite visée était illégale.

**b)** l'AAM est tenu de dédommager une personne qui a été, qui est ou qui est menacée d'être une partie à une action ou une poursuite annoncée, en instance ou terminée, intentée par l'AAM ou du chef de celui-ci, en vue d'obtenir un jugement en sa faveur, du fait que la personne est un administrateur, un cadre, un salarié ou un agent actuel ou ancien de l'AAM ou qu'elle est ou a été, à la demande de l'AAM, un administrateur, un cadre, un salarié ou un agent d'un autre bureau, d'une société de personnes, d'une coentreprise, d'une fiducie ou d'une autre entreprise, des dépenses (y compris les honoraires d'avocat) que la personne a engagées effectivement et raisonnablement relativement à la défense ou au règlement d'une telle action ou poursuite, à condition qu'elle ait agi de bonne foi et d'une manière dont il est raisonnable de croire qu'elle est dans l'intérêt de l'AAM et non contraire à son intérêt, mais aucun dédommagement ne sera accordé au titre d'une demande ou d'une question pour laquelle la personne a été trouvée coupable de négligence ou d'inconduite dans l'exercice de ses fonctions pour le compte de l'AAM, sauf si le tribunal qui a entendu l'action ou la poursuite détermine, à la suite d'une demande en ce sens, que, malgré la décision de culpabilité et compte tenu de toutes les circonstances de l'affaire, il est juste et raisonnable que la personne soit indemnisée d'un montant de dépenses que le tribunal juge approprié.

**c)** Si un administrateur, un cadre, un salarié ou un agent de l'AAM, en se fondant ou non sur le bien-fondé de la cause, défend avec succès l'AAM contre une action, une poursuite ou une procédure mentionnée aux alinéas 4.8a) et b) ou contre une demande ou une affaire faisant partie d'une telle action, poursuite ou procédure, il sera indemnisé des dépenses (y compris les honoraires d'avocat) qu'il a effectivement et raisonnablement engagées à cette fin.

**d)** l'AAM n'offrira de dédommagement en vertu des alinéas 4.8a) et b) des statuts (sauf si l'ordonnance d'un tribunal lui prescrit de faire autrement) que dans la mesure autorisée dans chaque cas, une fois établi que le dédommagement de l'administrateur, du cadre, du salarié ou de l'agent concerné est approprié dans les circonstances, étant donné que la personne a répondu à la norme de conduite pertinente décrite aux alinéas 4.8a) et b) des statuts. Une décision en ce sens sera prise par a) le conseil d'administration, c'est-à-dire par un vote majoritaire d'un quorum composé des administrateurs qui n'étaient pas parties à l'action, à la poursuite ou à la procédure, ou, b) si le quorum précité ne peut être réuni ou si un quorum d'administrateurs qui n'étaient pas parties à l'action, à la poursuite ou à la procédure en décide ainsi, par un conseiller juridique indépendant qui rendra une opinion écrite sur la question.

**e)** l'AAM peut acquitter, préalablement à la conclusion de l'affaire, les dépenses engagées à la défense d'une poursuite, d'une action ou d'une procédure civile ou pénale, comme l'autorise le conseil d'administration dans chaque cas particulier, après réception d'un engagement pris par ou pour le compte de l'administrateur, du cadre, du salarié ou de l'agent concerné de rembourser le montant acquitté, sauf s'il est décidé en bout de ligne que la personne a le droit d'être dédommée par l'AAM comme l'autorise le paragraphe 4.8 des statuts. De telles dépenses (y compris les honoraires d'avocat) engagées par d'anciens administrateurs ou cadres ou d'autres salariés ou agents peuvent être remboursées selon les modalités, s'il

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

en est, que le conseil d'administration juge appropriées.

**f)** Le dédommagement et les avances prévus par d'autres dispositions du présent paragraphe 4.8 ne sont pas réputés distincts des autres droits que confère aux personnes qui demandent un dédommagement ou une avance un statut, un accord ou le vote des administrateurs non parties à l'action, à la poursuite ou à la procédure pertinente, ni des droits qui lui sont conférés par ailleurs, tant en ce qui concerne les fonctions de la charge qu'occupe la personne que son comportement à un autre titre.

**g)** l'AAM peut souscrire et maintenant en vigueur une assurance pour le compte d'une personne qui est un administrateur, un cadre, un salarié ou un agent actuel ou ancien de l'AAM ou qui est ou a été, à la demande de l'AAM, un administrateur, un cadre, un salarié ou un agent d'un autre bureau, d'une société de personnes, d'une coentreprise, d'une fiducie ou d'une autre entreprise, afin de protéger la personne contre tout recours en dommages-intérêts attribuable à ses fonctions officielles ou autres, que l'AAM soit autorisé ou non à dédommager la personne de telles demandes en dommages-intérêts selon les dispositions du présent Statut 4.8.

**h)** Si l'AAM a dédommagé un administrateur, un cadre, un salarié ou un agent ou s'il lui a versé une avance, il en fera rapport par écrit au conseil d'administration et adressera son rapport au conseil avant la réunion suivante ou l'annexera à l'avis de la réunion suivante.

## ARTICLE 5 - Direction

### 5.1 Dirigeants

**a)** Les membres de la direction de l'AAM comprennent le président du conseil d'administration, quatre vice-présidents (qui peuvent, au gré du conseil d'administration, être désignés comme 1er, 2e, 3e et 4e vice-président, respectivement), un secrétaire et un trésorier. L'un des vice-présidents est un représentant de la division des médias éditeurs. Deux vice-présidents représentent la division des annonceurs ou la division des agences de publicité. Un des vice-présidents représente les membres canadiens. Ces dirigeants sont élus par le conseil d'administration pour un mandat d'un an et jusqu'à l'élection et l'admission de leurs successeurs.

**b)** Seul un administrateur au service d'un annonceur ou d'une agence de publicité membre, ou participant activement à ses activités, peut être président du conseil d'administration. Le président ne peut demeurer en fonction pendant plus de deux mandats consécutifs.

**c)** Le conseil d'administration nomme un président qui agit en qualité de chef de la direction et de directeur général de l'AAM; il nomme en outre à son gré un ou plusieurs vice-présidents dont il détermine les fonctions. Le président et les vice-présidents ne sont pas choisis parmi les membres du conseil d'administration. Le président est responsable vis-à-vis du conseil d'administration. Le président et les vice-présidents, le cas échéant, ont un mandat de trois ans au maximum, ou un mandat plus court fixé de temps à autre pour les sociétés à but non lucratif en vertu des lois de l'État de l'Illinois.

### 5.2 Président du conseil d'administration

**a)** Le président du conseil d'administration préside toutes les assemblées de l'AAM et du conseil d'administration. Il nomme, sous réserve de l'approbation du conseil d'administration, les membres et les présidents des comités que le conseil d'administration forme pour l'exécution du travail et l'accomplissement des objectifs de l'AAM. Il est en outre membre ex officio, sans droit de vote, de tous les comités. Le président du conseil d'administration a également la responsabilité de convoquer les assemblées ordinaires et extraordinaires du conseil.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

**b)** En l'absence du président du conseil d'administration, ou advenant son incapacité, les vice-présidents, suivant leur rang, remplissent ses fonctions ainsi que les autres fonctions particulières que le conseil d'administration leur confie de temps à autre.

## 5.3 Secrétaire

Le secrétaire conserve les procès-verbaux de toutes les assemblées de l'AAM, du conseil d'administration et de tout comité relevant de celui-ci. Au nom du secrétaire et sous sa surveillance, l'administrateur délégué, ou un membre de son personnel qu'il a désigné, remplit les fonctions de secrétaire adjoint pour que l'AAM puisse effectuer son travail.

## 5.4 Trésorier

Le trésorier surveille les comptes de l'AAM, reçoit toutes les sommes d'argent, paie les factures dûment approuvées et conserve des pièces justificatives pour tous les paiements. Il présente un rapport de l'AAM et rédige tout autre rapport pouvant être exigé de temps à autre par le conseil d'administration. Au nom du trésorier et sous sa surveillance, l'administrateur délégué, ou un membre de son personnel qu'il a désigné, remplit les fonctions de trésorier adjoint pour que l'AAM puisse effectuer son travail.

## 5.5 Président-directeur général et administrateur délégué

**a)** Le PDG, agissant en sa qualité d'administrateur délégué et ainsi appelé ci-après dans cette section et dans les règlements, a pour mission de diriger toutes les activités de l'AAM nécessaires à l'exécution du travail et à l'accomplissement des objectifs de l'AAM autorisés par le conseil d'administration, et ses actes ne sont soumis qu'à la surveillance générale du conseil d'administration.

**b)** Le directeur général a le devoir et la responsabilité d'interpréter et de faire observer les normes et règles adoptées de temps à autre par le conseil d'administration à l'intention des membres de l'AAM, de faire enquête au sujet des plaintes ou accusations portées contre les membres en vertu de l'article 7 des Statuts, de mener les enquêtes spéciales, d'en faire rapport et de faire des recommandations comme il est stipulé à l'article 6.7. Il signe tous les contrats nécessaires au nom de l'AAM, sous réserve de l'accord du conseil d'administration.

**c)** Il est autorisé à embaucher tous les employés dont il a raisonnablement besoin pour accomplir les activités générales de l'AAM, à fixer leur salaire et à les congédier. Il peut, s'il le juge à propos, nommer et embaucher des adjoints à quelque titre que ce soit et fixer leur rémunération. Il assiste à toutes les assemblées ordinaires et extraordinaires du conseil d'administration et présente un rapport au conseil une fois l'an ou plus fréquemment si ce dernier l'exige, exposant les développements et les résultats des opérations relevant de ses fonctions et formulant des suggestions susceptibles d'améliorer le travail de l'AAM.

**d)** Au nom du secrétaire et sous sa surveillance, le directeur général tient et garde au siège social de l'AAM un registre des noms et adresses des membres ayant droit de vote.

**e)** Le directeur général s'acquitte aussi des autres obligations que le conseil d'administration peut lui imposer et il est responsable envers le conseil de tous les actes nécessaires au bon fonctionnement de l'AAM.

## 5.6 Cautionnement des dirigeants ou salariés

Des dirigeants ou salariés désignés par le conseil d'administration peuvent faire l'objet d'un cautionnement dont le montant est fixé par le conseil. Les primes des cautionnements sont payées par l'AAM.

## 5.7 Destitution

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

Tout dirigeant peut être destitué de ses fonctions par le vote d'au moins les deux tiers des membres du conseil d'administration, si ceux-ci jugent à propos d'agir ainsi dans le meilleur intérêt de la société. La destitution d'un membre de la direction ne porte pas préjudice à ses droits contractuels, le cas échéant.

## ARTICLE 6 - Assemblées de membres

### 6.1 Date et lieu de l'assemblée annuelle

L'assemblée annuelle des membres de l'AAM a lieu aux États-Unis ou au Canada, à la date et à l'endroit fixés par le conseil d'administration. Le secrétaire envoie une convocation par écrit (sur papier ou en format électronique) à tous les membres, au moins 10 jours et au plus 40 jours avant la date de l'assemblée.

### 6.2 Votes, procurations

**a)** Aux fins du vote à une assemblée annuelle ou à une assemblée extraordinaire des membres de l'AAM, les membres peuvent voter quant à chaque proposition, nomination ou élection présentée lors d'une séance de la réunion, ou de la division dont le membre fait partie. Les votes ne sont pas cumulatifs. Chaque proposition ou candidature au poste d'administrateur ne peut obtenir que les votes auxquels le membre aurait droit si une seule proposition ou un seul poste d'administrateur faisait l'objet d'un vote.

**b)** Chaque annonceur membre, chaque agence de publicité membre et chaque éditeur membre (à l'exception des éditeurs membres provisoires) a droit à un vote. Les votes peuvent être émis en personne ou par procuration. Les membres associés n'ont pas le droit de vote.

**c)** Les procurations sont déposées à l'AAM du directeur général, au plus tard à l'heure de fermeture de l'AAM le vendredi de la semaine précédant le premier jour de l'assemblée à laquelle les personnes concernées voteront.

**d)** La procuration d'un membre doit être signée par un cadre dûment autorisé de la société commerciale, un associé de la société de personnes ou le propriétaire dans le cas d'une propriété individuelle, ou encore par le représentant officiel du membre.

La substitution d'une procuration signée par le premier mandataire ou par l'un des mandataires, s'il y en a plusieurs, et identifiant la procuration originale doit être transmise au directeur général ou à son représentant, à son bureau ou au lieu de l'assemblée annuelle, au plus tard à midi le premier jour de l'assemblée à laquelle ce mandataire doit voter.

**e)** Sur la procuration de chaque membre d'un groupe ou d'une division ayant droit de vote lors de l'élection des administrateurs de son groupe ou de sa division, il peut être précisé que le vote doit être en faveur ou contre l'un des candidats dont le nom a été mis en nomination pour le poste d'administrateur et qui doit être élu conformément aux Statuts, ou que le bulletin de vote doit être laissé vierge, sans aucune désignation.

### 6.3 Quorum

Lors de toute réunion de l'AAM, il y a quorum chaque fois que sont présents ou représentés par procuration un nombre de membres détenant un dixième de tous les votes susceptibles d'être émis, et un vote majoritaire décide de toutes questions, à moins qu'il n'en soit stipulé autrement dans les Statuts.

### 6.4 Résolutions

Toutes les résolutions sont présentées par écrit au président avant d'être soumises au vote.

### 6.5 Rapports

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

Chaque année, le président du conseil d'administration fait rapport du travail de l'AAM, et le trésorier soumet un rapport financier. Ces rapports peuvent être présentés en personne, par écrit, par conférence Web ou sur le site Web de l'AAM.

## 6.6 Assemblées extraordinaires

Des assemblées extraordinaires de l'AAM peuvent être convoquées par le président du conseil ou par le conseil d'administration. Une assemblée extraordinaire peut aussi être convoquée par des membres détenant un vingtième de tous les votes susceptibles d'être émis à l'assemblée. Les assemblées extraordinaires ont lieu à un endroit désigné par le conseil d'administration. Le secrétaire envoie une convocation (sur papier ou en format électronique) indiquant la date et l'objet de la réunion à tous les membres, au moins 10 jours avant la date de la réunion.

## 6.7 Procédure

Sauf pour ce qui est expressément prévu aux présentes, la procédure dictée par les Robert's Rules of Order est suivie lors de toutes les réunions de l'AAM, des divisions et des comités.

## ARTICLE 7 - Infractions et sanctions

### 7.1 Vote requis pour probation, sanctions, censure ou exclusion

Le conseil d'administration peut décider, par un vote de la majorité de ses membres, de mettre sous surveillance, sanctionner, censurer ou exclure un membre.

### 7.2 Infractions

S'il juge qu'un membre a commis une des infractions suivantes, le conseil d'administration doit déterminer s'il y a lieu d'invoquer une des dispositions du présent article relativement à la mise sous surveillance, l'imposition de sanctions, la censure ou l'exclusion :

- a) défaut de soumettre les données de circulation comme l'exigent les Règlements;
- b) présentation à l'AAM des données de circulation fausse ou frauduleuse;
- c) refus de permettre à un vérificateur de l'AAM d'avoir en tout temps accès aux livres, comme il est prévu dans les Statuts;
- d) défaut de payer les cotisations ou autres dettes comme l'exigent les Statuts;
- e) infraction à un Statut ou à un Règlement de l'AAM;
- f) infraction à une entente conclue avec l'AAM ou ses filiales;
- g) conduite malhonnête, frauduleuse ou déshonorante vis-à-vis de l'AAM;
- h) tout acte jugé par le conseil d'administration comme étant préjudiciable aux intérêts et à la prospérité de l'AAM ou ses filiales; le conseil d'administration peut le censurer, le mettre sous surveillance ou l'exclure.
- i) la publication du rapport de vérification de deux rapports de vérification consécutifs dans lesquels le vérificateur a redressé de 5 % ou plus les données de circulation.

### 7.3 Accusations portées par un membre

a) Tout membre peut porter devant le conseil d'administration des accusations contre un autre membre. Les accusations ainsi portées le sont par écrit. On explique l'infraction en détail et l'accusation est signée par le ou les auteurs. Le directeur général transmet une copie de l'accusation au membre incriminé en la lui remettant en personne, en la déposant à l'adresse de bureau du membre qui est consignée dans les dossiers de l'AAM, durant les heures de bureau, ou en la lui envoyant par la poste à son bureau.



# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

**b)** Le membre inculpé dispose de 10 jours pour répondre, à compter de la date à laquelle on lui a remis l'accusation, ou d'une période prolongée si le conseil le juge à propos. La réponse se fait par écrit, elle est signée par l'accusé et remise au directeur général. Une copie de la réponse est transmise à la personne qui a porté l'accusation.

**c)** Sur réception de la réponse, ou si le membre accusé refuse ou néglige de répondre comme il est exigé, le conseil procède à l'examen de la ou des accusations lors d'une assemblée ordinaire ou extraordinaire postérieure à l'expiration du délai de 10 jours accordé pour la réponse. Une convocation à l'assemblée en question est adressée à l'accusé dans un délai raisonnable; il a le droit d'assister à l'enquête, d'interroger tous les témoins appelés devant le conseil, et de présenter le témoignage, la défense ou l'explication qu'il juge nécessaire. Après l'audition des témoins et de l'accusé, si ce dernier désire s'expliquer, le conseil décide si le membre accusé est coupable ou non de la ou des accusations portées contre lui. S'il est établi que le membre a commis l'infraction ou les infractions dont il a été accusé, le conseil peut le censurer, le mettre sous surveillance ou l'exclure.

## 7.4 Accusations portées par le directeur général

Si, à un certain moment, le directeur général a des raisons de soupçonner qu'un membre s'est rendu coupable d'une infraction aux règles de l'AAM, comme il est défini à l'article 7.2 des Statuts, et qu'aucune mesure n'a été prise par un membre conformément à l'article 7.3, il fait enquête pour vérifier si ses soupçons sont fondés. S'il en conclut qu'il existe un motif valable, il est autorisé à présenter au conseil une accusation écrite contre le membre inculpé, en mentionnant précisément les actes ou les omissions dont il l'accuse. Une copie de l'accusation est ensuite remise au membre, qui doit y répondre, et il y a enquête selon ce qui est prévu à l'article 7.3.

## 7.5 Surveillance

Lorsqu'un membre a été jugé coupable par le conseil d'administration et mis sous surveillance comme il est défini à l'article 7.2 des Statuts, la période de surveillance est fixée par le conseil. Toutes les déclarations de l'éditeur ou rapports consolidés sur les médias ou rapports de déclaration trimestrielle et les rapports de vérification émis après la date à laquelle le membre a été mis sous surveillance et durant la période de surveillance doivent contenir une déclaration placée en évidence à l'effet que le membre est sous surveillance. Cette déclaration et les termes dans lesquels elle est rédigée sont déterminés par la direction et renvoient aux articles des Statuts ou Règlements que le membre a enfreints. Elle précise aussi la durée de la période de surveillance fixée. Durant une période de surveillance, toute mention de l'AAM doit être accompagnée d'une déclaration à l'effet que la publication est sous surveillance.

## 7.6 Sanctions

Si un membre est jugé coupable, par le conseil d'administration, d'une infraction définie à l'article 7.2, le conseil peut imposer une ou plusieurs des sanctions suivantes :

**a)** un avis indiquant les sanctions imposées par le conseil d'administration peut être publié à tous les membres.

**b)** les données de diffusion sont exclues du rapport Snapshot de l'AAM pour une période d'un an.

**c)** la publication peut être tenue de subir des vérifications semestrielles pour une période de deux ans suivant l'imposition des sanctions.

**d)** le premier rapport de vérification publié après l'imposition des sanctions peut s'accompagner d'un avis de rétablissement des services de déclaration et peut, s'il y a lieu, mentionner le statut des rapports de l'AAM antérieurs.

**e)** une amende peut être imposée au membre.

**f)** le membre peut avoir à soumettre un plan de mesures correctives à faire examiner par le personnel de l'AAM et approuver

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

par le conseil d'administration.

## 7.7 Censure

Si un membre est censuré après avoir été jugé coupable, par le conseil d'administration, d'une infraction définie à l'article 7.2, les choses se dérouleront comme suit :

- a) un avis de suspension des services de déclaration indiquant que le membre est censuré est distribué à tous les membres.
- b) les données de diffusion pour un membre censuré sont exclues du rapport Snapshot de l'AAM pour une période d'un an suivant immédiatement le vote de censure.
- c) toutes les publications censurées doivent subir des vérifications semestrielles pour une période de deux ans suivant le vote de censure.
- d) le premier rapport de vérification publié après le vote de censure s'accompagne d'un avis de rétablissement des services de déclaration et peut, s'il y a lieu, mentionner le statut des rapports de l'AAM antérieurs.
- e) une amende peut être imposée au membre.
- f) le membre doit soumettre un plan de mesures correctives à faire examiner par le personnel de l'AAM et approuver par le conseil d'administration.

## 7.8 Exclusion

La réadmission d'un membre exclu après avoir été jugé coupable, par le conseil d'administration, d'une infraction définie à l'article 7.2 doit être approuvée par un vote favorable de la majorité des membres du conseil. Le membre exclu n'est réadmis que s'il a payé à l'AAM toutes les dettes qu'il avait au moment de son exclusion. Les droits de réadmission sont fixés dans chaque cas par le conseil d'administration.

## 7.9 Appel des décisions du conseil d'administration

Tout membre ayant été censuré, mis sous surveillance ou exclu par le conseil d'administration peut en appeler de la décision, devant les membres, à l'assemblée suivante. La décision du conseil d'administration demeure en vigueur jusqu'à ce qu'elle soit révoquée par les membres.

## ARTICLE 8 - Appels

### 8.1 Appel devant le conseil d'administration

Chaque membre a le droit d'en appeler au conseil d'administration de toute décision du directeur général dans l'interprétation et l'application des Règlements et normes adoptés par le conseil d'administration pour les membres de l'AAM, ainsi que des Statuts, et de toute mesure prise par la direction à l'encontre du membre.

### 8.2 Procédure à suivre

Tout appel d'une décision du directeur général ou de toute autre mesure prise par la direction est déposé par écrit au siège social de l'AAM au moins 10 jours avant la réunion du conseil d'administration désignée pour statuer sur cet appel. Dans sa communication, le membre doit soumettre les faits motivant l'appel.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## ARTICLE 9 - Démissions

### 9.1 Éditeurs

Un éditeur membre peut démissionner comme membre de l'AAM. Sa démission est acceptée à condition que ses cotisations et autres dettes soient intégralement payées à l'AAM et que toutes les déclarations de l'éditeur, rapports consolidé sur les médias ou rapports de déclaration trimestrielle émises après le dernier rapport de vérification aient été vérifiées.

Si l'éditeur ne respecte pas les conditions énoncées dans le présent article, tout déclaration de l'éditeur, rapports consolidé sur les médias ou rapports de déclaration trimestrielle sera retiré de l'AAM Media Intelligence Centre lors du traitement de la démission de l'adhésion.

### 9.2 Membres Annonceurs, Agences de publicité et Associés

Un membre, autre qu'une publication membre, peut démissionner en signifiant son intention à l'AAM et la démission est acceptée. Les membres de cette classe peuvent également résilier leur adhésion pour non-paiement des frais d'adhésion et du service.

### 9.3 Abandon des droits à l'actif

La cessation d'adhésion, pour quelque motif que ce soit, est considérée comme une renonciation à tout droit, titre ou participation aux biens ou à l'actif de l'AAM.

### 9.4 Remise en vigueur de l'adhésion

Un membre dont l'adhésion a pris fin pour une raison quelconque ou par démission initiée par le client, peut être réadmis selon satisfait aux conditions en ce qui concerne les mesures prises.

## ARTICLE 10 - Dérogation

### 10.1 Aux Statuts et Règlements

Le conseil d'administration ou son comité désigné peut autoriser un membre à déroger aux dispositions que renferment les Règlements, normes ou Statuts de l'AAM. Il peut consentir à une dérogation lorsque, à son avis, cette dernière serait équitable compte tenu de la situation du membre qui en fait la demande ou d'autres membres se trouvant dans une situation semblable ou lorsque, de l'avis du conseil, les circonstances propres au membre concerné sont telles que le fait de respecter le Règlement, la Norme ou le Statut n'atteindrait pas l'objectif visé ou entraînerait des difficultés considérables pour le membre.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## 10.2 Procédure à suivre

Toute demande de dérogation aux Règlements, normes ou Statuts de l'AAM doit être présentée par écrit par le membre à l'AAM, au moins 14 jours d'affaires avant l'assemblée du conseil d'administration à laquelle elle doit être étudiée, et doit faire état des faits et circonstances à l'appui. La demande doit être signée par l'éditeur ou un membre de la haute direction (p. ex. le président ou le p.-d.g.) autre que le cadre supérieur responsable de la diffusion.

## 10.3 Vote requis

Le vote des deux tiers des administrateurs présents à l'assemblée ou le vote unanime des membres présents de son comité désigné est requis pour que la demande de dérogation aux Règlements, normes ou Statuts soit acceptée.

## ARTICLE 11 - Modifications

### 11.1 Statuts en vigueur

Les présents Statuts sont en vigueur et le demeurent à moins d'être révoqués ou modifiés par le conseil d'administration.

### 11.2 Modification aux Statuts et Règlements

Toute modification aux Statuts et aux chapitres A et B des Règlements doit être approuvée par le conseil d'administration par un vote de la majorité des membres présents.

Toute modification aux chapitres C à F des Règlements ou à la présentation des rapports peut être adoptée par le conseil d'administration par un vote de la majorité des membres présents ou par le comité désigné du conseil d'administration par vote unanime des membres présents du comité.

Aucune modification aux Statuts ou Règlements ou à la présentation des rapports n'est adoptée par le conseil d'administration ou, s'il y a lieu, par le comité désigné lors de l'assemblée à laquelle elle est proposée pour la première fois, à moins du consentement unanime des membres présents du comité désigné.

Tout membre du conseil d'administration peut demander qu'un point examiné par un comité désigné du conseil d'administration soit également examiné par le conseil d'administration au complet.

De temps à autre, il peut être nécessaire d'apporter des révisions techniques ou autres aux Statuts et Règlements pour corriger une erreur d'impression, apporter des précisions ou des éclaircissements, ou se conformer à la terminologie en vigueur dans l'industrie. Le cas échéant, le personnel de l'AAM est autorisé à modifier les Statuts et Règlements de l'AAM à condition de ne pas en altérer l'esprit ou l'intention, et le conseil d'administration de l'AAM est avisé des changements 30 jours à l'avance.

## ARTICLE 12 - Législation applicable

### 12.1 Choix de législation

Les lois de l'État de l'Illinois régissent la validité, l'interprétation et l'effet des Statuts et Règlements de l'AAM. Ces lois régissent également tout litige entre l'AAM et ses membres.

### 12.2 Choix de tribunaux

Toute réclamation ou poursuite en justice impliquant l'AAM doit être jugée devant le Circuit Court du comté de Cook, Illinois ou le United States District Court du district nord de l'Illinois. Tous les membres reconnaissent la compétence de ces tribunaux.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## **12.3 Dissociabilité des dispositions**

Si un terme ou une disposition des présents Statuts est considéré comme nul ou inapplicable, il ou elle peut être omis, au gré de l'AAM, et les présents Statuts, omission faite du terme ou de la disposition, demeurent en vigueur.

## **12.4 Respect de la loi**

Tous les membres ont la responsabilité exclusive de respecter les lois nationales, fédérales, d'État et provinciales et toute autre loi en vigueur. Aucun Statut ou Règlement ni aucune Politique ou Pratique ne doit être interprétée comme l'obligation pour un membre de commettre un acte contrevenant à une loi en vigueur. L'AAM n'est pas tenu d'émettre des déclarations de données de diffusion ou d'autres données qui ne respectent pas la loi en vigueur et les Statuts et Règlements ou les Politiques et Pratiques de l'AAM.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## Chapitre A : Publicité

*(Voir également la Politique de l'AAM concernant les droits d'auteur relatifs aux rapports et à la publicité)*

### A 101.1 Règlement général sur la publicité

Aucun membre ne publie, ne fait publier, n'annonce, ni ne fait annoncer d'extraits de rapports de vérification de l'AAM, ou ne publie, ne fait publier, n'annonce, ni ne fait annoncer d'extraits de rapports de l'AAM si ces extraits mentionnent de quelque façon que ce soit, directement ou implicitement, le nom ou l'autorité de l'Alliance for Audited Media, sauf de la façon permise par les Règlements suivants.

### A 101.2 Permission et interdiction expresses

**a)** On peut invoquer ou sous-entendre l'autorité de l'AAM seulement dans le cas de données ou de déclarations reproduits exactement comme dans les rapports de l'AAM, et seulement si l'on cite le rapport d'où ils sont tirés, ainsi que la période sur laquelle ils portent et on présente les données ou déclarations de façon à donner au lecteur le même message que s'il avait sous les yeux le ou les rapports d'où ils sont tirés.

**b)** Les revues analysant la diffusion non payée doivent bien faire la différence entre la diffusion payée et non payée, mais déclarer le total des deux dans les rapports à l'AAM. La comparaison des données de l'AAM doit aussi préciser les composantes.

**c)** Dans toute annonce ou publicité où l'on mentionne directement ou implicitement l'autorité ou la qualité de membre de l'AAM, on indique clairement quels sont les chiffres, données ou déclarations n'apparaissant pas dans les déclarations de l'éditeur, les rapports Snapshot, les rapports de données supplémentaires ou les rapports de vérification de l'AAM, et on précise qu'ils sont présentés par l'auteur de l'annonce ou de la publicité. Il est interdit d'y associer le nom de l'AAM de quelque façon que ce soit.

**d)** Tout éditeur membre qui choisit d'annoncer les résultats d'une vérification de l'AAM avant la publication du rapport connexe doit préciser que tout rajustement des chiffres de diffusion déclaré dans le rapport de vérification a été calculé en fonction des résultats des vérificateurs de l'AAM.

**e)** Toute donnée de l'AAM utilisée pour établir des comparaisons provient de types de rapports comparables et de classifications comparables de la diffusion communiqués pour les mêmes périodes. Les données de la déclaration courante de l'éditeur peuvent être comparées à la diffusion vérifiée de la période précédente correspondante. Pour toute comparaison entre les publications, il faut compiler les données de rapports et de classifications de la diffusion semblables, documentées selon les exigences des alinéas A 101.2 a) et c) des Règlements.

(1) Les publications commerciales membres peuvent se servir des données de l'AAM pour comparer différentes périodes de déclaration de l'éditeur aux conditions suivantes:

- a) Les données doivent être tirées de la plus récente déclaration de l'éditeur pour toutes les publications comparées.
- b) La déclaration de l'éditeur pour le membre qui fait l'analyse doit être à jour.
- c) Chaque document doit clairement indiquer les périodes couvertes par les déclarations de l'éditeur utilisées pour la comparaison.
- d) Toutes les autres dispositions de la règle A 101.2 s'appliquent.

(2) Les comparaisons entre journaux doivent se fonder sur des éléments de données comparables. Les chiffres de diffusion pour un jour donné de la semaine ne peuvent être comparés qu'au même jour (comparaison d'un lundi à un lundi, d'un mardi à un mardi, de la moyenne de cinq jours à la moyenne de cinq jours, etc.).

**f)** Lorsqu'un journal (autre qu'un journal publié au Canada), compare sa diffusion à celle d'autres journaux, il distingue

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

clairement la diffusion payée individuellement de l'autre diffusion payée, ou il ne compare que le total de la diffusion payée individuellement et de l'autre diffusion payée. Si l'on compare uniquement le total de la distribution, il faut préciser que les chiffres comprennent la diffusion payée et l'autre diffusion. Le total de la distribution ne peut être comparé à la diffusion payée seulement. Les journaux qui choisissent d'analyser l'autre diffusion ne peuvent comparer le total de leur distribution qu'à la diffusion payée d'un journal qui choisit de ne pas fournir l'analyse facultative.

**g)** Lorsqu'un journal canadien compare sa diffusion à celle d'autres journaux, la comparaison distingue clairement la diffusion payée du reste de la diffusion. Si l'on compare uniquement le total de la diffusion, il faut préciser que les chiffres comprennent à la fois la diffusion payée et le reste de la diffusion. Le total de la diffusion ne peut être comparé à la diffusion payée seulement.

**h)** Si l'on présente des données tirées des rapports de l'AAM de dates antérieures, on présente aussi des données comparables des derniers rapports semblables.

**i)** Les membres de l'AAM ne reproduisent aucune communication ni extraits provenant de l'AAM, ou émis par lui, sauf sur autorisation de la direction ou du conseil d'administration.

**j)** Les éditeurs membres assujettis à une interruption de service peuvent se réclamer de leur adhésion pourvu que cette mention s'accompagne des mots « Service interrompu ».

**k)** L'emblème de membre, destiné aux membres et dont l'usage est autorisé par le conseil d'administration, peut être utilisé par tout membre en règle sur les en-têtes de lettres, le matériel publicitaire ou à tout autre endroit où il est permis d'inscrire l'expression « Membre de Alliance for Audited Media / Alliance for Audited Media ».

**l)** Les membres de l'AAM sont autorisés à reproduire les rapports de l'AAM pour leur propre publication. Toutefois, aucune modification du rapport de l'AAM n'est permise. La reproduction doit être absolument fidèle à l'original, en ce qui concerne autant les renseignements fournis que la présentation du rapport (y compris sa couleur). Aucun membre de l'AAM ne distribue de renseignements concernant d'autres membres de l'AAM sous une forme substantiellement semblable à l'aspect du rapport normalisé de l'AAM.

**m)** Les membres ou les candidats ne peuvent invoquer les Statuts et Règlements ou les méthodes de l'AAM en ce qui concerne les rapports qui ne proviennent pas de l'AAM, sauf s'ils obtiennent l'autorisation préalable par écrit de l'AAM.

**n)** Après avoir soumis les données de diffusion et avoir obtenu confirmation de sa réception par l'AAM, l'éditeur peut rendre publics les chiffres de la déclaration, pourvu que ceux-ci, lorsqu'ils sont utilisés avant la publication par l'AAM des chiffres dans le rapport Snapshot ou dans la déclaration, soient accompagnés de la mention suivante : « Tel que déposé auprès de l'Alliance for Audited Media, sous réserve de vérification ».

**o)** Après avoir obtenu confirmation par l'AAM de la réception de la demande et du dépôt de vérification initiale, un candidat éditeur peut rendre public uniquement le fait qu'il a déposé une demande pendant une durée de un an, à compter de la date à laquelle la demande a été reçue. Lorsqu'il s'agit d'une nouvelle publication, pour laquelle la demande a été reçue avant la parution du premier numéro, le fait que l'on a déposé une demande peut être rendu public pendant un an à partir de la date de couverture du premier numéro.

**p)** Les modalités stipulées en ce qui concerne les éditeurs, ainsi que toutes les autres modalités stipulées dans les présents Règlements sur la publicité s'appliquent aux membres éditeurs associés.

**q)** Bien que le présent article ne doive pas être interprété comme une interdiction pour le membre de se réclamer de l'AAM lorsqu'il fournit dans des articles des renseignements tirés de ses rapports, il ne dispense pas le membre de se conformer à toutes les autres dispositions de l'article.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

**r)** Les participants aux services Profil du lecteur et Profil de l'abonné de l'AAM peuvent annoncer les résultats de leurs études avant la publication du rapport de vérification finale, à condition que les tableaux définitifs des chercheurs et/ou les données sur les lecteurs aient été soumis à l'AAM pour vérification et qu'il soit indiqué dans toute annonce en ce sens que les résultats feront l'objet d'une vérification finale.

## **A 101.3 Infraction aux Règlements sur la publicité**

**a)** En cas d'infraction à un Règlement sur la publicité, le directeur général peut sommer le contrevenant d'abandonner l'acte ou la pratique qui constitue une infraction. En outre, l'AAM peut émettre un bulletin rédigé de façon que les membres en prennent connaissance (sans en donner les détails si cette divulgation risque d'aggraver le préjudice supposément causé). Le directeur général n'est pas tenu d'appliquer les dispositions du présent paragraphe. Distribution des bulletins annonçant les violations de la publicité est limitée aux membres uniquement pour un usage interne et ne doit pas être fourni aux membres pour la redistribution.

**b)** S'il juge que la gravité de l'infraction à l'un des Règlements du chapitre A sur la publicité l'exige, le directeur général ou tout membre à qui cette infraction est censée porter préjudice en vertu de l'article 7 des Statuts peut porter plainte.



# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## Chapitre B : Toutes Les Publications

### ARTICLE 1 - Règles générales

#### B 101.1 Archives, offres promotionnelles d'abonnement

Aux fins de vérification, l'éditeur conserve des exemplaires de toutes les offres d'abonnement, qu'elles aient été annoncées dans sa publication ou dans d'autres, distribuées sous forme de circulaires, ou présentées à la radio et à la télévision ou par d'autres médias électroniques, des exemplaires des scripts et des présentations visuelles, ainsi que des exemplaires de tous les contrats conclus avec des sollicitateurs, des placiers, des agences d'abonnement ou toute autre partie, par l'intermédiaire desquels il obtient des abonnements à sa publication.

#### B 101.2 Éditions étrangères

On peut inclure dans les données de diffusion les exemplaires des éditions étrangères livrés, pourvu que ces exemplaires contiennent toute la publicité prévue et parue dans les éditions des États-Unis ou du Canada mais il faut toutefois déclarer et expliquer le nombre moyen d'exemplaires postés ou vendus à l'étranger par l'entremise de dépositaires dans le paragraphe réservé aux explications générales dans les rapports de l'AAM.

Les exemplaires d'éditions étrangères de revues grand public, de publications commerciales et agricoles livrés ne contenant pas toute la publicité parue dans les éditions des États-Unis ou du Canada (sauf en raison d'entente spéciale), ne peuvent être inclus dans les chiffres, mais peuvent être déclarés et expliqués dans le paragraphe réservé aux explications générales dans les rapports de l'AAM.

Les exemplaires d'éditions étrangères de journaux livrés ne contenant pas toute la publicité parue dans les éditions des États-Unis ou du Canada peuvent être inclus dans les chiffres leur déclaration est régie par les dispositions sur les exemplaires de marque de l'article C 102.3 Éditions distinctes.

#### B 101.3 Publicité omise

Si certains exemplaires d'une publication comptés dans la diffusion payée diffèrent des autres exemplaires en raison de l'absence de certaines annonces nationales dans une édition ou dans une partie des exemplaires distribués, il faut le mentionner au paragraphe 1 et l'expliquer dans le paragraphe réservé aux explications générales. Les dispositions du présent règlement ne s'appliquent pas aux cas exceptionnels d'urgence ou autorisés, ni au retrait d'annonce interdite dans certains États et provinces.

#### B 101.4 Abonnements des fidèles à une publication religieuse

La publication religieuse se définit comme une publication qui, dans son but ou son contenu, traite principalement de religion. Elle doit être reconnue comme telle par les fidèles ainsi que selon une liste publiée standard ou officielle.

Les abonnements des fidèles sont des abonnements à une publication religieuse obtenus en vertu d'un programme grâce auquel les fidèles d'une religion reçoivent la publication, et leurs abonnements sont payés à même les fonds de l'Église ou au moyen de quêtes spéciales ou ordinaires, de cotisations ou de contributions.

Ces abonnements figurent au paragraphe 1 sous le titre « Abonnements des fidèles »; ils entrent dans la catégorie des abonnements payés à condition qu'ils soient conformes à tous autres égards aux règlements de l'AAM définissant la diffusion payée.

Le paragraphe réservé aux explications générales de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification précise les détails de ces abonnements et leurs modalités de paiement.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## ARTICLE 2 - Vérifications

### B 102.1 Obligations des membres

La vérification de l'AAM vise à donner un niveau d'assurance élevé que les données sur la diffusion de la publication d'un membre de l'AAM ainsi que tout autre renseignement fourni dans le rapport de vérification de l'AAM donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la moyenne de la diffusion payée et de la diffusion justifiée non payée.

Les éditeurs membres acceptent la responsabilité principale de tous les renseignements divulgués dans leurs soumissions de données de circulation et rapport de vérification et ont l'obligation de respecter les articles 2.8 et 2.15 des Statuts « Obligation de l'éditeur d'ouvrir et de tenir des registres » et « Accès aux registres ». Ces articles précisent que l'éditeur est également responsable de l'exactitude, de l'intégralité et de l'accessibilité des registres tenus par les agences, leurs sous-agences, les distributeurs et les autres fournisseurs tiers.

Les éditeurs membres coopèrent pleinement et de façon opportune avec les vérificateurs de l'AAM afin de leur fournir des renseignements et des registres exacts en rapport avec les questions soulevées pendant la vérification.

Dans le cas où un éditeur (ou son agent, les sous-agents de celui-ci, son distributeur ou un autre fournisseur tiers) ne répond pas rapidement à une demande de registres, ce qui a pour effet d'empêcher le vérificateur de présenter les conclusions de la vérification finale dans les 6 mois suivant le dernier jour de la période de vérification, tous les services de déclaration sont suspendus jusqu'à ce que le vérificateur obtienne la documentation demandée.

### B 102.2 Programme d'assurance continue

Les éditeurs peuvent participer au Programme d'assurance continue (PAC), s'ils le souhaitent. Pour être admissible au programme, l'éditeur doit :

- a) maintenir sa certification de la qualité de l'AAM;
- b) maintenir l'état actuel de la présentation des données;
- c) maintenir l'état actuel de la vérification;

Respecter tous les autres règlements et règles applicables.

### B 102.3 Contenu et différences du rapport de vérification

**a)** Si, de l'avis du directeur général, il existe des différences importantes entre la diffusion payée totale indiquée dans le rapport de vérification et celle qui est indiquée dans la déclaration de l'éditeur, ces différences sont expliquées dans le rapport de vérification.

**b)** Le rapport de vérification indique les moyennes trimestrielles pour la période vérifiée, de même que les moyennes trimestrielles des trois années précédentes. (La disposition concernant les moyennes trimestrielles pour les trois années précédant la vérification ne s'applique pas aux publications commerciales et aux revues.)

**c)** Les statistiques et les renseignements sur la publicité ne figurent pas dans les rapports de vérification.

Ce paragraphe ne doit donner lieu à aucune interprétation entrant en conflit avec le règlement exigeant des explications pour toute variation dans le contenu publicitaire, ni avec tout autre règlement exigeant des explications précises.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## **B 102.4 Demande de changement de vérificateur**

Si un éditeur a certaines objections quant au vérificateur assigné par l'AAM à la vérification de la publication, il doit expliquer ses objections en détail. Si l'AAM les juge suffisantes, il nomme un autre vérificateur.

## **B 102.5 Périodes de vérification**

Voir également C 104.1 pour les journaux.

- a)** Les déclarations de l'éditeur sont vérifiées une fois par an, sauf en cas d'indication contraire dans les Règlements.
- b)** Les déclarations de diffusion d'éditeurs qui participent au Programme d'assurance continue font l'objet d'une vérification tous les 24 mois.
- c)** Dans les cas où un journal modifie la période d'audit ou d'autres circonstances, il en résulte des vérifications couvrant une période de plus d'un an, le rapport de vérification précise les moyennes pour les 12 derniers mois de la période et les moyennes séparées pour la période additionnelle. Cette section n'est pas applicable aux participants du CAP, les journaux quotidiens ayant une moyenne de diffusion payée de 50 000 exemplaires ou moins par numéro et bénéficiant du régime de vérification biennale et les journaux hebdomadaires sous le même régime et les journaux hebdomadaires sous le régime de la vérification collective.
- d)** Des quotidiens canadiens dont la moyenne de la diffusion payée est entre 50 001 et 75 000 exemplaires par numéro peut demander une vérification couvrant une période de deux ans se terminant par un trimestre civil, pourvu que les conditions de règlement C 104.1

## **B 102.6 Vérification initiale**

Voir également

C 104.2 pour les journaux;

D 103.1 pour les publications commerciales;

E 103.1 pour les publications agricoles

F 103.1 pour les revues.

Aux fins de la vérification initiale, on dépose à l'AAM :

- (1)** un exemplaire de l'édition courante de la publication à vérifier;
- (2)** la formule d'analyse des registres de diffusion de l'AAM, dûment remplie et signée;
- (3)** l'attestation que le tarif de base de l'abonnement était imprimé régulièrement dans la publication du candidat pendant la période sur laquelle porte la vérification. Voir B 102.10;
- (4)** la liste complète de tous les prix, autres que le prix de base de l'abonnement, offerts pendant la période sur laquelle doit porter la vérification. En l'absence de documents faisant état d'une annonce publique de ces prix, on indique comme tarif de base dans le rapport de vérification initiale le tarif le plus élevé auquel on a vendu des abonnements pour la catégorie désignée.

## **B 102.7 Rapport de vérification soumis à l'éditeur**

L'éditeur reçoit un exemplaire des épreuves du rapport de vérification 10 jours au minimum avant la publication et la distribution du rapport aux membres, à moins qu'il préfère ne pas les recevoir. Il ne peut utiliser aucune partie du rapport avant que l'AAM ne le distribue à ses membres.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## **B 102.8 Coûts**

Le coût total de toute vérification effectuée par l'AAM, ainsi que le coût de toute enquête nécessaire, ou toute autre dépense additionnelle ou frais engagés par l'AAM à la demande ou relativement aux obligations d'un éditeur membre incombent à la publication. Le coût des enquêtes spéciales menées en vertu des dispositions de l'article 4.7 des Statuts incombe aux éditeurs membres concernés, tel que déterminé par le comité d'enquête spécial créé en vertu de cet article. Dans le cas de coûts autres que les coûts requis par la vérification et l'enquête qui peut être nécessaire, on avise l'éditeur qu'il doit aussi défrayer le travail supplémentaire, avant que l'AAM ne prenne des mesures à cet égard.

## **B 102.9 Écarts par rapport à la déclaration de l'éditeur**

Lorsqu'une vérification révèle des écarts par rapport aux chiffres de la déclaration de l'éditeur pour la période sur laquelle porte cette vérification, l'AAM :

- a)** Fournit à l'éditeur toutes les données (les faits précis et non pas seulement la nature générale et le type de faits) ayant entraîné des déductions.
- b)** Charge des vérificateurs de renseigner l'éditeur sur les faits précis qui ont mené à la déduction.
- c)** Si l'éditeur estime que les données fournies ne justifient pas les déductions proposées, il peut en appeler au directeur général, et s'il demeure insatisfait de la décision de ce dernier, il peut en appeler au conseil d'administration.
- d)** Si un rapport de vérification révèle des écarts de plus de 3 pour 100 entre les résultats du vérificateur et la déclaration de l'éditeur pour la période sur laquelle porte la vérification, on répète, dans les deux déclarations de l'éditeur subséquentes publiées après la vérification, le paragraphe du rapport de vérification précédent qui énonce les faits relatifs aux écarts susmentionnés.
- e)** Lorsqu'une vérification des déclarations de l'éditeur révèle un redressement dépassant 5 pour 100, on en expose les faits et circonstances au conseil d'administration qui décide des mesures à prendre.
- f)** Lorsque deux vérifications consécutives révèlent des redressements de plus de 5 pour 100, on inscrit bien en évidence sur la page frontispice du rapport de vérification une remarque à cet effet, et l'on fait de même pour les deux déclarations de l'éditeur subséquentes publiées après la vérification.

## **B 102.10 Prix incorrectement signalés**

On note dans le rapport de vérification tout écart entre les prix signalés dans la déclaration de l'éditeur et les prix publiés dans la publication pendant la période sur laquelle porte la déclaration de l'éditeur.

## **B 102.11 Publication du tarif de base annuel**

Le vérificateur s'assure que le tarif de base annuel de l'abonnement (tarif annuel de l'abonnement proposé par l'éditeur) ou, en l'absence de tarif de base annuel d'abonnement, le tarif de base en vigueur pour la période plus longue qui suit celle pour laquelle un tarif de base a été établi, a été publié régulièrement dans la publication pendant la période sur laquelle porte la vérification, faute de quoi, il ne procède pas à la vérification. S'il n'existe aucun tarif de base annuel d'abonnement pour une publication, on calcule un tarif de base au prorata de la période plus longue afin que l'AAM puisse l'utiliser pour déterminer la validité des offres d'abonnement.

## **B 102.12 Rappel d'un rapport de vérification**

Si on constate après sa publication qu'un rapport de vérification de l'AAM contient une erreur grave ou si le directeur général a des raisons de croire que ce rapport contient une erreur grave, il peut, dans ces deux éventualités, rappeler le rapport de vérification. Advenant le rappel d'un rapport de vérification, on fait parvenir un bulletin à cet effet aux membres et aux annuaires utilisant ledit rapport.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## **B 102.13 Demandes de revérification**

Si un éditeur membre met en doute l'exactitude du rapport de vérification de sa publication ou de toute autre publication de même catégorie, il a droit à une revérification, pourvu qu'il en fasse la demande dans les 10 jours suivant la réception de l'exemplaire d'épreuves du rapport de vérification ou dans les 15 jours suivant la publication du rapport, dans le cas d'une autre publication. En outre, l'éditeur membre doit justifier sa demande. La revérification est effectuée par un autre vérificateur choisi par l'AAM.

## **B 102.14 Coûts de la revérification**

**a)** Les éditeurs demandant une revérification déposent à l'AAM, lors de leur demande, un montant équivalent au coût de la revérification estimé par le directeur général.

**b)** Si l'écart entre la moyenne de la diffusion payée totale de la revérification et de la vérification originale ne dépasse pas 3 pour 100, le requérant défraie la revérification; autrement, la somme déposée lui est retournée.

**c)** Si la revérification prouve qu'une publication a fait une fausse déclaration à l'AAM concernant sa diffusion, soit par le biais de déclarations fausses ou incorrectes, soit par l'emploi dans la tenue de ses registres d'une méthode ayant tendance à tromper le vérificateur, ou pour ces deux raisons, cette publication défraie la revérification.

## **B 102.15 Rapport des écarts**

L'AAM peut émettre un rapport périodique illustrant les écarts de diffusion, s'ils sont de plus ou moins de 3 pour 100, tels qu'ils sont signalés dans les rapports de vérification publiés pendant un trimestre civil et dans les déclarations de l'éditeur de la période sur laquelle porte la vérification. Le rapport peut notamment contenir les renseignements suivants, mais sans s'y limiter : période de la vérification, diffusion totale déclarée dans la déclaration de l'éditeur; diffusion totale signalée dans le rapport de vérification; différence dans le nombre d'exemplaires; écart de pourcentage; base du tarif; différence dans le nombre d'exemplaires entre la base du tarif et le rapport de vérification; écart de pourcentage entre la base du tarif et le rapport de vérification; et toute autre donnée sous réserve de l'accord du conseil d'administration.

## **ARTICLE 3 - Déclarations de l'éditeur et Rapports de données trimestrielles**

### **B 103.1 Déclarations de l'éditeur et Rapports de données trimestrielles**

**a)** Les éditeurs membres ne doivent en aucune façon rendre publiques leurs déclarations de l'éditeur ou rapport de données trimestrielles avant que l'AAM ne les aient publiées, sauf selon les dispositions prévues à l'article A 101.2 m).

**b)** Lorsque l'édition courante d'une déclaration de l'éditeur ou rapport de données trimestrielles s'avère incorrecte sur un point important après vérification, ou de toute autre manière, le directeur général peut rappeler cette déclaration de l'éditeur ou rapport de données trimestrielles. Advenant le rappel d'une telle déclaration de l'éditeur ou rapport de données trimestrielles, on fait parvenir à cet effet un bulletin aux membres et aux annuaires utilisant ces déclarations.

**c)** Les éditeurs membres désireux de se conformer aux demandes d'un annonceur ou d'une agence de publicité membre de l'AAM peuvent fournir des déclarations de diffusion provisoires assermentées. Ces déclarations sont distribuées aux membres de la même façon que les déclarations de l'éditeur ordinaires.

### **B 103.2 Date limite de la remise des déclarations de l'éditeur et Rapports de données trimestrielles**

Les déclarations de l'éditeur ou rapports de données trimestrielles doivent être déposés après la fin de la période couverte par la déclaration, comme suit:

Journaux quotidiens

15 jours

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

Journaux hebdomadaires et journaux ayant une diffusion payée de 30 000 ou moins (optant pour l'usage du format dédié à cette catégorie de membres)	20 jours
Publications agricoles	1 mois
Revue	1 mois
Publications commerciales	1 mois

**a)** Pour journaux, si un membre ne dépose pas sa rapport de données trimestrielles dans les délais susmentionnés sans fournir de raison, on applique la procédure suivante :

- 1) Depuis quinze jours, si un membre n'a pas déclaré ses données relatives aux numéros à temps, un avis sera publié à la page Filtres du Media Intelligence Centre de l'AAM pour signaler le retard.
- 2) Les journaux qui ne respectent pas les règles pendant deux trimestres et qui n'ont pas de raison valable pour justifier la non-déclaration des données sera porté à l'attention du conseil d'administration. De plus, l'adhésion peut être résiliée.

**b)** Pour les publications commerciales et agricoles, si la déclaration de l'éditeur n'est pas complétée à l'intérieur de la période indiquée ci-dessus, et ce, sans raison valable, la procédure suivante s'applique:

- 1) En conjonction avec la publication du rapport de Snapshot, un bulletin sera distribué à tous les membres afin de les informer que la déclaration est due et n'a pas été reçue.
- 2) Si la déclaration de l'éditeur n'a pas été déposée avant le dixième jour du quatrième mois suivant la fin de la période couverte par la déclaration de l'éditeur, la question est portée à l'attention du conseil d'administration à la réunion suivante prévue. L'AAM peut alors publier un bulletin à tous les membres afin de les informer que sa déclaration ne lui est pas parvenue et que ses déclarations précédentes sont périmées.

**c)** Pour les magazines, si la déclaration de l'éditeur n'est pas complétée à l'intérieur de la période indiquée ci-dessus, et ce, sans raison valable, la procédure suivante s'applique:

- 1) En conjonction avec la publication du rapport de Snapshot, un bulletin sera distribué à tous les membres afin de les informer que la déclaration est due et n'a pas été reçue.
- 2) En conjonction avec la publication du supplément au rapport de Snapshot, un bulletin subséquent sera distribué à tous les membres afin de les informer que la déclaration n'a toujours pas été reçue et que les déclarations antérieures sont périmées.
- 3) Si la déclaration de l'éditeur, ou une raison valable pour ne pas la soumettre, n'a pas été reçue avant la fin du troisième mois suivant la fin de la période couverte par la déclaration de l'éditeur, un avis aux membres apparaîtra sur la publication électronique de la déclaration avisant qu'aucune déclaration de l'éditeur n'a été reçue. Si la déclaration de l'éditeur en souffrance n'a pas été reçue avant le septième mois suivant la fin de la période couverte par la déclaration de l'éditeur et qu'aucune raison valable pour la non-soumission n'a été fournie, l'adhésion peut être résiliée.

## **B 103.3 Soumissions de données de l'éditeur- conformité avec la vérification**

**a)** Si les résultats du vérificateur pour la période couverte par la déclaration sont disponibles au moment la soumission des données est prête à être publiée, on met ces résultats à la disposition de l'éditeur et on uniformise la soumission des données avec la vérification avant de la publier.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

De plus, les redressements proposés par le vérificateur et effectués par l'éditeur sont indiqués au paragraphe explicatif de la soumission des données.

**b)** Si l'éditeur refuse de signer cette déclaration, soit parce qu'il met en doute l'exactitude des résultats du vérificateur, soit pour toute autre raison, l'AAM publie une déclaration spéciale pour cette période, en accord avec les résultats du vérificateur. Cette déclaration ressemble en tous points à la soumission des données ordinaire, sauf que les mots « sous réserve de vérification par Alliance for Audited Media » sont remplacés par les mots « Alliance for Audited Media a vérifié cette déclaration ».

**c)** L'éditeur peut en appeler au conseil d'administration afin de protester contre la publication de la déclaration spéciale. Cet appel, s'il est déposé dans le mois suivant la fin de la période couverte, entraîne l'arrêt de la publication de la déclaration semestrielle spéciale du rapport de vérification jusqu'à ce que le conseil d'administration ait rendu sa décision. Advenant un tel appel, l'AAM envoie un bulletin déclarant ce qui suit : « La publication de la déclaration de l'éditeur pour la période se terminant le (date) et du rapport de vérification pour la période se terminant le (date) a été automatiquement ajournée sur demande de l'éditeur déposée auprès du conseil d'administration ».

**d)** Une soumissions de données de l'éditeur couvrant une période subséquente à celle pour laquelle on a déjà effectué une vérification doit se conformer aux faits établis par le vérificateur relativement aux conditions prévalant durant ladite période subséquente de la période de la soumissions de données. Si le directeur général a quelque raison de croire qu'une soumissions de données ne concorde pas avec les faits établis, cette soumissions de données de l'éditeur déclaration n'est pas publiée avant d'avoir été corrigée comme il convient. Si l'éditeur refuse de remettre une soumission corrigée, on soumet tous les faits à l'attention du conseil d'administration.

**e)** Si, à la suite d'une vérification ou d'une enquête spéciale, l'AAM se voit dans l'impossibilité de rédiger le rapport de vérification d'une publication et de le faire publier et distribuer aux membres dans les quatre mois suivant la fin de la période sur laquelle porte ledit rapport de vérification, la soumissions de données de l'éditeur de ladite publication pour la période consécutive à celle que le rapport de vérification devait couvrir est publiée uniquement après avoir été examinée et autorisée par le directeur général.

## **B 103.4 But et contenu du paragraphe réservé aux explications générales**

**a)** Le paragraphe dans les rapport de l'AAM réservé aux explications générales a pour seul but d'ajouter des détails ou d'expliquer les données fournies dans un paragraphe particulier sur un sujet donné lorsqu'il n'y a pas suffisamment de place dans ce paragraphe pour cerner tout le sujet. Le paragraphe réservé aux explications générales ne doit contenir ni fait ou déclaration se rapportant à la publicité, ni propagande publicitaire, comparative ou compétitive. L'AAM peut modifier ou censurer le texte sans recours de la part de l'éditeur.

**b)** Le paragraphe réservé aux explications générales ne contient pas d'analyse ni de ventilation de la distribution non payée, excepté dans le cas de la soumissions de données de l'éditeur et du rapport de vérification publiés pour les membres analysant la diffusion non payée, dont une description plus détaillée est donnée aux chapitres D, E et F et/ou déclarant des numéros antérieurs dans « Autre distribution, numéros antérieurs » conformément à l'article F 107.2. Dans ce paragraphe, on ne fait aucune mention de renseignements postérieurs à la période couverte par la déclaration de l'éditeur.

**c)** Nulle clause du présent paragraphe ne doit être interprétée comme contraire au règlement exigeant des explications relatives à tout écart noté dans le contenu publicitaire, ni à tout règlement exigeant des explications précises.

**d)** Dans les cas où un éditeur ne répond pas aux questions de la formule de déclaration nécessitant des chiffres réels, il n'a pas le droit de donner de réponses approximatives ou incomplètes à ces questions dans le paragraphe réservé aux

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

explications générales dans les rapports de l'AAM.

## **B 103.5 Rapports Snapshot**

**a)** À l'exception des journaux, l'AAM peut publier des rapports résumant des données choisies provenant des déclarations de l'éditeur soumises à l'AAM. Ces rapports peuvent contenir notamment, mais non exclusivement, des renseignements sur les moyennes de diffusion payée, les données sur les ménages, le rapport entre la diffusion et le nombre de ménages, et d'autres données sous réserve de l'approbation du conseil d'administration.

**b)** À l'exception des journaux, les statistiques sur la moyenne de diffusion des déclarations de l'éditeur semestrielles figurent dans les rapports Snapshot.

## **B 103.6 soumissions de données de l'éditeur modifiées**

Avant la date limite (voir la règle B 103.2) de soumission de données de l'éditeur, l'éditeur peut demander à l'AAM de faire paraître une déclaration modifiée si des révisions s'imposent et aucune constatation tirée de la déclaration n'a d'importance pour une vérification.

## **B 103.7 Méthode de comptabilisation de la diffusion par l'éditeur**

Sauf approbation préalable de l'AAM, l'éditeur doit calculer la diffusion déclarée au moyen de la même méthode de comptabilisation au cours de la période de déclaration. Par exemple, les méthodes de calcul du nombre (moyen ou réel) d'abonnements annulés pour défaut de paiement et de prise en compte du nombre (pondéré ou réel) de retours aux fins de la déclaration selon le jour de la semaine doivent être uniformes au cours de la période de vérification complète.

## **ARTICLE 4 - Divers**

### **B 104.1 Abonnements**

Les abonnements à terme échu depuis plus de trois mois n'entrent pas dans la diffusion payée, mais doivent figurer dans la distribution non payée.

### **B 104.2 Abonnements à l'étranger**

Les abonnements livrés dans des pays autres que l'Amérique du Nord et les Antilles entrent dans la diffusion payée à condition qu'ils ne soient pas échus depuis plus de six mois et qu'ils soient conformes à tous autres égards à la définition que donne l'AAM de l'abonnement payé.

### **B 104.3 Comptes des dépositaires**

La fraction du compte d'un dépositaire détaillant, d'un agent ou d'un distributeur qui est en souffrance depuis plus de trois mois n'est pas conforme à la définition de la diffusion payée retenue par l'AAM et en est exclue. Le cas échéant, l'éditeur l'inclut dans la distribution non payée et ajoute une courte description de la situation au paragraphe réservé aux explications des déclarations de l'éditeur et des rapports de vérification de l'AAM.

### **B 104.4 Exemplaires d'épreuves**

Un exemplaire envoyé à un annonceur aux fins de vérification ainsi que tous les exemplaires envoyés à des agences de publicité aux fins de vérification sont considérés comme des exemplaires d'épreuves pour les annonceurs et les agences de publicité. (Voir Statut 2.12)



# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## **B 104.5 Paiements nets reçus des abonnés**

Le total des paiements nets reçus des abonnés ne figure pas dans les rapports de l'AAM.

## **B 104.6 Exemplaires perdus, manquants, endommagés ou invendus**

Les exemplaires perdus, manquants, endommagés ou invendus entrent dans la catégorie des retours et sont déduits comme tels.

## **B 104.7 Bonis, remises et limitation des retours**

Lorsqu'un éditeur offre des bonis, des remises, des salaires, des rabais ou des réductions de prix directement à des agents, à des distributeurs, à des grossistes, à des entrepreneurs indépendants ou à d'autres tiers, ou à d'autres par leur intermédiaire, ou lorsqu'un éditeur limite le nombre de retours qu'il accepte, il doit tenir des registres vérifiables et les fournir aux vérificateurs de l'AAM pour que ces derniers puissent déterminer si la diffusion de l'éditeur est conforme aux règles qui définissent la diffusion payée. Les registres vérifiables comprennent les sondages périodiques (au moins trimestriels) des comptes de non-retours ou de retours limités et les documents qui confirment que les crédits accordés n'avaient pas pour objet de rembourser les camelots du coût des exemplaires qui n'ont pas été vendus ou qui ne répondaient pas à la définition de diffusion payée adoptée par l'AAM.

## **B 104.8 Service des vérificateurs de l'AAM**

Voir également l'article C 108 pour les journaux

Si, dans les 12 mois qui suivent la publication de sa vérification, un éditeur membre emploie ou s'engage à employer l'un des vérificateurs de l'AAM ou tout autre employé de l'AAM ayant participé à la vérification ou examiné la vérification de ce membre, l'AAM procède à une nouvelle vérification ou un nouvel examen de la vérification pour la même période que celle couverte par la vérification précédente. L'éditeur employant ou s'engageant à employer cette personne défraie cette nouvelle vérification ou ce nouvel examen.

## **B 104.9 Domaine desservi**

L'énoncé portant sur le « domaine desservi » des rapports de l'AAM contient une description du domaine, mais en aucun cas il ne contient de déclaration de nature promotionnelle. Il peut être modifié par le directeur général.

## **B 104.10 Rapports fournis aux éditeurs membres**

Un éditeur membre reçoit sans frais une copie numérique de leurs propres rapports.

## **B 104.11 Notifications relatifs à une infraction**

Tous les notifications que l'AAM publie et distribue aux membres relativement à une infraction aux Règlements, Normes et Statuts sont à titre d'information et à des fins internes.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## Chapitre C : Journaux

### ARTICLE 101 - Diffusion payée

#### C 101.1 Définition de la diffusion payée

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

a) Les abonnements ne peuvent être livrés pendant une période de plus de trois mois consécutifs suivant la date d'expiration et les abonnements à terme échu peuvent être inclus dans la diffusion payée..

b) Les abonnements d'un journal reçu dans le cadre d'une offre de l'éditeur, qui précise qu'une partie de la durée de l'abonnement est gratuite, n'entrent dans la catégorie de la diffusion payée que s'il existe un accord pour la durée intégrale et la fréquence de l'abonnement, conformément aux dispositions de la présente règle. Faute d'un tel accord, les exemplaires gratuits entrent dans la catégorie de la diffusion justifiée plutôt que dans celle de la diffusion payée.

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

Aux fins de la définition de la diffusion payée, l'expression « à l'exclusion de toute autre contrepartie » signifie que l'acheteur a payé un prix admissible pour la publication vendue au numéro ou l'abonnement en plus de la valeur d'un autre produit ou service combiné à l'offre d'abonnement ou de vente au numéro. À titre d'exemple, si l'offre d'un abonnement comprend un encouragement sous forme d'un billet de cinéma « gratuit » évalué à 6 \$, le consommateur doit payer l'abonnement 6 \$ plus un montant admissible pour que la vente soit comprise dans la diffusion payée.

#### C 101.2 Prix

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

a) Les prix de base annuels doivent être établis pour chaque durée déterminée d'abonnements livrés à domicile.

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

Livrés à domicile

Jours de la semaine et dimanche 100 \$ / année

Jours de la semaine seulement 60 \$ / année

Dimanche seulement 50 \$ / année

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

#### C101.3 Abonnements collectifs (par des entreprises pour des employés désignés)

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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

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

## **C 101.4 Exemplaies d'hôtel**

Tous les exemplaires achetés par les clients d'un hôtel selon la définition qu'en donne le présent article ou achetés par un hôtel pour ses clients peuvent être déclarés à titre de diffusion payée. Les exemplaires déclarés dans la diffusion payée doivent être payés, conformément à l'article C 101.1, Définition de la diffusion payée.

Exemplaies avec option de remboursement – Au moment de l'inscription, l'hôtel doit informer le client que le prix du journal est inclus dans les frais de location de la chambre, et qu'il peut refuser la publication et recevoir un remboursement ou un crédit.

Exemplaies d'hôtel : Exemplaies achetés par un hôtel pour distribution sur place à ses invités.

## **C 101.5 Abonnements numériques**

### **a) Prix supplémentaire**

Lorsque l'abonnement à une édition imprimée comprend l'ajout d'une édition numérique (plateforme) ou lorsque l'offre d'abonnement vise uniquement l'édition numérique (plateforme) de la publication, cette offre doit préciser que chaque édition supplémentaire (plateforme) est disponible au prix supplémentaire d'au moins un cent.

Les frais supplémentaires pour le service d'édition numérique (plateforme) doivent inclure l'option de livraison de l'édition imprimée seulement ou d'un numéro unique de l'édition numérique à un prix inférieur. L'offre de l'édition imprimée seulement ou du numéro unique de l'édition numérique doit être claire et très visible.

### **b) Aucun prix supplémentaire**

Lorsque l'abonnement à une édition imprimée comprend l'ajout d'une édition numérique (plateforme) ou est offert avec d'autres éditions numériques (plateformes) mais sans exiger de prix supplémentaire pour l'une des composantes numériques, la livraison de l'édition numérique peut uniquement être déclarée à titre de diffusion payée pour les journées de consultation de l'édition numérique par l'abonné, sous réserve des critères suivants :

- L'abonnement à l'édition imprimée ou la première édition numérique est déclarée selon le modèle d'abonnement.
- L'abonné s'inscrit et active le service numérique en créant un nom d'utilisateur et un mot de passe.
- Après l'édition imprimée ou la première édition numérique, l'éditeur peut déclarer toute les autres éditions numériques (plateformes) à titre de diffusion payée pour les journées de consultation de l'édition numérique (plateforme) par l'abonné.
- Si l'édition imprimée n'est pas incluse dans l'offre, l'éditeur peut déterminer, à sa discrétion, quelles plateformes numériques seront déclarées à titre de diffusion payée sans exigences de consultation.

**c) À l'instar de toutes les autres activités liées à la diffusion, l'éditeur est tenu de créer et de mettre à jour des systèmes de comptabilité qui saisissent avec exactitude l'utilisation de chaque plateforme numérique par les abonnés, comparent cette utilisation avec les normes d'admissibilité en vigueur et présentent sous forme de tableau les unités de diffusion justifiées.**

### **d) Normes d'admissibilité pour le prix**

Toute offre d'abonnement numérique doit indiquer une période « définitive ». Les offres de service continu sont acceptables (p. ex. x,xx \$ par mois/trimestre, jusqu'à résiliation par l'abonné).

### **e) Limitations des mesures incitatives**

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

L'éditeur ne peut offrir aux abonnés d'une offre mixte et combinée qui n'ont pas payé de frais supplémentaires pour l'édition numérique des marchandises sans rapport à la publication pour obtenir l'accès au service numérique. L'éditeur peut souligner les avantages des éditions électroniques afin d'encourager l'accès à celles-ci.

## ARTICLE 102 - Déclaration de la diffusion

### C 102.1 Moyennes de la diffusion

Les déclarations de l'éditeur et rapports de vérification comprennent le calcul des moyennes de la diffusion payée pour cinq jours (du lundi au vendredi), pour le samedi et le dimanche ou pour chaque jour de la semaine où le journal est publié, plus une moyenne quotidienne combinée de cinq jours (du lundi au vendredi). Une moyenne additionnelle (du lundi à samedi, jours de grande diffusion, etc.) peut être incluse, au gré de l'éditeur, pour la période visée par le rapport. Si la diffusion d'un journal pour un jour donné (autre que le samedi ou dimanche) est supérieure ou inférieure d'au moins 15 % à celle des autres jours, une déclaration selon le jour de la semaine est requise. Le membre peut aussi choisir de déclarer les jours de grande diffusion.

### C 102.2 Publicité nationale vendue dans les éditions du matin et du soir comme un tout

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

### C 102.3 Éditions distinctes et Publications affiliée

a) La diffusion d'une édition distincte d'un journal membre ou d'une publication affiliée peut faire partie de la diffusion du membre dans les rapports et bases de données de l'AAM sous réserve des conditions suivantes :

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

(2) On entend par publication affiliée imprimée toute autre publication imprimée qui offre un contenu éditorial ou publicitaire, mais qui n'est pas un journal, et qui est publiée au moins une fois par semaine.

Si la publication affiliée est publiée à une fréquence autre qu'hebdomadaire, la diffusion peut être déclarée dans les rapports à l'AAM, mais non comprise dans les moyennes de diffusion du journal du membre.

La diffusion de chaque publication affiliée sera déclarée de façon distincte dans les rapports et bases de données de l'AAM, sauf si la moyenne de la diffusion payée totale et justifiée de toutes les publications affiliées est inférieure à 3 % de la moyenne de la diffusion payée totale et justifiée incluant les publications affiliées et inférieure à 2 000 exemplaires par numéro.

(3) Pour chaque journal et publication affiliée d'un membre qui fait l'objet d'une déclaration, un plan d'édition doit être intégré aux rapports et aux bases de données de l'AAM et fournir les renseignements suivants :

- a) Fréquence de publication
- b) Mode de diffusion
- c) Format d'impression, le cas échéant

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

- d) Classification de la diffusion principale (payée, justifiée)
- e) Adresse du site Web pour les sites Web/applications mobiles connexes

**(4)** Toutes les éditions numériques et publications affiliées sont déclarées de façon distincte dans les paragraphes pertinents des rapports et bases de données de l'AAM :

- Les éditions numériques qui sont des répliques doivent, selon l'opinion du directeur général, avoir un contenu qui correspond à la version imprimée du journal. Une réplique peut inclure des mises à jour des reportages sur l'actualité.
- Les éditions numériques qui ne sont pas des répliques doivent correspondre en style et contenu et être homogène éditorialement au journal membre. Le contenu publicitaire des éditions numériques qui ne sont pas des répliques peut différer de la version imprimée du journal. Les éditions qui ne sont pas des répliques peuvent également se qualifier en tant que diffusion justifiée.
- Les éditions numériques d'une publication affiliée doivent correspondre en style et contenu et être homogène éditorialement au journal membre. Le contenu publicitaire d'une édition numérique d'une publication affiliée peut être différent de celui du journal imprimé. Les éditions numériques d'une publication affiliée peuvent également se qualifier en tant que diffusion justifiée.
- Le paragraphe explicatif sur les éditions numériques qualifiées d'un journal fourni dans les rapports et bases de données de l'AAM doit donner de l'information sur le contenu publicitaire de ces éditions.

La diffusion d'une édition numérique admissible à titre de diffusion payée ou justifiée vise uniquement les éditions numériques limitées et non la diffusion par des sites Web à accès illimité.

**b)** Le journal dont la publicité est régulièrement vendue séparément par région peut déclarer la distribution moyenne de chaque région dans le paragraphe explicatif des rapports.

## **C 102.4 Éditions de fin de semaine**

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

## **C 102.5 Jours exclus des moyennes**

**a)** Les journaux peuvent exclure certains jours du calcul de la moyenne de leur diffusion.

**b)** Exigences

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

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

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## c) Rapports de l'AAM

Quand certains jours sont exclus de la moyenne déclarée, il faut en indiquer les raisons et déclarer la diffusion pour chacun de ces jours au paragraphe explicatif.

## C 102.6 Éditions spéciales

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

b) Pour être admissible à titre de diffusion payée, l'édition spéciale d'un quotidien doit être vendue à un prix admissible et conformément à l'article C 102.4 Éditions distinctes.

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

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

## C 102.7 Chiffres pour une journée inscrits dans les déclarations des suppléments

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

## C 102.8 Cartes de rapport de vérification

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

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

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

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

## C 102.9 Régime de vérification collective des journaux hebdomadaires

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

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

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

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

d) Pour les semestres du 1er octobre au 31 mars et du 1er avril au 30 septembre, on émet une déclaration de l'éditeur

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

collective. La déclaration comporte des données sur la diffusion de chaque journal ainsi que sur la diffusion totale de tous les journaux du groupe.

## **ARTICLE 103 - Diffusion justifiée (les éditions numériques sont assujetties à l'article C 103.4 Diffusion numérique justifiée)**

### **C 103.1 Exemplaires des employés, correspondants et agents**

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

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

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

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

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

**d)** Le journal doit tenir des registres adéquats « paye des employés, quittances de rémunération versée aux correspondants et factures des agents ».

**e)** Les éditions numériques des employés entrent dans la diffusion justifiée lorsque l'éditeur ou un cadre de la direction de la publication (p. ex. président, dirigeant principal) autre que le responsable de la diffusion signe un affidavit confirmant le nombre d'employés et leur capacité d'accéder à l'édition numérique.

Les exemplaires susmentionnés feront l'objet d'une déclaration distincte dans la déclaration de l'éditeur et les rapports de vérification.

### **C 103.2 Éditions scolaires**

a) Un éditeur peut créer une sous-catégorie de diffusion justifiée pour y inscrire les programmes éducatifs. Dans ce cas, il doit y inclure uniquement les versions commandées pour livraison dans les écoles et utilisées en classe par les enseignants dans le cadre du programme d'études. En ce qui concerne les éditions imprimées, seules les éditions dotées de documents à l'appui confirmant l'usage (affidavits des écoles, vérification de livraison et réception, etc.) qui sont accessibles aux vérificateurs peuvent entrer dans la catégorie de la diffusion justifiée.

b) Les éditions numériques scolaires sont admissibles si l'un des critères suivants est rempli :

- (1) Critère d'admissibilité énoncé à l'article C 103.4 Diffusion numérique justifiée;
- (2) Un affidavit est déposé et tous les critères suivants sont satisfaits :
  - (a) Utilisation par les enseignants dans une salle de classe;
  - (b) L'affidavit fournit les renseignements suivants : nom de l'enseignant et de l'école, dates des cours, nombre d'étudiants en classe, confirmation de l'utilisation de la version numérique en classe aux fins du programme d'études, signature de l'enseignant et coordonnées d'une personne-ressource.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## C 103.3 Autre diffusion justifiée

### a) Livraison à domicile

Les exemplaires livrés à des ménages peuvent être déclarés à titre de « diffusion justifiée à des ménages/particuliers » dans les circonstances suivantes :

- (1) Les ménages demandent la livraison ou sont ciblés aux fins de la livraison et en sont avisés le premier jour de livraison.
  - (a) L'avis précise les dates prévues de livraison.
  - (b) L'avis doit mentionner les options permettant à un membre du ménage de communiquer avec l'éditeur pour mettre fin à la livraison.
- (2) L'éditeur doit communiquer chaque année avec tous les ménages destinataires afin de confirmer leur intention de poursuivre la livraison et de leur mentionner les options pour mettre fin à la livraison, le cas échéant.

Le contact peut se faire par la poste, par courriel, par téléphone ou par appel automatisé (composeur automatique). Il faut offrir aux ménages destinataires des mécanismes simples de résiliation du service, comme appuyer sur un bouton lors d'un appel automatisé ou répondre à un courriel.

- (3) L'éditeur doit tenir des listes à jour d'itinéraires pour chaque programme de livraison à domicile.

Si le vérificateur en fait la demande, l'éditeur doit en remettre des exemplaires à l'AAM au moins deux semaines avant le début d'un programme. Tout manquement à cette exigence de remise de documents de vérification entraînera l'inadmissibilité des exemplaires à titre de diffusion justifiée.

### b) Distribution dans des lieux publics

En sus des exemplaires destinés aux employés et aux programmes scolaires mentionnés aux articles C 103.1 et C 103.2, la diffusion dans les endroits suivants peut être déclarée à titre de diffusion justifiée si les exemplaires sont destinés à l'usage de clients.

- Commerces de détail
- Hôpitaux et maisons de soins infirmiers
- Restaurants
- Cabinets de médecin/dentiste
- Autres lieux publics (p. ex. salons de coiffure)
- Entreprises de transport aérien;

De plus, les exemplaires déposés dans des lieux publics peuvent entrer dans la diffusion justifiée. L'éditeur doit conserver les justificatifs indiquant le nombre de journaux déposés dans chaque lieu public pour chaque numéro.

## C 103.4 Diffusion numérique justifiée

Le libellé de l'article suivant tient compte de normes d'admissibilité propre à l'utilisation des éditions numériques (plateformes). Sauf indication contraire, ces articles s'ajoutent, sans remplacer, les autres règles de base sur l'admissibilité régissant la diffusion justifiée des journaux.

Les exemplaires peuvent être déclarés à titre de diffusion justifiée les jours de consultation de la publication. Il est



# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

possible de compter un exemplaire pour chaque appareil utilisé pour accéder à l'édition numérique.

## **C 103.5 Abonnements-cadeaux**

(Voir également C 105.3 Ventes combinées)

- a)** L'abonnement-cadeau se définit comme un abonnement donné en cadeau à titre de preuve d'amitié et non pas pour promouvoir les intérêts commerciaux ou professionnels du donateur.
- b)** Pour entrer dans la diffusion justifiée, les abonnements-cadeaux doivent être payés conformément à l'article C 101.1.
- c)** On juge les abonnements donnés dans le but de promouvoir les intérêts professionnels ou commerciaux du donateur en vertu des règles régissant diffusion justifiée aux ménages et aux particuliers.
- 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 abonnements diffusion justifiée aux ménages et aux particuliers.

## **C 103.6 Abonnements-cadeaux non reconnus comme diffusion payée**

- a)** Abonnements-cadeaux payés par des vendeurs d'abonnements ou d'autres personnes rémunérés au moyen de marchandises ou d'autres récompenses tenant lieu de commissions en espèces.
- b)** Abonnements-cadeaux payés par une personne à qui l'on a offert une prime si le montant reçu est inférieur à la valeur totale de la prime plus un cent.

## **ARTICLE 104 - Périodes de vérification**

### **C 104.1 Périodes de vérification**

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

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

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

### **C 104.2 Vérification initiale**

Voir également B 102.5

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

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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

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

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

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

## **C 104.3 Vérification de réadmission**

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

## **ARTICLE 105 - Stimulants pour la diffusion et autres normes d'admissibilité**

### **C 105.1 Définition des primes**

**a)** Tout ce qui constitue une prime offerte à l'abonné durant la visite de sollicitation, en plus des numéros ordinaires de la publication proprement dite, figure dans les rapports de l'AAM 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. Les numéros de l'édition numérique offerts à tous les abonnés à la version imprimée pour la période de l'offre si seuls les abonnements à la version imprimée font partie de la diffusion payée.
- 2)** Tout article envoyé gratuitement par la poste avec l'offre d'abonnement ou offert par le représentant au moment de la sollicitation, sous forme de texte reproduit ou imprimé relatif à la publication qui propose l'offre d'abonnement et dont la valeur ne dépasse pas 0,50 \$, conformément aux dispositions de l'article C 105.2 a).

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

- 3)** Les échantillons de marchandises offerts aux abonnés dans le cadre d'une offre d'abonnement dans les cas où la demande d'abonnement et la réception de l'échantillon ne dépendent pas de la souscription d'abonnement(s).
- (4)** Les marchandises offertes aux abonnés payants actuels pour les inciter à changer de mode de paiement pour leurs abonnements futurs. Ces offres sont faites indépendamment des efforts déployés pour obtenir le renouvellement des abonnements et se limitent à encourager les abonnés à consentir à un service constant (jusqu'à ce qu'il soit refusé) qui peut inclure la facturation automatique ou le débit d'un compte de carte de crédit autorisé.
- (5)** L'édition numérique des journaux, peu importe qu'elle ait un prix et/ou soit autrement déclarée comme diffusion payée.
- (6)** Des programmes qui offrent aux abonnés, à un coût additionnel après l'achat de leur abonnement, un accès exclusif à des fonctions ou à des activités conçues par l'éditeur qui ne sont pas offertes en vente au grand public.
- (7)** Un accès gratuit ou à prix réduit aux archives ou aux numéros antérieurs de la publication, dans le cadre d'un abonnement.
- (8)** L'accès gratuit ou à prix réduit au contenu en ligne ou à l'édition numérique provenant de la même maison d'édition que la publication incluse dans l'abonnement.
- (9)** Les programmes de récompenses aux abonnés visent à promouvoir la fidélité à la marque en démontrant la reconnaissance envers les abonnés et les visiteurs du site Web, et ils offrent une valeur ajoutée aux annonceurs du journal.

Ces programmes ne sont pas assimilés aux primes d'abonnement, si les conditions suivantes sont respectées :

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

**b)** Les récompenses peuvent prendre deux formes :

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

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

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

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

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

même si l'offre ne le mentionnait pas spécifiquement.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## **C 105.3 Primes offertes avec les ventes combinées**

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## a) Ventes au numéro

Si chacune des publications offertes en vente combinée a l'intention de qualifier la distribution de « diffusion payée », il faut stipuler clairement à l'acheteur qu'il peut acheter chacune des publications séparément au même prix que celui offert dans le cadre de la vente combinée.

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

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

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

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

## b) Abonnements

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

### **(1) Abonnements supplémentaires**

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

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

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

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

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

Pour voir des exemples d'offres courantes, consultez le site Web de l'AAM.

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

### **(2) Abonnements multiples à un journal**

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

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

## c) Journaux distribués ensemble

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

payée.

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

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

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

## **d)** Distribution du journal avec d'autres publications

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

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

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

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

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

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

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

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

## **e)** Primes offertes

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

### **(1)** Journaux combinés avec des journaux

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

### **(2)** Journaux combinés avec des périodiques

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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

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

Pour obtenir de plus amples renseignements, consultez le site Web de l'AAM ([www.auditedmedia.ca](http://www.auditedmedia.ca)) ou communiquez avec un gestionnaire en relations avec les éditeurs de l'AAM.

## **C 105.4 Abonnements payés par des concurrents**

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

## **C 105.5 Concours et coupons**

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

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

**b)** Les exemplaires d'une publication ou les abonnements donnés en échange de coupons ou d'équivalents, tels que dessus de boîtes, emballages, etc., seront inclus dans la catégorie de la diffusion payée comme diffusion justifiée aux ménages et aux particuliers.. Cette règle s'applique, peu importe que les coupons ou les équivalents soient ou non remboursables en espèces.

## **C 105.6 Abonnements donnés en prix**

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

## **C 105.7 Abonnements parrainés**

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

## **C 105.8 Abonnements payés en publicité**

Tout abonnement obtenu par un éditeur auprès d'un autre éditeur et payé par l'insertion d'une annonce publicitaire entre dans la catégorie de la diffusion payée, pourvu qu'une preuve de l'insertion de l'annonce publicitaire ou tout autre document

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

permette d'établir la validité d'un tel abonnement. Toutefois, dans ce cas, le vérificateur précise, dans le paragraphe réservé aux explications générales des rapports de vérification, que l'éditeur a eu recours à ce moyen.

## **C 105.9 Abonnements souscrits grâce à des points de récompense**

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

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

### **b) Exigences**

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

#### **(1) Programme**

- a)** Le processus d'inscription doit établir un lien clair avec l'organisation « hôte ».
- b)** Le participant doit demander expressément à s'inscrire au programme.
- c)** Si des points sont attribués au moment de l'inscription, les participants ne peuvent obtenir initialement plus de 35 % des points requis pour obtenir le produit ou service le moins cher offert dans le cadre du programme.
- d)** Si une date d'expiration est fixée, elle doit l'être de telle façon qu'un participant puisse accumuler suffisamment de points pour obtenir l'article ayant la plus grande valeur avant l'expiration.
- e)** La valeur attribuée aux points dans le cadre de chaque programme est basée sur le nombre de points requis pour obtenir le produit disponible sur le marché ayant la plus faible valeur (la valeur du produit divisée par le nombre de points attribués correspond à la valeur par point).
- f)** Les points sont octroyés à la suite d'activités additionnelles ou selon la valeur de chaque transaction.

#### **(2) Participant (consommateur)**

- a)** Le participant doit accomplir une action spécifique pour accumuler des points bonis.
- b)** Le participant doit accomplir une action spécifique pour obtenir des biens ou services.
- c)** Le participant au programme doit savoir quelle est l'activité précise qu'il doit accomplir pour obtenir des points et le nombre de points que chaque activité spécifiée lui permet d'obtenir.
- d)** Le participant doit pouvoir accumuler des points qu'il pourra échanger ultérieurement.
- e)** Le participant doit pouvoir vérifier régulièrement le nombre de points accumulés dans son compte.
- f)** Il doit y avoir une preuve que le participant a effectué un paiement approprié pour obtenir les articles.

#### **(3) Valeur des points**

La valeur par point est fixée comme suit :

- a)** Tous les biens contre lesquels des points peuvent être échangés doivent avoir une valeur déclarée en points ou en dollars.
- b)** Le programme doit permettre l'échange de points contre une combinaison de publications et de biens autres que des publications.

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

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



# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

**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.

## **C 105.10 Plan vacances**

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

**a)** L'abonné réserve les exemplaires d'avance. Le camelot ou l'éditeur conserve sa demande dans ses dossiers pour l'examen du vérificateur. Sur la demande figurent la date, le nom de l'abonné, son adresse et la date de ses vacances

**b)** L'abonné paie au moins un cent pour la durée pendant laquelle il demande qu'on garde ses journaux

**c)** Seuls les exemplaires livrés à l'abonné en vacances entrent dans la catégorie de la diffusion payée.

**d)** Le plan vacances a une durée maximale de quatre semaines civiles.

## **C 105.11 Ventes au numéro de numéros antérieurs**

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

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

## **C 105.12 Offre d'abonnement fondée sur le principe du consentement implicite**

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

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

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

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

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

Dans le cas des journaux qui ne déclarent pas la diffusion selon le jour de la semaine la divulgation des chiffres de la diffusion est obligatoire pour la région du marché concernée si un changement de fréquence entraîne un écart de la

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

moyenne de la diffusion payée de cette région du marché supérieur à 15 pour 100 par rapport aux autres jours de la semaine.

Si un journal modifie la fréquence de la livraison dans une partie d'une zone de déclaration l'AAM sans que les abonnés aient donné leur accord, les abonnés touchés se voient offrir la possibilité de renoncer aux livraisons supplémentaires avant le changement de fréquence.

Le cas échéant, le journal déclare le nombre d'abonnés convertis à la nouvelle fréquence, la date d'entrée en vigueur du changement, et il définit (géographiquement ou autrement) le groupe d'abonnés touchés au paragraphe réservé aux explications générales,

## **C 105.13 Cessions dues à une fusion**

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

**a)** Les journaux fusionnées sont homogènes.

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

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

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

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

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

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

## **C 105.14 Achat d'une liste d'abonnements**

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

- a)** Les publications sont homogènes.
- b)** Dans le cas des quotidiens ou d'autres publications d'intérêt surtout local, les deux journaux doivent avoir été publiés dans la même région du marché désigné ou dans un rayon de 100 milles.
- c)** Le nombre de numéros d'un abonnement non expiré à inclure dans la catégorie de la diffusion payée est calculé selon l'une des méthodes suivantes, au gré de l'éditeur. Sa décision est assujettie à l'approbation du directeur général.
- (1)** En divisant le montant encore dû à l'abonné, au tarif de base annuel de l'abonnement à la publication éliminée, par le prix unitaire de la publication qui continue à être publiée, ledit prix étant calculé au prorata du tarif de base annuel de l'abonnement de la publication qui continue à être publiée.
- (2)** En comptant le nombre de numéros de la publication éliminée encore dus à l'abonné et en créditant le même nombre de numéros de la publication substituée, à condition que le tarif de base annuel de l'abonnement à la publication éliminée corresponde à au moins 50 pour 100 du tarif de base annuel de l'abonnement à la publication substituée, ou à condition que le prorata du prix unitaire (tarif de base annuel de l'abonnement divisé par le nombre d'exemplaires publiés annuellement) de la publication éliminée corresponde à au moins 50 pour 100 au prorata du prix unitaire de la publication substituée.
- d)** Il ne s'écoule pas plus de six mois entre la cessation du service à l'abonné de l'ancienne publication et le début du service de la publication substituée.
- e)** Les exemplaires livrés aux abonnés de la publication achetée après la date d'échéance n'entrent pas dans la catégorie de la diffusion payée.
- f)** Si l'abonné est libre d'opter pour le remboursement en espèces du solde de son abonnement, mais qu'il préfère recevoir la nouvelle publication et si, de l'avis du directeur général, on a clairement prouvé qu'il a demandé qu'on lui livre cette publication au lieu de lui verser le montant en espèces, l'abonnement est classé comme s'il était abonné à la nouvelle publication, sous réserve des dispositions de l'alinéa c) du présent règlement.
- g)** La première déclaration de l'éditeur après la cession contient une déclaration consolidée de la diffusion au paragraphe 1, mais les autres analyses du rapport sont effectuées séparément pour chacune des publications concernées. Les analyses portant sur des publications qui sont membres de l'AAM se fondent sur les plus récents rapports de l'AAM. Pour celles qui n'étaient pas membres de l'AAM, on procède à une analyse aussi approfondie que possible dans les circonstances et on note, en fournissant une explication, les cas où il est impossible d'obtenir certains renseignements exigés dans les rapports de l'AAM. Par la suite, on continue à procéder à des analyses séparées si, de l'avis du directeur général, cette procédure est nécessaire pour donner les renseignements essentiels.

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

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

- a)** Les journaux sont homogènes.
- b)** Dans le cas de quotidiens ou d'autres publications d'intérêt surtout local, les deux publications ont été publiées dans la même localité.
- c)** L'abonné à qui on propose de changer a la possibilité de le faire ou de demeurer sur la liste de la publication à laquelle il est abonné, ou il a la possibilité de recevoir en espèces le solde dû de l'ancien abonnement ou d'accepter la substitution de l'autre publication et, dans chaque cas, la publication produit un document attestant de l'autorisation de l'abonné.
- d)** Le nombre de numéros d'un abonnement non expiré à inclure dans la catégorie de la diffusion payée est calculé selon

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

l'une des méthodes suivantes, au gré de l'éditeur. Sa décision est assujettie à l'approbation du directeur général

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

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

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

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

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

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

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

**b)** Les abonnements de la publication suspendue se conforment en tout aux autres règles de l'AAM.

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

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

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

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

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - 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. L'AAM se réserve le droit d'exiger une explication plus détaillée que celle susmentionnée si, de l'avis du directeur général, cela s'avère nécessaire pour fournir les renseignements essentiels.

## **C 105.17 Abonnements à crédit**

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

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

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

**(2)** l'abonné paie le montant facturé;

**(3)** le montant facturé soit suffisamment élevé pour répondre aux exigences des règles de l'AAM à tous autres égards.

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

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

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

Les exemplaires livrés pour des abonnements qui n'ont pas été payés conformément ci-dessus, et qui n'ont pas été annulés précédemment, sont automatiquement soustraits de la catégorie de la diffusion payée et figurent dans la catégorie de la distribution non payée.

## **C 105.18 Crédits internes**

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

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

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

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

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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

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

## **C 105.19 Ventes à la criée (dans la rue)**

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

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

## **ARTICLE 106 - Autres rapports**

### **C 106.1 Rapports de données trimestrielles**

a) Les journaux membres sont tenus de soumettre des déclarations trimestrielles

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

### **C 106.2 Déclarations et rapports de vérification de journaux consolidés**

Les rapports consolidés contenant des données sur la diffusion de journaux individuels ainsi que sur la diffusion totale de tous les journaux individuels du groupe qui font partie de l'AAM peuvent être émis pour les éditeurs qui le demandent, à condition que la publicité y soit vendue en combinaison pour tous les journaux dudit groupe. Les rapports sont émis conformément aux format standard fournies par l'AAM.

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

## **ARTICLE 107 - Analyse par zone de déclaration et par mode de livraison**

### **C 107.1 Diffusion dans la ville d'un autre membre**

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

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

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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

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

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

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

## **C 107.2 Liste des villes recevant 100 exemplaires ou plus**

**a)** Tous les éditeurs de journaux consignent l'analyse de la distribution par villes recevant au moins 100 exemplaires par jour. La liste, dressée selon l'ordre alphabétique des comtés ou une analyse de la diffusion par code postal au Canada recevant au moins 100 exemplaires, classés dans l'ordre alphanumérique, est incluse dans les rapports de vérification.

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

Les éditeurs peuvent, à leur gré, fournir, en même temps que la déclaration de l'éditeur habituelle, l'analyse de la distribution que l'on publie sous forme de rapport supplémentaire. La ventilation est aussi assujettie à vérification au moment de la vérification habituelle. La « totale projetée de la diffusion » ne figure pas dans le rapport supplémentaire.

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

**(1)** La liste comprend la ventilation de la diffusion totale des exemplaires publiés au cours d'une période du lundi au vendredi, ou d'un samedi ou d'un dimanche. La ou les dates choisies pour la déclaration au rapports de vérification doivent avoir une diffusion représentative, sous réserve de l'approbation de l'AAM.

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

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

**(3)** Les éditeurs ont le choix de déclarer la diffusion pour chaque ville recevant au moins 100 exemplaires en utilisant la répartition suivante :

a) total;

b) ventes au numéro, exemplaires livrés à domicile, exemplaires livrés par camion et justifiée;

c) exemplaires livrés à domicile, ventes par camelot (y compris exemplaires livrés par camion), ventes au numéro et justifiée.

d) la « distribution » d'éditions numériques doit être rapportée sur une ligne séparée à la fin du rapport.

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

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

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

diffusion totale par comté. L'AAM calcule le « total de la moyenne de la diffusion projetée ».

**c)** La liste par ville comprend ce qui suit :

**(1)** La diffusion de chaque ville, cité ou localité reconnue recevant au moins 100 exemplaires.

**(2)** L'AAM ajoute les statistiques sur les foyers occupés en se fondant sur les données établies par l'AAM du recensement et/ou par Statistique Canada pour tous les comtés, les zones urbaines établies et pour toutes les villes, cités ou localités comptant au moins 2 500 foyers occupés.

**(3)** Le total de la distribution de chaque province est inclus dans la liste donnant la distribution des villes recevant au moins 100 exemplaires. Si une province ne compte aucune cité recevant au moins 100 exemplaires, l'éditeur a deux options :

a) inscrire la distribution totale de chaque province.

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

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

**(1)** La diffusion est inscrite pour chaque code postal recevant au moins 100 exemplaires. Les villes comprises dans chaque code postal sont indiquées.

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

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

## **ARTICLE 108 - Service des vérificateurs de l'AAM**

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

## **ARTICLE 109 - Analyse supplémentaire**

### **C 109.1 Analyse supplémentaire**

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

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

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

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



# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

les allégations de l'éditeur, le rapport de données supplémentaires n'est pas publié.

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

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

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

## **C 109.2 Livraison à domicile, adresse précise**

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

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

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

## **C 109.3 Livraison à domicile, couverture du marché**

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

## **C 109.4 Distribution Accès public**

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

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

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

**b)** De plus, le rapport de tous les membres procédant à l'analyse comprend la ventilation de la distribution par code postal

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

et par ville reconnue et localité recevant au moins 100 exemplaires par numéro, en ordre numérique et alphabétique respectivement.

## **C 109.6 Distribution de l'analyse supplémentaire**

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## Chapitre D : Publications commerciales

### ARTICLE 101

#### D 101.1 Définition de la diffusion payée

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

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

**b)** Ventes d'abonnements :

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

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

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

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

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

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

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## D 101.2 Prix

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

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

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

**d)** Les publications commerciales ont le choix de déclarer ou non la moyenne des prix au numéro et la moyenne des prix annualisée dans leur déclaration de l'éditeur et rapport de vérification.

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

Au produit du prix moyen au numéro s'ajoute la fréquence annuelle (exemplaires livrés au cours d'une période de un an) qui donne une moyenne de prix d'abonnement annualisée. La période de base pour toute déclaration de l'éditeur est la période de douze mois se terminant à la date de la déclaration de l'éditeur précédent (p. ex., le calcul pour les déclarations pour la période se terminant en décembre est basée sur le revenu de la production et le montant en dollars, la valeur des primes et les renseignements sur les annulations d'abonnement à crédit pour les douze mois terminés le 30 juin précédent.)

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

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

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

## ARTICLE 102

### D 102.1 Ventes d'exemplaires multiples

**a)** Tous les exemplaires ou abonnements achetés en quantité de deux ou plus qui, de l'avis du directeur général, servent les intérêts professionnels ou économiques de l'acheteur, sont désignés comme ventes d'exemplaires multiples, à moins d'exception stipulée aux alinéas b) à l). Les ventes d'exemplaires multiples, qu'il s'agisse d'abonnements à terme ou de ventes au numéro, selon lesquelles les exemplaires sont envoyés en vrac à l'acheteur qui en contrôle la distribution finale figurent dans les rapports de l'AAM sous le titre « Ventes d'exemplaires multiples au même destinataire ».

Les ventes d'exemplaires multiples, qu'il s'agisse d'abonnements à terme ou de ventes au numéro, selon lesquelles les exemplaires sont adressés individuellement et envoyés par la poste, figurent dans les rapports de l'AAM sous le titre « Ventes parrainées d'exemplaires adressés individuellement ». Si les exemplaires sont envoyés en vrac, il faut conserver

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

à l'AAM de l'éditeur une preuve documentaire satisfaisante attestant qu'ils sont destinés à des personnes désignées par leur nom et/ou leur titre.

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

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

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

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

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

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

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

**i)** Les abonnements achetés en quantité par des sociétés, des établissements ou des particuliers pour leurs employés, leurs filiales ou leurs succursales ne sont pas assujettis aux modalités de l'alinéa a), mais sont déclarés dans les ventes « individuelles » des rapports de l'AAM si les registres prouvent que les exemplaires sont adressés et envoyés à des particuliers employés par l'abonné ou séparément à des succursales ou à des filiales. Si les exemplaires sont envoyés en vrac, il faut conserver à l'AAM de l'éditeur une preuve documentée satisfaisante attestant que ces exemplaires sont destinés à être distribués aux employés, filiales ou succursales de ces acheteurs.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

j) Les ventes en quantité ne font figure de ventes d'exemplaires multiples que lorsque le prix est conforme au paragraphe D 101.1.

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

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

- a) le financement est demandé pour l'achat d'abonnements à un programme précis;
- b) si l'entreprise parrainant l'achat est aussi un annonceur de la publication, le montant du parrainage doit s'ajouter à la publicité achetée par ladite entreprise;
- c) les éditeurs affectent au moins un cent par abonnement (ou vente au numéro) du fonds de parrainage pour chaque vente;
- d) les destinataires sont prévenus que l'abonnement/l'exemplaire au numéro est fourni à partir du fonds de parrainage; et
- e) le paragraphe réservé aux explications générales comprend une description du ou des commanditaires, les quantités achetées, le montant prélevé par l'éditeur sur le fonds de parrainage pour chaque abonnement/exemplaire au numéro, et la moyenne est comprise dans la diffusion payée.

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

a) Le membre d'une association, d'un organisme ou d'une société recevant une publication en raison de son adhésion à ladite association, audit organisme ou à ladite société, que l'abonnement soit payé dans le cadre des cotisations ou contributions ou qu'il soit payé par le membre en plus de sa cotisation comme condition de son adhésion, est désigné sous le titre d'abonné membre d'association et les abonnements qui en résultent sont considérés comme abonnements d'association à condition que leurs registres soient mis à la disposition de l'AAM 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 à l'AAM aux fins de vérification entrent dans la catégorie « En vrac », à condition que lesdits abonnements répondent aux conditions générales des abonnements en vrac.

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

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

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

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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

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

## **D 102.4 Abonnements-cadeaux**

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

**b)** Pour entrer dans la diffusion justifiée, les abonnements-cadeaux doivent être payés conformément à l'article D 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 à terme en vrac ou les abonnements spéciaux par la poste, selon le cas.

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

## **D 102.5 Abonnements-cadeaux non reconnus comme diffusion payée**

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

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

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

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

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

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

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

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

## **D 102.7 Définition de destinataire justifié**

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

payée dans le domaine desservi et toute la diffusion justifiée payée correspondent à la définition de destinataire justifié. La diffusion payée en instance de justification du domaine desservi ou du destinataire justifié est incluse dans les rapports de l'AAM.

## **D 102.8 Abonnements liés à un partenariat**

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

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

- a)** L'acheteur est avisé de l'inclusion de l'abonnement à la publication commerciale au moment de l'achat.
- b)** Le montant affecté à l'abonnement est expliqué de façon claire et compréhensible dans toute correspondance.
- c)** Il est précisé de façon claire et compréhensible que le montant affecté à l'abonnement peut être déduit du prix d'achat.
- d)** La valeur des autres avantages peut être calculée comme le coût total de l'élément lié au partenariat sans l'abonnement à la publication commerciale, à condition que ces avantages soient identiques aux avantages offerts pour l'achat comprenant l'abonnement à la publication commerciale.
- e)** Le prix total payé doit être d'au moins un cent plus le coût d'achat sans l'abonnement à la publication commerciale et il est le même que le montant indiqué comme étant déductible pour la valeur de l'abonnement. Dans le cas des publications déclarant un prix moyen, le montant déductible est utilisé dans le calcul comme étant la valeur de la publication.
- f)** En cas de vente d'exemplaires au numéro, le prix d'achat de la publication commerciale (prix au numéro) est déductible au point de vente.
- g)** Les publications qui vendent des abonnements ou des exemplaires au numéro liés à un partenariat indiquent le nombre moyen d'exemplaires livrés sous la rubrique « Abonnements liés à un partenariat » ou « Ventes au numéro liées à un partenariat », la vente étant décrite en détail au paragraphe explicatif.

## **ARTICLE 103**

### **D 103.1 Vérification initiale**

Voir également B 102.5 vérification initiale

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

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

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

- b)** Les publications ont le choix du numéro qu'elles analysent pendant la période initiale de vérification.
- c)** La publication dont la vérification initiale pour une période se terminant à une date autre que le 31 mars le 30 juin le 30 septembre ou le 31 décembre voit sa vérification suivante porter sur une période se terminant le 31 mars le 30 juin le 30



# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

septembre ou le 31 décembre afin de respecter les périodes habituelles de vérification.

## **D 103.2 Vérification de transfert**

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

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

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

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

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

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

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

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

## **ARTICLE 104**

### **D 104.1 Déclarations de l'éditeur**

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

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

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

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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

Le rapport de vérification suivant répète la même déclaration.

Si, avant que des registres aient été établis depuis assez longtemps pour satisfaire aux exigences des pratiques normalisées de l'AAM, la publication déclare à nouveau une certaine diffusion sans double compte, soit oralement, soit par écrit, directement aux annonceurs ou par le biais de matériel publicitaire, le directeur général cite l'éditeur à comparaître devant le conseil d'administration conformément à la procédure prescrite à l'article 7.4 des Statuts.

## ARTICLE 105

### D 105.1 Analyse géographique

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

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

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

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

**d)** Le nombre d'exemplaires de la diffusion non classée dans la ventilation par État ou province ne peut pas dépasser 5 pour 100 dans la déclaration de l'éditeur, mais le vérificateur indique les chiffres réels dans les rapports de vérification, quel que soit le nombre d'exemplaires de la diffusion non classée.

**e)** La diffusion à l'étranger figurant dans l'analyse géographique des rapports de vérification et de la déclaration de l'éditeur est classée par pays sous une forme approuvée par le directeur général. Lorsque la diffusion dans un pays (autre que les États-Unis, le Canada et le Mexique) est égale ou supérieure à 5 % de la diffusion totale du numéro analysé, on indique dans le paragraphe explicatif le nom du pays et la diffusion.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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

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

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

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

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

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

- (1)** Les publications mensuelles ou paraissant moins souvent envoient au destinataire tous les numéros pendant au moins six mois consécutifs; ou
- (2)** Les publications qui paraissent plus souvent qu'une fois par mois envoient au destinataire au moins six numéros consécutifs pendant au moins trois mois consécutifs.

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

## **D 105.2 Analyse par secteur**

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

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

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

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Au cas où il n'y a pas de catégorie «Gouvernement étranger ou gouvernements», on inscrit les abonnements destinés au gouvernement russe et aux pays satellites dans la même colonne que les abonnements destinés au gouvernement d'autres

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

pays, à condition d'avoir les pièces justificatives voulues pour justifier l'inclusion desdits abonnements dans cette catégorie. En l'absence de preuve, on inscrit ces abonnements à la rubrique «Autre » et «Autres associés au domaine ».

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

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

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

## **D 105.3 Date de la source**

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

**b)** Le numéro analysé est le même que celui utilisé pour l'analyse par secteur et pour l'analyse géographique. Aucune information obtenue après la fin de la période de déclaration de l'éditeur ne peut être utilisée à des fins de classification.

**c)** Une analyse séparée de la date du document servant de source (1,2 et 3 ans) est faite pour chaque catégorie de la diffusion non payée dans le domaine desservi dont la moyenne de la diffusion est indiquée au paragraphe 1b). Les éditeurs doivent aussi déclarer la production générée par Internet ou par courriel sur une ligne séparée au paragraphe 3B des rapports de l'AAM.

Si on analyse la diffusion payée, soit on répartit la diffusion payée entre les catégories de source non payée selon les critères suivants :

Abonnements individuels à la demande expresse du destinataire - par écrit;

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

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

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

**d)** La publication compte et analyse un numéro pendant chaque période de vérification. Les chiffres à utiliser pour la déclaration de l'éditeur suivante sont calculés en fonction des pourcentages de chaque catégorie, déterminés d'après le numéro analysé, et ces pourcentages peuvent servir à calculer la diffusion totale du numéro à déclarer. Si l'analyse se fonde sur une prévision des pourcentages, il faut l'indiquer. Dans le cas de ce type d'analyse, la moyenne totale de la diffusion payée et non payée du domaine desservi pour la période de déclaration de l'éditeur ne doit pas être supérieure ou inférieure de 10 pour 100 à la moyenne totale de la diffusion payée et de la diffusion non payée figurant dans la déclaration de l'éditeur précédente.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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

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

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

## **D 105.4 Analyse du fichier d'adresses**

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

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

On déclare les exemplaires adressés à des particuliers sans mention de leur titre à la rubrique «Particuliers désignés par leur nom et titre ou profession » si l'on fournit suffisamment de pièces justificatives vérifiables concernant leur titre. Les exemplaires adressés à la « Bibliothèque » ou au « Bibliothécaire » figurent dans la rubrique « Exemplaires adressés aux entreprises désignées seulement par leur nom ».

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

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

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

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

## **ARTICLE 106**

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## D 106.1 Renouvellements

- a)** Les publications commerciales qui déclarent la diffusion payée ne sont pas tenues de déclarer le pourcentage des renouvellements. L'analyse porte seulement sur les abonnements de la diffusion payée.
- b)** Un abonnement est censé être un renouvellement si la demande d'abonnement est reçue dans les six mois qui suivent la date d'expiration et réglée dans les six mois qui en suivent la réception.
- c)** Pour obtenir le pourcentage des renouvellements, on divise le nombre total d'abonnements venus à expiration au cours d'une période de 12 mois par le nombre total de renouvellements desdits abonnements. (La date d'expiration est la date à laquelle l'abonnement a expiré et non la date à laquelle la livraison a été interrompue ou arrêtée.)
- d)** Le pourcentage de renouvellements des abonnements d'association, des abonnements limités aux éditions spéciales (diffusion d'éditions spéciales régulières) et des abonnements individuels est indiqué séparément pour chaque catégorie. Chaque éditeur est libre de déclarer un pourcentage global des renouvellements en plus du pourcentage de renouvellements des abonnements individuels et des abonnements d'association.
- e)** Dans le calcul des pourcentages de renouvellements, on peut faire abstraction des abonnements envoyés à des adresses à l'étranger, F.P.O. et A.P.O., auquel cas on utilise dans le paragraphe des renouvellements la mention : « À l'exception de l'étranger, F.P.O. et A.P.O. »
- f)** Si une publication commerciale déclare un nombre de renouvellements, soit oralement soit par écrit, directement aux annonceurs ou par le biais de matériel publicitaire, ou si elle rend publique une comparaison concernant son pourcentage de renouvellements, elle doit confirmer officiellement ses allégations au paragraphe explicatif de la déclaration de l'éditeur suivante. Avant de publier la déclaration de l'éditeur, l'AAM inspecte les registres de la publication pour s'assurer qu'elle dispose des registres requis pour justifier ses allégations. Si l'inspection révèle qu'elle ne dispose pas des registres requis pour justifier ses allégations conformément aux pratiques normalisées de l'AAM, la déclaration du pourcentage de renouvellements est supprimée de la déclaration de l'éditeur avant sa publication et remplacée par la déclaration suivante : « Les registres demandés par l'AAM n'étant pas disponibles, l'AAM ne peut confirmer le pourcentage de renouvellements et il ne faut pas tenir compte des allégations faites par la publication ou en son nom. »

Le rapport de vérification suivant répète la même déclaration.

Si, avant que des registres aient été établis depuis assez longtemps pour satisfaire aux exigences des pratiques normalisées de l'AAM, la publication allègue de nouveau un certain nombre de renouvellements ou un pourcentage de renouvellements, soit oralement, soit par écrit, directement aux annonceurs ou par le biais de matériel publicitaire, le directeur général cite l'éditeur à comparaître devant le conseil d'administration conformément à la procédure prescrite à l'article 7.4 des Statuts.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## ARTICLE 107

### D 107.1 Abonnements différés

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

### D 107.2 Numéros antérieurs

- a) On considère qu'un numéro d'une publication est un numéro antérieur dès que le numéro suivant est mis en vente.
- b) Les numéros antérieurs livrés dans le cadre d'une offre d'abonnement à terme entrent dans la catégorie de la diffusion payée jusqu'à concurrence de trois mois avant la date de la demande d'abonnement, à condition que l'offre d'abonnement ait expressément mentionné l'offre de numéros antérieurs ou que l'abonné ait demandé que son abonnement soit antidaté et que les exemplaires soient livrés sans interruption et payés conformément aux règles applicables aux abonnés payants.

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

- c) On ne peut inclure dans la catégorie payée que les exemplaires distribués en rapport avec des demandes d'abonnement dont la date ne dépasse pas de 30 jours la période couverte par la déclaration de l'éditeur.
- d) Au cas où l'abonné n'a pas été informé expressément au moment ou avant la date de la demande qu'il recevra des numéros antérieurs dans le cadre de son abonnement, seuls les exemplaires livrés qui ne remontent pas à plus d'un numéro antérieur au numéro actuel à la date de la demande, pour une publication qui n'est pas hebdomadaire, ou de plus de deux numéros antérieurs au numéro actuel à la date de la demande, pour une publication hebdomadaire, entrent dans la diffusion payée.
- e) Les numéros antérieurs vendus à l'exportation et distribués à l'étranger ne figurent pas dans les déclarations de l'éditeur et les rapports de vérification.
- f) Les ventes au numéro de numéros antérieurs sont reconnues comme payées pour la période de trois mois suivant la date de vente d'un numéro, à condition que l'acheteur ait expressément commandé ces numéros antérieurs. Lorsque des numéros antérieurs sont envoyés avec des numéros actuels en vente, seul le numéro actuel compte comme diffusion payée et ce, à condition que le montant soit le prix normal au numéro du numéro actuel.

### D 107.3 Encouragements à payer

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

Un encouragement à payer peut comprendre des exemplaires supplémentaires de la publication, ou un rabais au comptant, ou autre chose sans rapport avec la publication. Il est décrit comme un encouragement à payer dans le paragraphe explicatif de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification.



# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## ARTICLE 108

### D 108.1 Abonnements reçus en rapport avec un contrat de publicité

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

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

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

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

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

### D 108.2 Définition des primes

**a)** Tout ce qui constitue une prime offerte à l'abonné durant la visite de sollicitation, en plus des numéros ordinaires de la publication proprement dite, figure dans les rapports de l'AAM 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, peuvent figurer au paragraphe prévu à cette fin. Cette déclaration est facultative pour tous les membres.

Tout peut constituer une prime sauf :

- (1) Des numéros complets de journaux ou de périodiques envoyés à tous les abonnés pour la période de l'offre
- (2) Tout article envoyé gratuitement par la poste avec l'offre d'abonnement ou offert par le représentant au moment de la sollicitation, sous forme de texte reproduit ou imprimé relatif à la publication qui propose l'offre d'abonnement.
- (3) Les échantillons de marchandises offerts aux abonnés dans le cadre d'une offre d'abonnement dans les cas où la demande d'abonnement et la réception de l'échantillon ne dépendent pas de la souscription d'abonnement(s).
- (4) Les marchandises offertes aux abonnés payants actuels pour les inciter à changer de mode de paiement pour leurs abonnements futurs. Ces offres sont faites indépendamment des efforts déployés pour obtenir le renouvellement des abonnements et se limitent à encourager les abonnés à consentir à un service constant (jusqu'à ce qu'il soit refusé) qui peut inclure la facturation automatique et/ou le débit d'un compte de carte de crédit autorisé.
- (5) L'accès gratuit ou à prix réduit aux archives, aux numéros antérieurs ou au contenu enrichi de la publication dans le cadre de l'offre d'abonnement.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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

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

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

**b)** Si l'offre d'abonnement comprend une partie ou la totalité du numéro antérieur, celui-ci est considéré comme une prime, à moins que l'abonnement ne commence rétroactivement, conformément aux dispositions de l'AAM 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.

## **D 108.3 Primes offertes avec les abonnements et les ventes au numéro**

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

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

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

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

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

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

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

## **D 108.4 Primes offertes avec les ventes combinées**

Lorsqu'on offre une prime liée à la vente combinée de plusieurs publications commerciales, le montant que paie l'abonné ne doit pas être inférieur à la valeur de la prime selon la définition de l'article D 108.3 plus le montant prescrit à l'article D

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

108.5. Lorsque la prime s'applique à deux publications ou plus, dont l'une est une publication commerciale et l'autre une revue, une publication agricole ou un journal, le montant payé par l'abonné ne doit pas être inférieur à un cent pour la publication commerciale plus au moins le montant admissible précisé par la division de l'autre publication plus la valeur de la prime, qu'elle soit ou non stipulée.

## **D 108.5 Abonnements/Ventes au numéro combinés**

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

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

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

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

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

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

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

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

## **D 108.6 Abonnements payés par des concurrents**

Les abonnements reçus lors d'un concours et payés par le concurrent et non par le destinataire de la publication ne sont pas reconnus comme étant conformes aux règlements définissant l'abonnement payé, mais on les inclut dans la distribution

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

non payée en fournissant des explications dans le paragraphe réservé aux explications générales de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification.

## **D 108.7 Abonnements donnés en prix**

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

## **D 108.8 Abonnements obtenus dans le cadre de dons à des oeuvres de bienfaisance**

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

## **D 108.9 Abonnements payés en publicité**

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

## **D 108.10 Abonnements souscrits grâce à des points de récompense**

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

## **D 108.11 Abonnements à crédit**

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

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

(2) l'abonné paie le montant facturé;

(3) le montant facturé soit suffisamment élevé pour répondre aux exigences des règles de l'AAM 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 six mois suivant le commencement du service, pour les publications commerciales.

(2) En dehors de l'Amérique du Nord et des Antilles, le paiement doit parvenir dans les neuf mois suivant le commencement du service. Les exemplaires livrés pour des abonnements n'ayant pas été payés conformément à l'alinéa c)(1) ou c)(2), et qui n'ont pas été annulés précédemment, sont automatiquement soustraits de la catégorie de la diffusion payée et figurent dans la catégorie de la distribution non payée.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## **D 108.12 Abonnements réglés par versements**

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

## **ARTICLE 109**

### **D 109.1 Rétablissements**

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

### **D 109.2 Prolongations dues à une baisse de tarif**

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

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

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

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

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

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

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

**c)** Lorsqu'on envisage de repousser des dates d'expiration en raison d'une réduction de la fréquence de parution, on fait une épreuve de la liste correspondant à l'édition qui précède immédiatement celle qui marque l'entrée en vigueur du changement et on confirme que cette mesure a été prise en déposant une attestation à l'AAM. 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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

ainsi, on conserve la nouvelle date d'expiration dans un dossier où l'on peut la retrouver aisément.

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

## **D 109.4 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 de l'AAM, sous réserve des conditions suivantes :

**a)** Les publications fusionnées sont homogènes.

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

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

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

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

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

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

## **D 109.5 Achat d'une liste d'abonnements**

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

**a)** Les publications sont homogènes.

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

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

**(1)** En divisant le montant encore dû à l'abonné, au tarif de base annuel de l'abonnement à la publication éliminée,

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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

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

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

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

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

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

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

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

**a)** Les publications sont homogènes.

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

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

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

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

**(2)** En comptant le nombre de numéros dus à l'abonné de la publication cédée et en créditant le même nombre de numéros de la nouvelle publication, à condition que le tarif annuel de base de l'abonnement à la publication cédée corresponde à au moins 50 pour 100 du tarif de base annuel de l'abonnement à la nouvelle publication, ou à condition

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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 de l'AAM se fondent sur les plus récents rapports de l'AAM. Pour celles qui n'étaient pas membres de l'AAM, on procède à une analyse aussi approfondie que possible dans les circonstances et on note, en fournissant une explication, les cas où il est impossible d'obtenir certains renseignements exigés dans les rapports de l'AAM. Par la suite, on continue à procéder à des analyses séparées si, de l'avis du directeur général, cela est nécessaire pour donner les renseignements essentiels.

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

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

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

**b)** Les abonnements de la publication suspendue se conforment en tout aux autres règles de l'AAM.

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

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

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

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

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

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

**g)** La première déclaration de l'éditeur dans laquelle on compte les abonnements cédés dans la diffusion payée comporte une déclaration citant la publication dont proviennent les abonnements, le nombre d'abonnements cédés et la façon dont on exécute les conditions du contrat de l'abonné. L'éditeur peut, s'il le désire, déclarer le nombre d'exemplaires livrés dans



# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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. L'AAM se réserve le droit d'exiger une explication plus détaillée que celle susmentionnée si, de l'avis du directeur général, cela s'avère nécessaire pour fournir les renseignements essentiels.

## ARTICLE 110

### D 110.1 Méthodes de vente d'abonnements

Les ventes d'abonnements sont classées d'après les méthodes auxquelles on a recours dans les rapports de l'AAM conçus pour les publications commerciales conformément aux définitions et instructions suivantes :

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

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

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

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

**b) Demande par l'intermédiaire de vendeurs:**

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

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

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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

- a) vendeurs sur le terrain à temps plein;
- b) entrepreneurs indépendants de vente sur le terrain, nommés par l'éditeur dont ils relèvent;
- c) agence de vente d'abonnements sur le terrain appartenant conjointement à deux ou plusieurs éditeurs, qui est considérée dans les rapports de l'AAM comme la source d'abonnements demandés par l'intermédiaire de «Vendeurs de l'éditeur ou d'autres éditeurs».

**(3) Vendeurs d'agences indépendantes :**

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

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

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

**c) Membres d'association :**

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

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

**e)** L'AAM dresse une liste des organismes de vente d'abonnements selon la définition qu'en donne le présent article et la distribue aux éditeurs membres accompagnée d'instructions pertinentes pour les aider à bien classer leur production.

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

## **D 110.2 Éditions séparées**

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

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

**b)** La publication commerciale publiée en plusieurs éditions dont la publicité est vendue séparément dans une ou plusieurs éditions est tenue d'indiquer la diffusion moyenne pour chaque édition et de préciser la fréquence de parution au paragraphe

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

1 d) sous le titre «Moyenne de la diffusion payée et non payée des éditions régionales et démographiques» ainsi que les totaux de toutes les éditions dans des colonnes distinctes, aux paragraphes analyses selon la profession et géographique de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification.

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

**d)** Faute de désignation particulière comme « Édition » ou « Éditions », la publication est tenue de déclarer, au paragraphe 1 d), la diffusion moyenne pour chaque partie et, aux paragraphes analyses selon la profession et géographique des rapports de l'AAM, le total pour chaque partie dans laquelle la publicité figure ordinairement séparément, sauf pour les régions comprenant un État, une province ou un pays dans leur totalité ou comprenant une classification commerciale ou professionnelle complète.

Voir également l'article D 110.3 Éditions numériques et versions numériques.

## **D 110.3 Versions numériques et éditions numériques**

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

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

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

La diffusion de l'édition numérique doit être déclarée séparément dans la déclaration de l'éditeur et le rapport de vérification, conformément à l'article D 110.2 des Règlements.

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

**(1)** Si le nombre moyen d'exemplaires des versions ou éditions numériques dépasse cinq pour cent de la moyenne de la diffusion justifiée totale lors de la période sur laquelle porte la déclaration, la diffusion des versions ou des éditions numériques doit être déclarée séparément dans les paragraphes moyenne de la diffusion par numéro, analyse selon la profession, répartition du lectorat selon l'année de sa qualification, analyse des adresses de correspondance et analyse géographique des rapports de l'AAM.

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

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

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

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

**e)** Les abonnés à la version ou l'édition numérique seulement doivent fournir une adresse physique aux fins de la déclaration

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

au paragraphe 4 Analyse géographique. Ceux qui ne fournissent pas d'adresse physique utilisable sont déclarés sous « adresse électronique seulement » et ne sont pas assujettis à la limite des 5 % prescrite à l'alinéa D 105.1 c) Analyse géographique.

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

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

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

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

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

## **ARTICLE 111**

### **D 111.1 Ajouts et suppressions**

Les éditeurs qui déclare la diffusion justifiée non payée le nombre d'ajouts et de suppressions effectués par mois sur les listes de destinataires de la diffusion non payée dans le domaine desservi. La déclaration d'ajouts et de suppressions est facultative.

## **ARTICLE 112**

### **D 112.1 Diffusion non payée sur demande expresse**

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

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

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

Les renseignements relatifs à la classification par profession de tous les destinataires sont clairement indiqués sur la demande, ou il faut noter la source de référence et la mettre à la disposition du vérificateur pour examen. Les demandes

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

par téléphone de service d'abonnement non payé provenant de destinataires qualifiés ou de la société du destinataire peuvent figurer comme demandes expresses.

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

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

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

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

**(2)** Si la méthode utilisée pour solliciter de nouveaux abonnés est propre à une publication (ne comprend pas les offres d'autres produits ou services) et si le formulaire de sollicitation doit être rempli, verbalement ou par écrit, par le destinataire, il n'est pas nécessaire que le formulaire contienne une phrase demandant si la personne, ou le représentant de la société dans le cas de commandes collectives, souhaite recevoir la publication.

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

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

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

**(4)** La formule de demande par écrit doit comporter le nom et l'adresse des destinataires individuels ou leur signature. Les personnes qui remplissent un formulaire par courriel ou sur Internet doivent inscrire leurs nom et adresse et/ou leurs caractéristiques démographiques.

**c)** La diffusion sur demande expresse est déclarée au paragraphe 3b des déclarations de l'éditeur et des rapports d'audit comme demande expresse du destinataire ou de sa société.

(1) Pour entrer dans la catégorie des demandes expresses du destinataire, la demande doit être présentée par le destinataire, son superviseur ou son adjoint autorisé.

Si la demande n'a pas été présentée par le destinataire, elle doit préciser la nature de la relation entre l'auteur de la demande et le destinataire et contenir une question concernant son autorisation à présenter la demande au nom du destinataire.

Par exemple, « Êtes-vous autorisé(e) à présenter cette demande au nom de cette personne? Oui \_\_\_ Non \_\_\_ . »

(2) Une demande qui n'entre pas dans la catégorie des demandes expresses du destinataire mais qui satisfait à tous les autres aspects de cette règle peut entrer dans la catégorie des demandes expresses de la société du destinataire.

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

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

(a) Changement d'adresse et/ou d'affiliation à une compagnie

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

- (b) L'accès à la version électronique de la publication selon l'échelle suivante:
  - (i) Pour les publications commerciales ayant une fréquence de publication de 13 à 52 ou plus, numéros par année - 9 fois par période de déclaration de l'éditeur
  - (ii) Pour les publications commerciales ayant une fréquence de publication de cinq à 12 numéros par année - deux fois par période de déclaration de l'éditeur..
  - (iii) Pour les publications commerciales ayant une fréquence de publication de trois à quatre numéros par année -une fois par déclaration de l'éditeur.
  - (iv) Pour les publications commerciales ayant une fréquence de publication d'un ou deux numéros par année - une fois par période de vérification.

Les publications doivent conserver un registre de preuves de requête initiale et d'engagement subséquent à des fins de vérifications.

**e)** Le destinataire entre dans la catégorie du domaine desservi par la publication.

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

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

**a)** La diffusion non payée en dehors de la diffusion sur demande expresse est indiquée au paragraphe 1 b) de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification à condition que le destinataire soit dans le domaine desservi par la publication et que les documents sur la date de la source ne remontent pas à plus de 36 mois.

**b)** Les communications provenant de destinataires et de la société du destinataire qui ne remplissent pas les critères de demande expresse énoncés en D 112.1 peuvent être déclarées comme communications autres qu'une demande. Les cartes-réponses, les sondages, les questionnaires et autres documents ou le télémarketing qui ne remplissent pas les conditions d'une demande expresse peuvent entrer dans cette catégorie.

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

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

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

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

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

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

**d)** La diffusion non payée de plusieurs exemplaires au même destinataire est déclarée dans une colonne séparée. Elle peut

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

être classée par entreprise et secteur en fonction des données démographiques du principal destinataire. Dans ce cas, celui-ci doit fournir une preuve satisfaisante pour justifier cette classification. La classification selon le titre et l'occupation est la classification « Autre ».

**e)** La diffusion non payée de plusieurs exemplaires au même destinataire résultant d'une demande du destinataire principal est déclarée sous le titre « Demande directe de l'entreprise du destinataire », au répartition du lectorat selon l'année de sa qualification. Les annuaires commerciaux, les listes et autres sources sont aussi des sources acceptables.

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

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

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

## **D 112.4 Explication générale de la diffusion non justifiée**

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

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

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

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

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

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

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## D 112.5 Diffusion Des Éditions Spéciales Régulières

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

**a)** La diffusion non payée doit respecter les exigences stipulées aux articles D 112.1 et D 112.2, sous réserve des exceptions ci-dessous. La diffusion payée doit être vendue aux prix admissibles déterminés aux articles D 101.1 et D 101.2.

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

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

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

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

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

**e)** Les chiffres analysés dans le paragraphe relatif à l'analyse des activités commerciales indiquent les abonnements d'associations de façon distincte si ce type de diffusion est égal ou supérieur à 2 pour 100 de la diffusion du numéro analysé. L'analyse s'effectue d'après les numéros de mai et de novembre pour les publications mensuelles, et d'après n'importe quel numéro de mai et de novembre pour les publications paraissant plus souvent. Si le numéro comportant un article de fond compris dans la diffusion occasionnelle non payée n'est pas livré avec le numéro de mai ou de novembre, il faut analyser le dernier numéro qui comportait un tel article livré pendant la période de déclaration de l'éditeur.

**f)** Il est nécessaire de déclarer la date de la source conformément à l'article D 105.3 des Règlements de l'AAM pour la diffusion occasionnelle justifiée non payée, mais une analyse réelle doit être faite pour un numéro de chaque période de déclaration.

**g)** L'analyse des fichiers d'adresses est nécessaire comme le prévoit l'article D 105.4 pour la diffusion occasionnelle justifiée non payée, mais une analyse réelle doit être faite pour un numéro de chaque période de déclaration.

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

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

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

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

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



# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## ARTICLE 113

### D 113.1 Analyses supplémentaires

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### D 113.2 Rapports de données supplémentaires

Les éditeurs de publications commerciales peuvent joindre à leur déclaration de l'éditeur et rapport de vérification une analyse des destinataires qui sont classés dans la diffusion non justifiée parce qu'ils ont reçu la publication moins de six

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

mois consécutifs, s'il s'agit d'une publication mensuelle, ou ont reçu moins de six numéros consécutifs, s'il s'agit d'une publication qui paraît plus fréquemment. La fréquence de distribution aux destinataires de la diffusion non justifiée figure dans le rapport de données supplémentaires.

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

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

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

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

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

## **D 113.3 Rapport consolidé sur les médias**

Les membres éditeurs peuvent rendre disponible un rapport de médias consolidés en remplacement à la déclaration de l'éditeur et inclure des données vérifiées de diffusion qualifiée requises par la déclaration de l'éditeur de l'AAM/AAM Digital Media Services Inc., les données de lecteurs secondaires, de visiteurs uniques de sites Web, des utilisateurs enregistrés, de la distribution de lettres d'information et tout autre média de format vérifiable et sous les conditions suivantes :

**a)** Les divers types de médias sont homogènes en ce qui concerne leur contenu rédactionnel en comparaison de la publication hôte membre de l'AAM.

**b)** La publicité est offerte en vente combinée.

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

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

La page couverture doit contenir un sommaire de gestion.

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

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

Les caractéristiques démographiques, la date de la source et/ou l'adresse postale pour l'ensemble ou une partie des médias analysés;

Un regroupement de la diffusion totale, de la distribution et de l'exposition à toute forme de média analysé sans inclure les médias sociaux.

Une analyse géographique de tout ou partie des médias analysés;

Toute autre caractéristique des destinataires de la diffusion/distribution/exposition des médias analysés, reposant sur des documents vérifiables et soumises à l'approbation du directeur général.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## ARTICLE 114

### D 114.1 Explication du retard des expéditions

Lorsqu'au moins 15 pour 100 des exemplaires d'un numéro sont expédiés aux destinataires à la date ou après la date réelle d'expédition indiquée du numéro suivant, la date d'expédition de ce numéro est indiquée au paragraphe réservé aux explications générales de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification. Faute de date d'expédition précise dans le tarif ou dans les annuaires reconnus, le jour (ou premier jour du mois) de la date de couverture du numéro suivant sert à déterminer si les exemplaires sont envoyés en retard. On indique dans l'explication quel est le pourcentage et quel est le nombre d'exemplaires expédiés en retard.

## ARTICLE 115

### D 115.1 Éditions spéciales

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

Les éditions spéciales sont indiquées au paragraphe moyenne de la diffusion par numéro seulement, accompagnées d'une note précisant que la diffusion n'entre pas dans les moyennes indiquées au paragraphe 1. Une explication non promotionnelle des éditions spéciales peut figurer au paragraphe 11, sous réserve des dispositions de l'article B 103.4.

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## Chapitre E : Publications agricoles

### ARTICLE 101

#### E 101.1 Définition de la diffusion payée

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

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

**b)** Ventes d'abonnements :

**1)** Le tarif de l'abonnement d'une durée est égal à ou plus un cent.

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

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

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

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

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

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

#### E 101.2 Prix

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

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

**c)** Les déclarations de l'éditeur et les rapports de vérification comprennent une analyse des ventes de la période basée sur le prix de vente en pourcentage du prix de base.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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

**e)** Prix de base : pour les types de service suivants, on établit un prix de base qui figure dans le rapport de l'AAM :

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

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

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

**(4)** Éditions numériques - un seul prix de base dans le domaine desservi pour chaque durée déterminée

**f)** Les publications agricoles ont le choix de déclarer ou non la moyenne des prix au numéro et la moyenne des prix annualisée dans leur déclaration de l'éditeur et leur rapport de vérification.

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

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

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

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

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## ARTICLE 102

### E 102.1 Ventes d'exemplaires multiples

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

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

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

**b)** Tous les exemplaires ou abonnements achetés en quantité de 10 au maximum sont consignés à la rubrique « Ventes au numéro »

ou « Abonnements individuels » dans les rapports de l'AAM, à moins d'exception stipulée dans les dispositions suivantes.

### E 102.2 Définition des ventes d'exemplaires multiples payées

**a)** Les ventes en quantité n'entrent dans la catégorie des ventes en vrac que si le prix payé est conforme aux dispositions de E 101.1.

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

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

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

### E 102.3 Abonnements-cadeaux

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

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

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

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

aux règles régissant les ventes en vrac.

## **E 102.4 Abonnements de membre d'association, d'organisme ou de société**

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

**b)** Adhésions sont réparties en deux catégories, comme le précisent les paragraphes suivants. La catégorie est expliquée en détail dans les rapports de l'AAM.

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

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

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

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

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## **E 102.5 Abonnements par adhésion à un club**

Tous les exemplaires livrés à des particuliers faisant partie d'un club ou d'une organisation similaire doivent être classifiés comme abonnements par adhésion à un club et présentés dans les déclarations de l'éditeur et les rapports de vérification comme abonnements individuelle à moins d'exception stipulée dans les dispositions suivantes :

- a)** Le membre du club est prévenu de l'abonnement à la revue au moment où il adhère au club.
- b)** Le montant affecté à l'abonnement est conforme à l'article E 101.1 et est expliqué de façon claire et compréhensible dans toute la correspondance concernant l'adhésion.
- c)** Il est précisé de façon claire et compréhensible si le montant affecté à l'abonnement peut être déduit ou non de l'ensemble des frais d'adhésion
- d)** Pour les publications qui font une réclamation du prix moyen, le montant établi comme étant déductible devra être utilisé dans le calcul de la valeur de la publication.
- e)** Les abonnements par adhésion à un club non déductibles peuvent compter dans la diffusion payée sous réserve des conditions suivantes :

- (1)** La publication comprise dans le programme d'adhésion au club a un contenu rédactionnel compatible avec les caractéristiques distinctives du club ou du programme d'adhésion.
- (2)** Les droits d'adhésion annuels doivent être perçus auprès des membres du club ou de l'organisme.
- (3)** La publication offre un contenu rédactionnel et/ou des avantages particuliers aux membres du club, au moins tous les trimestres, ou à chaque parution de la publication, si elle est publiée moins fréquemment.
- (4)** Les membres du club/de l'organisme peuvent choisir de mettre fin à leur adhésion tout en demeurant des abonnés à un prix identique ou meilleur que le montant affecté à l'abonnement dans les frais d'adhésion.
- (5)** Le montant affecté à l'abonnement doit être d'au moins un cent, et la valeur des produits ou services tangibles (primes) plus le montant affecté à l'abonnement ne peut être supérieure au montant imputé comme droits d'adhésion.

## **E 102.6 Abonnements liés à un partenariat**

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

- a)** L'acheteur est prévenu du produit/service inclus dans l'abonnement à la revue agricole au moment de l'achat.
- b)** Le montant affecté à l'abonnement est expliqué de façon claire et compréhensible dans toute correspondance.
- c)** Il est précisé de façon claire et compréhensible que le montant affecté à l'abonnement peut être déduit du prix d'achat.
- d)** La valeur des autres avantages peut être calculée comme le coût total de l'achat de l'élément lié au partenariat sans l'abonnement à la revue, à condition que ces avantages soient identiques aux avantages offerts pour l'achat comprenant l'abonnement à la revue.
- e)** Le prix total payé doit être d'au moins un cent plus le coût d'achat sans l'abonnement à la revue agricole et doit être le même que le montant indiqué comme étant déductible pour la valeur de l'abonnement. Les publications qui font une demande relative aux prix moyen, le montant indiqué comme étant déductible pourra être utilisé dans le calcul de la valeur de la publication.



# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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

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

## **E 102.7 Ventes d'exemplaires multiples parrainées pour l'éducation**

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

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

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

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

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

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

## **ARTICLE 103**

### **E 103.1 Vérification Initiale**

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

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

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

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

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

## **ARTICLE 104**

### **E 104.1 Déclarations de l'éditeur**

**a)** Pour tout les publications, les déclarations semestrielles couvrent les périodes allant du 1<sup>er</sup> janvier au 30 juin et du 1<sup>er</sup> juillet au 31 décembre ou du 1<sup>er</sup> octobre au 31 mars et du 1<sup>er</sup> avril au 30 septembre.

**b)** Les éditeurs des publications qui utilisent les cycles de rapport de juin et décembre peuvent faire une déclaration

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

provisoire de l'éditeur pour une période trimestrielle allant du 1<sup>er</sup> janvier au 31 mars ou du 1<sup>er</sup> juillet au 30 septembre seulement.

**c)** Les éditeurs des publications qui utilisent les cycles de rapport de mars et septembre peuvent faire une déclaration provisoire pour une période trimestrielle allant du 1<sup>er</sup> avril au 30 juin ou du 1<sup>er</sup> octobre au 31 décembre seulement.

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

## ARTICLE 105

### E 105.1 Analyse géographique

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

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

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

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

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

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

Les exemplaires d'abonnement adressés aux membres des Forces armées ou au personnel civil affilié et dont on connaît la destination aux États-Unis et dans ses territoires ou au Canada figurent dans la ventilation géographique suivant les États, territoires ou provinces où les exemplaires sont adressés.

### E 105.2 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 particuliers. On ne considère pas comme édition démographique les exemplaires de la publication qui ne répondent pas à cette définition, mais qui sont distribués selon des régions choisies.

Les éditeurs peuvent ajouter, aux démographiques à la déclaration de l'éditeur et au rapport de vérification des publications agricoles au paragraphe, une analyse portant sur un numéro de la diffusion payée totale par abonnement et de la diffusion justifiée non payée en identifiant l'abonné/le destinataire selon son degré d'intérêt pour l'agriculture, sa participation au

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

travail agricole ou selon d'autres aspects démographiques pertinents.

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

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

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

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

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

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

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

## **E 105.3 Date de la source**

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

**b)** Le numéro analysé est le même que celui utilisé pour l'analyse géographique.

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

Abonnements individuels à la demande expresse du destinataire;

Abonnements d'association et en vrac à d'autres sources.

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

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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

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

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

## ARTICLE 106

### E 106.1 Renouvellements

**a)** Si une publication agricole allègue des renouvellements soit dans une communication directe verbale ou écrite à des annonceurs, soit à l'occasion d'une publicité, ou si elle a rendu publique une déclaration comparative concernant son pourcentage de renouvellements, la publication fait, dans la première déclaration de l'éditeur à l'AAM après l'allégation annoncée, une déclaration formelle en ce qui concerne le nombre de renouvellements avancé dans le paragraphe explicatif. Avant de publier la déclaration de l'éditeur, l'AAM inspecte les registres de la publication pour se convaincre que la publication possède les dossiers nécessaires pour justifier l'allégation. Si l'inspection révèle qu'elle ne dispose pas des dossiers requis pour justifier l'allégation selon la pratique normalisée de l'AAM, 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 l'AAM pour justifier une allégation de pourcentage de renouvellements et il ne faut pas tenir compte de la déclaration à cet effet faite par cette publication ou en son nom. »

Le rapport de vérification suivant répète la même déclaration.

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

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

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

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

de renouvellements des abonnements en vrac.

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

## **ARTICLE 107**

### **E 107.1 Abonnements différés**

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

### **E 107.2 Numéros antérieurs**

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

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

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

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

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

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

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

### **E 107.3 Encouragements à payer**

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

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

**b)** Il faut prendre en considération la valeur de l'encouragement à payer lorsque l'on fixe le montant que l'abonné doit payer,

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

pour que l'abonnement remplisse les conditions d'un abonnement payé stipulées dans les règles relatives aux prix, primes, combinaisons et autres règles applicables.

## ARTICLE 108

### E 108.1 Abonnements reçus en rapport avec un contrat de publicité

Les abonnements reçus en rapport avec un contrat de publicité entrent dans la catégorie « Ventes parrainées d'exemplaires adressés individuellement » aux conditions suivantes :

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

Lorsque les abonnements sont envoyés en vrac à l'acheteur, ils n'entrent pas dans la catégorie de la diffusion payée à moins que les dossiers de l'éditeur n'attestent de toute évidence que ces exemplaires expédiés en vrac sont destinés à des employés, des filiales ou des succursales de ces acheteurs, auquel cas on admet la classification dans la catégorie « Ventes d'exemplaires multiples au même destinataire ».

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

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

### E 108.2 Définition des primes

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

Tout peut constituer une prime sauf :

- (1) Des numéros complets de publications agricoles envoyés à tous les abonnés pour la période de l'offre.
- (2) Tout article envoyé gratuitement par la poste avec l'offre d'abonnement ou offert par le représentant au moment de la sollicitation, sous forme de texte reproduit ou imprimé relatif à la publication qui propose l'offre d'abonnement et dont la valeur ne dépasse pas 0,50 \$, conformément aux dispositions de l'article E 8.3.
- (3) Les échantillons de marchandises offerts aux abonnés dans le cadre d'une offre d'abonnement dans les cas où la demande d'abonnement et la réception de l'échantillon ne dépendent pas de la souscription d'abonnement(s).
- 4) Un accès gratuit ou à prix réduit aux archives ou aux numéros antérieurs de la publication, dans le cadre d'un

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

abonnement.

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

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

**b)** Si l'offre d'abonnement comprend une partie ou la totalité du numéro antérieur, celui-ci est considéré comme une prime, à moins que l'abonnement ne commence rétroactivement, conformément aux dispositions de l'AAM 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 « périodique » aux fins de l'exception stipulée à l'alinéa a) du présent article, mais est considérée comme une prime si elle est vendue avec une autre publication.

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

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

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

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

**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.

## **E 108.4 Primes offertes avec les ventes combinées**

Lorsqu'on offre une prime liée à la vente combinée de plusieurs publications, le montant que paie l'abonné ne doit pas être inférieur à la valeur de la prime selon la définition de l'article E 108.3 plus le montant prescrit à l'article E 108.5. Lorsque la prime s'applique à deux publications ou plus (l'une étant une publication agricole et l'autre, un magazine, une publication commerciale ou un journal), le montant payé par l'abonné ne doit pas être inférieur à un cent pour la publication agricole plus au moins le montant admissible tel qu'il est défini par la division de l'autre/des autres publication(s) plus la valeur de la prime, qu'elle soit ou non stipulée.

## **E 108.5 Abonnements/ventes au numéro combinés**

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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

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

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

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

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

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

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

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

## **E 108.6 Abonnements payés par des concurrents**

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

## **E 108.7 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.



# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## **E 108.8 Abonnements obtenus dans le cadre de dons à des oeuvres de bienfaisance**

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

## **E 108.9 Abonnements payés en publicité**

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

## **E 108.10 Abonnements souscrits grâce à des points de récompense**

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

## **E 108.11 Abonnements à crédit**

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

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

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

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

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

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

## **E 108.12 Abonnements réglés par versements**

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

## **ARTICLE 109**

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## **E 109.1 Rétablissements**

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

## **E 109.2 Prolongations dues à une baisse de tarif**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## **E 109.4 Cessions dues à une fusion**

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

**a)** Les publications fusionnées sont homogènes.

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

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

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

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

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

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

## **E 109.5 Achat d'une liste d'abonnements**

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

**a)** Les publications sont homogènes.

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

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

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

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

prix unitaire de la publication substituée.

- d)** Il ne s'écoule pas plus de six mois entre la cessation du service à l'abonné de l'ancienne publication et le début du service de la publication substituée.
- e)** Les exemplaires livrés aux abonnés de la publication achetée après la date d'échéance n'entrent pas dans la catégorie de la diffusion payée.
- f)** Si l'abonné est libre d'opter pour le remboursement en espèces du solde de son abonnement, mais qu'il préfère recevoir la nouvelle publication et si, de l'avis du directeur général, on a clairement prouvé qu'il a demandé qu'on lui livre cette publication au lieu de lui verser le montant en espèces, l'abonnement est classé comme s'il était abonné à la nouvelle publication, sous réserve des dispositions de l'alinéa c) du présent règlement.
- g)** La première déclaration de l'éditeur après la cession contient une déclaration consolidée de la diffusion au paragraphe 1, mais les autres analyses du rapport sont effectuées séparément pour chacune des publications concernées. Les analyses portant sur des publications qui sont membres de l'AAM se fondent sur les plus récents rapports de l'AAM. Pour celles qui n'étaient pas membres de l'AAM, on procède à une analyse aussi approfondie que possible dans les circonstances et on note, en fournissant une explication, les cas où il est impossible d'obtenir certains renseignements exigés dans les rapports de l'AAM. Par la suite, on continue à procéder à des analyses séparées si, de l'avis du directeur général, cette procédure est nécessaire à l'obtention de renseignements essentiels.

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

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

- a)** Les publications sont homogènes.
- b)** Dans le cas de publications d'intérêt surtout local, les deux publications ont été publiées dans la même localité.
- c)** L'abonné à qui on propose de changer a la possibilité de le faire ou de demeurer sur la liste de la publication à laquelle il est abonné, ou il a la possibilité de recevoir en espèces le solde dû de l'ancien abonnement ou d'accepter la substitution de l'autre publication et, dans chaque cas, la publication produit un document attestant de l'autorisation de l'abonné.
- d)** Le nombre de numéros d'un abonnement non expiré à inclure dans la catégorie de la diffusion payée est calculé selon l'une des méthodes suivantes, au gré de l'éditeur. Sa décision est assujettie à l'approbation du directeur général.
  - (1)** En divisant le solde dû à l'abonné, au tarif de base annuel de la publication cédée, par le prix unitaire de la publication à laquelle l'abonnement est cédé, ledit prix dans les deux cas étant calculé au prorata du tarif de base annuel de l'abonnement.
  - (2)** En comptant le nombre de numéros dus à l'abonné de la publication cédée et en créditant le même nombre de numéros de la nouvelle publication, à condition que le tarif annuel de base de l'abonnement à la publication cédée corresponde à au moins 50 pour 100 du tarif de base annuel de l'abonnement à la nouvelle publication, ou à condition que le prorata du prix unitaire (tarif de base annuel de l'abonnement divisé par le nombre d'exemplaires publiés annuellement) de la publication cédée corresponde à au moins 50 pour 100 au prorata du prix unitaire de la nouvelle publication.
- e)** Les exemplaires livrés aux abonnés de la publication cédée après la date d'échéance n'entrent pas dans la catégorie de la diffusion payée.
- f)** La première déclaration de l'éditeur après la cession contient une déclaration consolidée de la diffusion au paragraphe 1, mais les autres analyses du rapport sont effectuées séparément pour chacune des publications concernées. Les

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

analyses portant sur des publications qui sont membres de l'AAM se fondent sur les plus récents rapports de l'AAM. Pour celles qui n'étaient pas membres de l'AAM, on procède à une analyse aussi approfondie que possible dans les circonstances et on note, en fournissant une explication, les cas où il est impossible d'obtenir certains renseignements exigés dans les rapports de l'AAM. Par la suite, on continue à procéder à des analyses séparées si, de l'avis du directeur général, cela est nécessaire pour donner les renseignements essentiels.

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

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

- a)** Le choix d'autres publications est offert dans les six mois suivant la dernière date de parution de la publication suspendue.
- b)** Les abonnements de la publication suspendue se conforment en tout aux autres règles de l'AAM.
- c)** Au moins une des publications offertes en remplacement présente un contenu semblable à celui de la publication suspendue.
- d)** Le nombre de numéros d'un abonnement non expiré à inclure dans la catégorie de la diffusion payée est calculé selon l'une des méthodes suivantes, au gré de l'éditeur. Sa décision est assujettie à l'approbation du directeur général.
  - (1)** En divisant le solde dû à l'abonné, au tarif de base annuel de l'abonnement à la publication suspendue, par le prix unitaire de la publication substituée, ledit prix étant calculé au prorata du tarif de base annuel de l'abonnement.
  - (2)** En comptant le nombre de numéros de la publication éliminée encore dus à l'abonné et en créditant le même nombre de numéros de la publication substituée, à condition que le tarif de base annuel de l'abonnement à la publication éliminée corresponde à au moins 50 pour 100 du tarif de base annuel de l'abonnement à la publication substituée, ou à condition que le prorata du prix unitaire (tarif de base annuel de l'abonnement divisé par le nombre d'exemplaires publiés annuellement) de la publication éliminée corresponde à au moins 50 pour 100 au prorata du prix unitaire de la publication substituée.
- e)** Les exemplaires livrés aux abonnés de la publication éliminée après la date d'échéance n'entrent pas dans la catégorie de la diffusion payée.
- f)** Si l'abonné est libre d'opter pour le remboursement en espèces du solde de son abonnement, mais qu'il préfère recevoir la nouvelle publication et si, de l'avis du directeur général, on a clairement prouvé qu'il a demandé qu'on lui livre cette publication au lieu de lui verser le montant en espèces, l'abonnement est classé comme s'il était abonné à la nouvelle publication, sous réserve des dispositions de l'alinéa d) du présent article.
- g)** La première déclaration de l'éditeur dans laquelle on compte les abonnements cédés dans la diffusion payée comporte une déclaration citant la publication dont proviennent les abonnements, le nombre d'abonnements cédés et la façon dont on exécute les conditions du contrat de l'abonné. L'éditeur peut, s'il le désire, déclarer le nombre d'exemplaires livrés dans le cas de ces abonnements pendant la période couverte par la déclaration. Pendant toute la période où des abonnements sont cédés, l'éditeur fournit cette explication dans ses déclarations de l'éditeur. L'AAM 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**

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## E 110.1 Méthodes de vente d'abonnements

Les ventes d'abonnements peut etres classées d'après les méthodes auxquelles on a recours dans les rapports de l'AAM conçus pour les publications agricoles conformément aux définitions et instructions suivantes :

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

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

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

**b)** Demande par l'intermédiaire de vendeurs:

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

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

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

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

**a)** vendeurs sur le terrain à temps plein;

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

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

**(3)** Vendeurs d'agences indépendantes :

Les abonnements vendus par des organismes de vente sur le terrain, de l'extérieur, qui ne sont affiliés à l'éditeur que pour la souscription d'abonnements, sont indiqués dans les rapports de l'AAM comme ayant été demandés par l'intermédiaire

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

de « vendeurs d'agences indépendantes ».

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

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

#### **(4) Agences de journaux :**

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

Méthode a) : Abonnements demandés par publipostage.

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

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

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

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

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

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

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

#### **c) Membres d'association :**

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

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

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

## **E 110.2 Éditions séparées**

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

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

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

vérification.

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

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

## ARTICLE 111

### E 111.1 Diffusion non payée sur demande expresse

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

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

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

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

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

Cette autre phrase peut aussi être utilisée :

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

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

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

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

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

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

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

### E 111.2 Diffusion non payée en dehors de la diffusion sur demande expresse

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



# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

- b)** Les annuaires spécialisés reconnus peuvent être utilisés comme source de diffusion justifiée non payée. Les annuaires sont convenablement identifiés et datés et sont mis à la disposition du vérificateur pour examen.
- c)** Les listes de destinataires justifiés peuvent être déclarées dans la diffusion justifiée non payée. Ces listes sont datées, identifiées et soumises au vérificateur.
- d)** Les demandes d'abonnements justifiés non payés obtenues grâce à des entrevues téléphoniques menées par l'éditeur ou ses agents peuvent entrer dans la catégorie de la diffusion par télémarketing. Les personnes effectuant les entrevues par téléphone signent et datent les questionnaires d'entrevue. Les entrevues contiennent, aux fins de la vérification, une question personnelle à laquelle seul le destinataire est capable de répondre, comme la date de naissance ou le nom de jeune fille de sa mère. Il faut poser des questions différentes au moment du renouvellement des demandes, et toutes les questions personnelles sont soumises à l'approbation de l'AAM. Les éditeurs sont chargés de conserver des dossiers et registres appropriés pour vérifier les appels téléphoniques. Si le service d'abonnement non payé est sollicité par téléphone par le destinataire justifié ou par son entreprise, on peut considérer l'abonnement comme une demande expresse.
- e)** Une communication écrite d'un destinataire justifié ou de son entreprise qui ne remplit pas les critères de demande expresse peut être déclarée dans la diffusion justifiée non payée.
- f)** Les cartes-réponses, sondages, questionnaires et autres documents ne répondant pas aux critères de demande expresse peuvent être déclarés dans la diffusion justifiée non payée.
- g)** L'éditeur peut déclarer les abonnements payés non renouvelés comme «Autres sources» au paragraphe 1 des rapports de l'AAM à condition que les exemplaires non payés soient livrés comme suit :
  - (1)** Les publications paraissant mensuellement ou moins souvent livrent chaque numéro au destinataire pendant un minimum de six mois consécutifs; ou
  - (2)** Les publications paraissant à intervalles de plus d'un mois livrent au destinataire un minimum de six numéros consécutifs pendant au moins trois mois consécutifs.

## **E 111.3 Abonnements multiples**

Les éditeurs qui utilisent des bons de commande,

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

- a)** Les publications sont homogènes, et la définition de leur domaine desservi est comparable.
- b)** Les formulaires de qualification écrite portent une signature séparée pour chaque titre commandé. Pour les commandes par télémarketing, il suffit de poser une seule question d'identification personnelle pour tous les titres commandés.
- c)** Pour les formulaires de qualification par écrit ou les commandes par télémarketing, il suffit de demander les caractéristiques démographiques une fois pour tous les titres commandés. Une seule date est requise.
- d)** Le texte du message de télémarketing indique que l'offre porte sur plusieurs titres.
- e)** On inclut dans le message de télémarketing ou dans le formulaire de qualification une description, d'une phrase, du contenu rédactionnel différenciant les publications. De plus, les formulaires de qualification par écrit portent le logo de chaque publication à côté de la ligne réservée à la signature, pour augmenter la notoriété de la publication auprès des abonnés.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## E 111.4 Ajouts et suppressions

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

## E 111.5 Diffusion non payée d'exemplaires multiples au même destinataire

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

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

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

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

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

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

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

## ARTICLE 112

### E 112.1 Éditions spéciales

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

Les éditions spéciales sont déclarées au paragraphe moyenne de la diffusion par numéro seulement, avec une note en bas de page indiquant que la diffusion n'est pas comprise dans les moyennes indiquées au paragraphe 1. Une explication non promotionnelle des éditions spéciales peut figurer au paragraphe 11, sous réserve des dispositions de l'article B 103.4.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## Chapitre F : Revues

### 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 des rapports.

#### 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. L'AAM 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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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 de l'AAM 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.

## **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 que 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 au Canada sont exclus du calcul de la moyenne des prix. De plus, les revues dont l'édition numérique représente 10 % ou moins de la diffusion peuvent choisir de ne pas inclure les exemplaires et les revenus de production dans le 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 les rapports.

**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.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

**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.

## 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 101.1, 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 l'AAM 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 115.1, F 113.5 ou F 113.6.

**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 dans les rapports.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

**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 réserve pour cette déclaration 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 peuvent être déclarées à titre de ventes parrainées, si un montant prescrit est payé conformément à l'alinéa b) du règlement.

**n)** Les abonnements achetés en quantité et payés par un particulier ou une société aux fins de distribution au personnel militaire peuvent être déclarés à titre de ventes parrainées, si un montant prescrit est payé conformément à l'alinéa b) du règlement.

**o)** 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 101.1. 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 et non payée.

## **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**

(voir aussi Artifice 118 – Version Numérique)

**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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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 de l'AAM 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 à l'AAM aux fins de vérification sont déclarés dans la catégorie Abonnements : ventes dans les lieux publics/parrainées, 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 les rapports et et identifié comme déductibles ou non déductibles des cotisations.

**c)** Les adhésions sont réparties en deux catégories, comme le précisent les paragraphes suivants.

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.

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 à l'AAM 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 à l'AAM suivant la période couverte par la vérification initiale. Si elle n'est pas appliquée dans ce délai, la publication perd d'office son adhésion à l'AAM conformément à l'alinéa d) de l'article 2.13 des Statuts.



# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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 Ventes liés à un partenariat

(voir aussi Artifice 118 – Version Numérique)

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 108.2, 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 de l'AAM 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 de l'AAM contient des exemples de procédures de remboursement acceptables et d'avis aux consommateurs exigés.*

c) Exigences

Les vérificateurs de l'AAM 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 l'AAM avant le début

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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 de l'AAM de même que des exemples de transactions commerciales à inclure dans la diffusion payée figurent sur le site Web de l'AAM.*

## **d) Déclaration**

Les abonnements et/ou ventes au numéro liés à un partenariat sont déclarées séparément dans les rapports.

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

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

## **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 de l'AAM fournit des exemples de critères d'achat additionnel et de procédures de remboursement.*

## **F 102.6 Abonnements par adhésion à un club**

(voir aussi Artilec 118 – Version Numérique)

*Le site Web de l'AAM ([www.auditedmedia.ca](http://www.auditedmedia.ca)) énonce les exigences relatives à l'approbation des programmes ainsi que les exigences en matière de vérification de l'AAM.*

**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.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

**(2)** La facture de cotisation doit indiquer le montant affecté à l'abonnement.

**(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 de l'AAM ([www.auditedmedia.ca](http://www.auditedmedia.ca)) 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 102.4, « 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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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 l'AAM :**

**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 les rapports et consignés comme déductibles ou non déductibles.

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

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

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

## **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 à l'AAM pour publication doivent être accompagnées des formulaires et**

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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 Snapshot de l'AAM, jusqu'à ce que les formulaires et annexes nécessaires aient été fournis à l'AAM.

**d)** La déclaration simplifiée de la diffusion des publications annuelles vendues uniquement au numéro est autorisée. (Voir l'article F 114.2.)

**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.

## 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) et 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 de l'AAM. 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 période de déclaration.

Ces informations est mise à disposition par le Media Intelligence Centre.

**b)** 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.

**c)** Chaque publication canadienne avec 70.000 ou plus de circulation aux États-Unis sont tenus d'analyser leur diffusion aux États-Unis par l'Etat.

**d)** 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.

**e)** 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.

**f)** 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.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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 ».

**g)** La diffusion version numérique de la publication ne peut être analysé par endroit géographique, mais inclus séparées.

## **F 105.2 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 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 de l'AAM. 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 l'AAM.

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

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 régions de tri d'acheminement canadiennes (code RTA).

**a)** Les données sont rassemblées par les éditeurs et vérifiées par les vérificateurs de l'AAM. 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.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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 RTA canadiens dans lesquels la diffusion représente au moins 25 exemplaires et inscrire le chiffre des autres exemplaires à la rubrique « Solde de diffusion ».

**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 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 de l'AAM. 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. L'AAM 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.

## **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 à l'AAM 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, l'AAM 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 de l'AAM, la déclaration du pourcentage de renouvellements est éliminée de la déclaration de l'éditeur avant sa publication et remplacée par la déclaration suivante :

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

« On ne dispose pas des registres requis par l'AAM 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 de l'AAM, 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.

**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.

**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



# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

vérifiée payée.

**f)** Un nouvel abonné imprimé 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.

## **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.

## **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, 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 et cette information est mise à disposition par le Media Intelligence Centre

Tout peut constituer une prime sauf :

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

- (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 de l'AAM 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 régi par les règles applicables aux 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.

## **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 l'AAM détermine que des primes ont été offertes avec des abonnements sans l'autorisation de l'éditeur, l'AAM 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.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

**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 108.4. 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.

**c)** Abonnements / ventes au numéro vendus en combinaison doivent être déclarées comme ventes individuelles dans les rapports.

**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.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

**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 l'AAM 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.auditedmedia.ca](http://www.auditedmedia.ca).

**(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 - CANADA

## **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.

## **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 inclus dans les rapports.

## **F 108.8 Abonnements des écoles**

L'éditeur est libre de déclarer à l'AAM 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.

ette 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 de l'AAM définissant la diffusion payée.

On peut également compter dans la diffusion payée les exemplaires distribués ailleurs que dans une salle de classe et déclarés dans les rapports de l'AAM comme abonnements en classe, 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 de l'AAM 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 obtenu équivaut à au moins un cent.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

l'abonnement.

## c) Déclaration

Les abonnements obtenus par l'échange de points d'attribution sont signalés en abonnement individuel avec un explication dans la déclaration d'éditeur et le rapport de vérification indiquant le nombre moyen d'exemplaires servis.

### **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 parrainées », 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) .

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**

(Voir aussi Article 18 – Version Numérique)

**a)** Lorsque deux abonnements imprimés 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 le Media Intelligence Centre conçues pour les revues conformément aux définitions et instructions 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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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 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 ».



# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

**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.

## **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 peut entrer 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 est suffisamment élevé pour répondre à toutes les autres exigences des règlements de l'AAM.

**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 et le soustrait de la diffusion payée.

**c)** Les exemplaires soustraits de la diffusion payée en raison de non paiement peuvent être perçus comme étant de la diffusion vérifiée pour usage individuel ou diffusion non payée.

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

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

## **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.

## **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.

## **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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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 à l'AAM. 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 à l'AAM. 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 de l'AAM, sous réserve des conditions suivantes :

**a)** Les publications fusionnées sont homogènes.

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

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

**(1)** En divisant le montant encore dû à l'abonné, au tarif de base annuel de l'abonnement 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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

de l'abonnement divisé par le nombre d'exemplaires publiés annuellement) de la publication éliminée correspondre 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)** La première déclaration de l'éditeur consécutive à une fusion de publications contient une déclaration consolidée décrivant la date d'effet de la fusion et les publications en cours de fusion et la diffusion moyenne servi de chaque publication pendant la période.

## **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 de l'AAM, 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 l'inclusion de la liste d'abonnement acheté contient une déclaration identifiant la publication achetée et la diffusion moyenne servi au cours de la période de déclaration de la publication achetée.

## **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 de l'AAM, sous réserve des conditions suivantes :

**a)** Les publications sont homogènes.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

- 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 le transfert contient une déclaration identifiant la publication achetée et la circulation moyenne servie au cours de la période de déclaration de la publication achetée.

## **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 de l'AAM.
- 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.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

- e) Les exemplaires livrés aux abonnés de la publication éliminée après la date d'échéance n'entrent pas dans la catégorie de la diffusion payée.
- f) Si l'abonné est libre d'opter pour le remboursement en espèces du solde de son abonnement, mais qu'il préfère recevoir la nouvelle publication et si, de l'avis du directeur général, on a clairement prouvé qu'il a demandé qu'on lui livre cette publication au lieu de lui verser le montant en espèces, l'abonnement est classé comme s'il était abonné à la nouvelle publication, sous réserve des dispositions de l'alinéa d) du présent article.
- g) La première déclaration de l'éditeur après le transfert contient une déclaration identifiant la publication achetée et la circulation moyenne servi au cours de la période de déclaration de la publication achetée.

## ARTICLE 110

### F 110.1 Éditions séparées

(Voir aussi Article 18 – Veriosn Numérique)

a) La diffusion d'une édition distincte d'une revue membre peut faire partie de la diffusion payée du membre dans les rapports, 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 à l'AAM 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 de l'AAM 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 période. Ces données sont mises à la disposition par le Media Intelligence Centre.

(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 de l'AAM 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.

## ARTICLE 111

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

Les rapports 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 se rapporte au total de la diffusion. Les éditeurs qui le désire peut déclarer séparément, aux paragraphes explicatifs, les données relatives à la base du tarif pour la diffusion payée, vérifiée et analysée non payée.

## ARTICLE 112

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## **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 pour la diffusion numéro par numéro, 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.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## **F 113.5 Définition de la diffusion en vrac analysée non payée**

(Voir aussi Article 18 – Version Numérique)

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 servi doit être l'abonnement current distribué.

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 et domicile désigné RTA ou pour une période inférieure à celle requise aux articles F 113.4, 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 les rapports. De plus, les exemplaires distribués sont déclarés sous le titre « Couverture du marché » ou « Livrés avec des produits de l'hôte », selon le cas.

## **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 à l'AAM 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

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

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 les rapports 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 de l'AAM, 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.

## ARTICLE 115

### F 115.1 Diffusion vérifiée

(Voir aussi article 18 – Version Numérique)

**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 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.



# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

**(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 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 113.5 Définition des ventes en vrac analysées non payées.

Voici des exemples du calcul à faire pour déterminer le nombre d'exemplaires à titre de diffusion vérifiée d'une compagnie aérienne.

Exemple A :

La compagnie aérienne XYZ effectue 100 vols par jour en juin.

- 100 x 30 (le nombre de vols quotidiens multiplié par le nombre de jours en juin)

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

- 3 000 x 2 (le nombre de vols par jour multiplié par deux, soit le nombre d'exemplaires pouvant être distribué par numéro à chaque vol)

- = 6 000 (le nombre maximal d'exemplaires par numéro, par revue que peut distribuer la compagnie aérienne XYZ)

Étant donné que le total de 6 000 est inférieur au maximum de 8 000 exemplaires, le nombre total d'exemplaires vérifiés que peut distribuer la compagnie aérienne XYZ en juin correspond à 6 000 exemplaires par numéro de chaque revue.

Exemple B :

La compagnie aérienne XYZ effectue 300 vols par jour en juin.

- 300 x 30 (le nombre de vols quotidiens multiplié par le nombre de jours en juin)

- 9 000 x 2 (le nombre de vols par jour multiplié par deux, soit le nombre d'exemplaires pouvant être distribué par numéro à chaque vol)

= 18 000 (le nombre maximal d'exemplaires par numéro, par revue que peut distribuer la compagnie aérienne XYZ)

Étant donné que le total de 18 000 est supérieur au maximum de 8 000 exemplaires, le nombre total d'exemplaires vérifiés que peut distribuer la compagnie aérienne XYZ en juin correspond à 8 000 exemplaires par numéro de chaque revue.

**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.). L'AAM 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.). L'AAM 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.

**h)** Conformément à l'article F 108.14 Abonnements à crédit, si l'éditeur annule un abonnement en raison du défaut de paiement de l'abonné, il peut inscrire ces exemplaires à titre de diffusion vérifiée pour usage individuel dans la déclaration de l'éditeur. Lors de la vérification, le vérificateur fera un rapprochement de cette allégation avec le nombre définitif

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

d'exemplaires annulés qu'il a établi. Des explications détaillées doivent être faites dans les rapports indiquant le nombre moyen d'exemplaires déclarés en raison d'annulations d'abonnement.

## **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 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 de l'AAM. 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.

## **ARTICLE 116**

### **F 116.1 Rapport consolidé sur les médias**

Les éditeurs membres peuvent produire un rapport consolidé qui regroupe des données vérifiées de l'AAM 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 de l'AAM.

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

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

**(1)** Un résumé du contenu du rapport indiquant le rapport de l'AAM dans lequel les données ont été publiées pour la première fois.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

(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.

## ARTICLE 117

### F 117.1 Programme d'audit par réseau

Deux revues ou plus peuvent détenir une seule adhésion à l'AAM à condition de satisfaire aux critères suivants :

1. Chaque revue du plan d'audit par réseau est admissible à l'adhésion à l'AAM conformément aux statuts définissant les critères d'admissibilité à l'adhésion.

2. La publicité doit être offerte dans le cadre d'une vente combinée pour toutes les revues.

3. Le contenu rédactionnel doit être homogène dans toutes les revues du groupe.

4. Les déclarations de l'éditeur sont soumises conformément à l'article F 104.1, Déclarations de l'éditeur.

### F 117.2 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 à l'AAM des déclarations semestrielles de l'éditeur; il n'a qu'à produire des données vérifiées sur la diffusion après la finalisation de chaque numéro.

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 de l'AAM.

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

(3) Le rapport semestriel Snapshot 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 l'AAM au début de la période dont il souhaite présenter les données aux termes de l'option.

### F118.1 Définition d'une édition numérique

On entend par édition numérique une revue électronique qui affiche les mêmes identité, nom et logo que la publication imprimée. Les éditions numériques offertes sur des sites Web avec accès restreint, applications mobiles et autres plateformes peuvent être déclarées à l'AAM. Les sites Web avec accès libre pour les éditions en vrac non payées sont également autorisés.

Aux fins d'intégration à la diffusion moyenne totale, l'édition numérique doit avoir les éléments suivants :

a) le contenu rédactionnel est identique à celui de la version imprimée. Un contenu éditorial supplémentaire ou bonifié (mises à jour, hyperliens, contenu vidéo, audio, etc.) est également autorisé. Le texte éditorial original de l'édition imprimée doit toutefois être conservé lorsque du contenu ou des améliorations sont ajoutés.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

**b)** les photos et images qui figurent dans la version imprimée.

**c)** la possibilité pour les publicités imprimées d'être publiées dans l'édition numérique. Une publicité supplémentaire ou bonifiée s'ajoutant à celle de la version imprimée est autorisée. Les exclusions suivantes sont autorisées :

- (1) publicité partielle correspondant à un tiers de la page, ou d'un format plus petit
- (2) ajouts tactiles
- (3) annonces classées et immobilières

**d)** Une mise en page conforme à la version imprimée; elle peut cependant être formatée et organisée en fonction des différents appareils de diffusion.

Une édition numérique qui ne satisfait pas aux critères susmentionnés peut être déclarée dans les rapports d'AAM à titre d'édition numérique qui n'est pas une réplique. Elle est déclarée à part et exclue de la diffusion totale moyenne et des calculs du tarif de base.

**e)** L'édition doit conserver l'identité, le nom et le logo de la version imprimée de la publication.

**f)** La teneur du contenu doit être conforme à celle de la version imprimée.

## **F 118.2 Abonnements à une édition numérique et ventes de numéros uniques**

Les abonnements à une édition numérique et les ventes de numéros uniques peuvent être déclarés à l'AAM, conformément au règlement F 118.1 Définition d'une édition numérique et aux dispositions suivantes :

**a)** Diffusion payée

- (1) Les abonnements à une édition numérique et les ventes de numéros uniques peuvent être justifiés à titre de circulation payée si le consommateur paie un montant prescrit, conformément au règlement F. 1.1 Définition de la diffusion payée.
- (2) Si l'abonné reçoit une offre groupée, ou une édition imprimée et numérique d'une revue, une seule unité de diffusion, non dédoublée, peut être déclarée dans les rapports de l'AAM.
- (3) En ce qui concerne les abonnements parrainés, collectifs, d'association et de groupes, une édition numérique est justifiée à titre de publication payée seulement si le client en fait la demande et que toutes les autres exigences énoncées à l'article 2 sont respectées.

- On entend par demande une mesure d'acceptation de l'édition numérique.
- Il faut indiquer clairement au client le nom de la revue, la durée de l'abonnement, la plateforme de diffusion et la mesure à prendre pour accepter l'édition numérique.
- Le destinataire doit dater sa demande et la confirmer chaque année.
- Aux fins de vérification, la publication doit fournir une preuve des demandes d'éditions numériques et de toutes les autres exigences du programme. En ce qui concerne les abonnements pour lesquels aucune preuve de la demande d'édition numérique n'est fournie, les coordonnées de l'abonné peuvent être utilisées pour confirmer la demande d'édition numérique.

4) Numéros antérieurs

Les ventes de numéros uniques de l'édition numérique peuvent être déclarées à titre de vente d'un numéro unique, conformément au règlement F 107.2 Numéros antérieurs.

- Les numéros antérieurs des abonnements n'entrent pas dans la catégorie de la diffusion payée déclarée à l'AAM.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## b) Diffusion vérifiée pour usage individuel

(1) Les abonnements à l'édition numérique peuvent être déclarés à titre de diffusion vérifiée pour usage individuel conformément au Règlement F 115.2 Diffusion sur demande individuelle

- On entend par demande une mesure d'acceptation de l'édition numérique.
- Il faut indiquer clairement au client le nom de la revue, la durée de l'abonnement, la plateforme de diffusion et la mesure à prendre pour accepter l'édition numérique.
- Le destinataire doit dater sa demande et la confirmer chaque année.
- La publication doit fournir des preuves des demandes d'édition numérique. En ce qui concerne les abonnements pour lesquels aucune preuve de la demande d'édition numérique n'est fournie, les coordonnées de l'abonné peuvent être utilisées pour confirmer la demande d'édition numérique.

(2) Les numéros d'essai gratuits avec offres d'abonnement « jusqu'à ce qu'ils refusent » peuvent être déclarés à titre de diffusion vérifiée pour usage individuel.

## c) Conversion d'abonnements de l'édition imprimée à l'édition numérique

(1) Les exemplaires de l'édition numérique offerts lorsque l'éditeur abandonne la version imprimée en faveur de la version numérique peuvent être déclarés dans les rapports de l'AAM si la demande de conversion est faite et que le consommateur accepte la conversion.

(2) Si l'abonné ne répond pas ou refuse la conversion, les exemplaires de l'édition numérique offerts ne peuvent être déclarés dans les rapports de l'AAM.

## d) Diffusion analysée non payée en vrac à accès illimité

(1) Seules les éditions qui sont réellement consultées par les bénéficiaires peuvent être déclarées dans les rapports de l'AAM.

(2) Aux fins de vérification, la publication doit documenter le nombre de particuliers qui ont consulté chaque édition et fournir des preuves de l'accès.

## F 118.3 Programmes de regroupement de magazines numériques

Les ventes générées par des programmes dans le cadre desquels le consommateur achète un abonnement pour avoir accès à la version numérique de plusieurs magazines offerts sont déclarées dans les rapports de l'AAM sous la rubrique « Regroupement de magazines numériques ».

a) Les exemplaires produits dans le cadre de ce programme sont classés dans la catégorie de la diffusion payée, à condition que le consommateur ait payé pour sa participation.

b) Les rapports d'analyse normalisés doivent être produits conformément aux exigences du conseil.

c) Les ventes ne sont pas prises en compte dans le calcul du prix moyen des publications ou dans les rapports sur la source des abonnements vendus.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## Politiques et Pratiques

### Tous les membres

Politique de l'AAM concernant les droits d'auteur des rapports

*(Voir également Statut 3.7)*

À l'attention des membres de l'Alliance for Audited Media :

Le conseil d'administration de l'AAM a proposé récemment une modification des Statuts en vue d'exiger la protection du droit d'auteur de toutes les déclarations de l'éditeur et de tous les rapports de vérification sur lesquels figure un avis à cet effet.

Cette modification a pour objet de protéger les droits et titres de l'AAM en vertu des lois des États-Unis et du Canada régissant le droit d'auteur. L'entrée en vigueur de la modification protégera l'AAM et ses membres contre toute utilisation illégale des déclarations de l'éditeur et des rapports de vérification par des personnes autres que les membres de l'AAM.

La modification proposée ne modifiera nullement la politique bien établie qui consiste à autoriser les membres de l'AAM à divulguer des renseignements au profit des annonceurs, agences de publicité et autres intéressés du secteur de la publicité et de l'édition. Par le passé, l'AAM s'octroyait la propriété de toutes les données fournies par les membres et destinées aux membres. En échange, l'AAM accordait aux membres le droit d'utiliser les données, les déclarations de l'éditeur et les rapports de vérification de l'AAM, conformément aux conditions et modalités stipulées dans les Statuts et Règlements touchant la publicité. Autrefois, l'AAM autorisait tous les membres à utiliser les données. On propose maintenant d'ajouter les déclarations de l'éditeur et les rapports de vérification à la liste des documents protégés par les droits d'auteur et de les utiliser conformément aux conditions et modalités stipulées dans les Règlements de l'AAM touchant la publicité.

Le statut modifié confèrera expressément aux membres le droit ou le permis d'utiliser les données, déclarations de l'éditeur et rapports de vérification conformément aux Statuts et Règlements de l'AAM et conformément aux conditions stipulées dans les Règlements touchant la publicité.

Le maintien de la politique consistant à conférer aux membres le permis d'utiliser les données n'a pas pour but de priver l'AAM du droit, en vertu des lois sur les droits d'auteur, d'intenter des poursuites en cas de violation du droit d'auteur et de piraterie. Bien que l'AAM n'ait jamais autorisé la divulgation illégale de ses ouvrages, l'entrée en vigueur du statut modifié avant des données que renferment les déclarations de l'éditeur et les rapports de vérification par des personnes qui ne sont pas membres de l'AAM.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## Toutes les publications

Politique concernant la publicité pour les publications membres

Les normes de publicité établies par le conseil d'administration d'Alliance for Audited Media se trouvent au chapitre A des Statuts et Règlements de l'AAM, « Normes de publicité B Toutes les publications ». En règle générale, les normes de publicité s'appliquent à tous les chiffres, données ou déclarations à propos desquels l'autorité de l'AAM est déclarée ou implicite.

Le conseil d'administration sait fort bien que les éditeurs membres souhaitent parfois alléguer ou annoncer des chiffres de diffusion extraordinaires, dont témoignent leurs propres registres, mais qui n'ont pas été vérifiés ou examinés par l'AAM ou qui n'ont pas besoin de figurer dans les déclarations de l'éditeur de l'AAM, et ne sont donc pas assujettis à une vérification de l'AAM.

C'est pourquoi, en plus des normes de publicité, la politique de l'AAM, établie par le conseil d'administration, exige que tous les éditeurs membres adhèrent à l'esprit et à la lettre des normes de publicité dans leur publicité et leurs textes promotionnels, que l'autorité de l'AAM soit déclarée ou implicite.

Nous signalons aux membres qu'ils peuvent obtenir sur demande, au siège social de l'AAM, un examen fondamental confidentiel de la publicité qu'ils envisagent en matière de diffusion, sans frais, avant de la publier, pour aider les membres à répondre aux conditions des normes de publicité et à en respecter l'esprit.

La publicité ainsi examinée et approuvée peut porter le sceau de l'AAM à condition de préciser clairement que les chiffres qui n'ont pas encore été soumis à l'AAM ou les chiffres qui n'ont pas besoin d'être soumis émanent de l'auteur ou de la publication, et non de l'AAM. L'AAM se réserve le droit d'examiner la publicité de tout éditeur membre à la demande d'un autre membre. Dès la fin dudit examen, et dans les cas où la publicité ne se conforme pas à la forme prescrite par les normes ou les règles d'éthique de l'AAM, le directeur général peut avertir le membre au nom duquel la publicité a paru des exigences des normes régissant la publicité et de la présente politique. Il peut renvoyer devant le conseil d'administration, pour qu'il l'étudie et prenne une décision appropriée, la promotion ou publicité du membre soupçonné d'avoir failli aux normes raisonnables de concurrence loyale et libre.

REMARQUE: L'énoncé veut que les éditeurs membres respectent l'esprit aussi bien que la lettre des Règlements touchant la publicité, que l'autorité de l'AAM soit déclarée ou implicite, dans leur publicité ou leurs textes promotionnels. La présente politique ne modifie pas les Règlements touchant la publicité du chapitre A.

## Appel administratif au conseil d'administration

De temps à autre, une publication peut se trouver en violation d'un Règlement de l'AAM ou d'une règle de tenue des registres, ce qui peut conduire à un retard dans l'exécution d'un rapport de vérification ou d'une déclaration de l'éditeur, dans l'attente d'un appel au conseil d'administration. Dans certains de ces cas, la nature du manquement à la règle de tenue des registres ou de la violation au règlement peut n'avoir aucune répercussion importante sur le rapport de vérification ou la déclaration de l'éditeur. En outre, il peut s'agir d'un manquement à une règle de tenue des registres ou d'une violation au règlement pour lesquels il existe un précédent concernant une situation semblable que le conseil d'administration a déjà examinée. Dans ce cas, le membre peut choisir la voie de l'« examen administratif ». L'affaire sera alors immédiatement portée devant un sous-comité du conseil d'administration de l'AAM qui aura le pouvoir d'agir aux fins de la demande. À la suite de cet examen, l'affaire sera étudiée par le conseil d'administration au moment de son assemblée suivante.



# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## Revues

Politique de l'AAM concernant les titres sur la couverture des revues

1. On peut exprimer la valeur d'un livre ou d'un roman dans un titre sur la couverture des revues, à condition :
  - a) de publier le texte intégral du livre ou du roman ou de le publier sous forme de feuilleton dans la revue;
  - b) de préciser dans le titre sur la couverture s'il s'agit d'un condensé ou d'un extrait de livre ou de roman.
2. Les titres sur la couverture peuvent exprimer la valeur des patrons, plans, esquisses ou articles du même genre faisant partie du contenu rédactionnel. Il ne faut pas exprimer la valeur des motifs, plans et articles semblables, publiés comme encarts, dans le titre sur la couverture si la valeur est supérieure à 50 pour 100 du prix au numéro.
3. Les renseignements au sujet du montant exprimé d'économies réalisées dans les offres de remise qui font partie du contenu rédactionnel peuvent figurer dans le titre sur la couverture. Il n'est pas permis d'annoncer dans le titre sur la couverture les coupons d'annonceurs d'une valeur totale exprimée supérieure à 50 pour 100 du prix de base au numéro.

## Politique de l'AAM concernant les ventes de magazines en même temps que le billet d'entrée d'un événement.

### Définition de partenariats et d'événements :

Un exemplaire unique d'un magazine mis en vente en combinaison avec les frais d'admission et un abonnement à un magazine mis en vente en combinaison avec les frais d'admission payée à l'entrée de l'événement à des activités à caractère social ou communautaire. Les ventes liées aux frais de stationnement peuvent être qualifiées de "ventes à l'occasion d'événements" dans le cas où les frais de stationnement constituent les seuls frais d'admission à l'événement. Dans les cas où les frais de stationnement et les frais d'admission sont distincts, les ventes liées au stationnement ne comptent pas comme "ventes à l'occasion d'événements".

### Exemples d'activités qui peuvent être considérées comme événements :

- Manifestations sportives
- Concerts
- Foires
- Salons destinés aux consommateurs ou spécialisés (salon de l'auto, salon nautique, etc.)
- Marché aux puces

### Exemples d'activités qui ne peuvent être considérées comme événements :

- Stationnement public
- Transport en commun (trains de banlieue, autobus, avions, bateaux, etc.)
- Routes à péage

L'AAM doit être avertie avant l'événement. Un avis doit être soumis par l'entremise du formulaire de ventes en partenariat disponible sur le site Web de l'AAM, et doit contenir :

- a) Date et heures de l'événement
- b) Prix d'entrée
- c) Prix de vente du magazine
- d) Exemple de panneaux d'avis
- e) Nom de la personne-ressource de l'organisation de l'événement, pour permettre au vérificateur d'avoir accès aux registres de l'événement s'il en voyait la nécessité

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## Normes d'admissibilité :

1. Pour les ventes d'exemplaires uniques, le consommateur doit recevoir l'offre, au point de vente, de payer un montant réduit (prix régulier du billet moins le montant relié au magazine) si le consommateur refuse le magazine.
2. La remise du magazine, lors de ventes d'exemplaires uniques, doit avoir lieu à l'entrée de l'événement.
3. Lors de ventes d'abonnements, si l'abonnement au magazine est refusé, un de ces modes de remboursement doit être effectué :
  - a. Au point de vente, le consommateur doit recevoir l'offre de payer un montant réduit (prix régulier du billet moins le montant relié au magazine) si le consommateur refuse l'abonnement au magazine.
  - b. L'information au consommateur pour procéder ou demander un remboursement doit avoir lieu à l'entrée de l'événement.
4. Tous les panneaux d'admission à l'événement doivent donner en détail les divers éléments du prix, en précisant que le magazine est inclus dans le prix d'entrée, la valeur déterminée pour le magazine et que ce montant déterminé est remboursable.
5. Il faut respecter les règles de l'AAM régissant l'admissibilité de la diffusion payée.
6. Toutes les directives de ventes en partenariat, telles que contenues au [site Web de l'AAM](#), sont applicables à ce type de programme pour la clarté des avis et les procédés de remboursement.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## Revue et publications agricoles

### Politique de l'AAM concernant la vente au numéro de revues et de publications agricoles en conjonction avec d'autres services

Les exemplaires vendus en conjonction avec d'autres services, comme un abonnement à la câblodistribution, des services de transport, une chambre d'hôtel ou de motel, etc., soit par abonnement, soit au numéro, doivent satisfaire aux critères suivants pour entrer dans la catégorie de la diffusion payée dans les rapports de l'AAM.

a) L'abonné ou le destinataire demande la publication expressément, c'est-à-dire qu'il manifeste son désir de recevoir la publication; les exemplaires correspondant à une offre où l'on suppose que l'offre est acceptée d'office, sauf si elle est refusée expressément, n'entrent pas dans la diffusion payée.

Dans les cas où les personnes séjournant dans un hôtel ne sont pas obligées de signer à leur arrivée ou de confirmer autrement leur réservation, les exemplaires livrés peuvent entrer dans la diffusion payée si, de l'avis du directeur général, on a suffisamment bien prévenu l'intéressé du montant qui serait facturé pour la publication et si on lui a raisonnablement donné la possibilité de la refuser.

b) L'abonné ou le destinataire paie une somme distincte clairement précisée, dans le cas des journaux publiés à l'étranger, somme qui figure séparément du prix du service en cause et représente au moins le montant déterminé par la division appropriée de la publication. (Voir articles E 101.1 et F 101.1 de l'AAM, Définition de la diffusion payée.)

c) Si l'abonné ou le destinataire décide de ne pas accepter l'offre, il doit pouvoir déduire le montant correspondant de la facture du service en cause et donc bénéficier d'une réduction de la facture. Lorsque la vente d'abonnements de longue durée accompagne le bail d'un appartement, le prix d'achat de l'abonnement peut être remboursé séparément si le locataire décide de ne pas souscrire à la publication. Dans le cadre des programmes où des abonnements à long terme sont vendus parallèlement à la conclusion du bail d'un appartement, le prix d'achat de l'abonnement peut être remboursé au moyen d'une transaction séparée si le locataire décide de ne pas acheter l'abonnement.

d) Tous les textes promotionnels présentent la publication comme un article distinct. Il ne faut pas laisser entendre que la publication est comprise dans le service sans frais supplémentaires.

e) Il faut préciser les conditions de l'offre dans le paragraphe des rapports de l'AAM réservé aux prix et déclarer les quantités en cause.

f) Il faut mettre à la disposition des vérificateurs de l'AAM les registres vérifiables justifiant la vente des exemplaires déclarés dans la diffusion payée.

g) Dans le cas des journaux et uniquement en ce qui concerne les clients d'hôtel, si l'hôtel ne respecte pas la politique de l'alinéa b) ci-dessus, les exemplaires livrés peuvent être déclarés au titre de « Autre diffusion payée - Ventes au numéro - Exemplaires clients d'hôtel », à condition que soient observées les autres conditions de la présente politique. Ne s'applique pas aux journaux publiés au Canada.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## Journaux

### Pratique suivie par l'AAM pour vérifier les exemplaires des ventes libre-service de journaux

#### PRATIQUE DE L'AAM DE VÉRIFICATION DES VENTES AU NUMÉRO

Pour déclarer les exemplaires de journaux vendus dans les distributrices ou selon le système libre-service, on conseille à l'éditeur de diviser le montant d'argent contenu dans les distributrices par le prix au détail du journal afin de déterminer les ventes nettes.

On reconnaît, cependant, que les éditeurs ne peuvent pas toujours déterminer avec exactitude les ventes nettes d'une distributrice ou d'une boîte, parce que certaines personnes ne laissent pas assez d'argent ou prennent plusieurs exemplaires. Par conséquent, L'AAM autorise l'éditeur à déclarer comme diffusion payée tous les exemplaires sortis des boîtes, à condition que l'éditeur se soit efforcé de déterminer les ventes nettes en déduisant les invendus et en s'assurant d'avoir recouvré un montant plausible dans chaque boîte.

Par montant plausible recouvré dans une distributrice, L'AAM entend une moyenne d'au moins 75 pour 100 du prix de base au détail.

La vérification des ventes au numéro se fait selon les mêmes normes, quelle que soit la méthode de vente : par dépositaire, distributrice, vente libre-service ou autre. S'il faut justifier les sommes en provenance des distributrices ou des boîtes, on effectue un contrôle aux points de vente proprement dits.

#### MISE EN APPLICATION DE LA POLITIQUE

Mille exemplaires distribués, 200 invendus, soit 800 exemplaires retirés.  $800 \text{ exemplaires} \times 0,10 \$ (\text{prix au numéro}) = 80 \$$  maximum, soit 100 pour 100.

a) Montant recouvré : 70 \$, soit plus de 75 pour 100, donc 800 exemplaires entrent dans la diffusion payée.

b) Montant recouvré : 50 \$, soit plus de 75 pour 100 de  $80 \$ = 60 \$$ . Différence 10 \$ - convertie en exemplaires à 0,75 \$ (75 pour 100 du prix au numéro) par exemplaire = 133

Exemplaires retirés des boîtes:  $800 \text{ moins } 133 = 667$  exemplaires entrant dans la catégorie de la diffusion payée.

Nous savons par expérience que les éditeurs qui utilisent des boîtes ou distributrices recouvrent normalement entre 80 et 95 pour 100 du maximum. Lorsque le montant recouvré est inférieur à 75 pour 100 du maximum, le vérificateur devrait songer à effectuer une vérification spéciale des ventes par distributrices et des recouvrements.

REMARQUE: La politique ne s'applique qu'à la comptabilisation des ventes libre-service ou par distributrices.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## **Politique concernant la livraison par camelots - Abonnements dont le montant est recouvré compris dans l'itinéraire des camelots indépendants, figurant dans les déclarations de l'éditeur et dans les rapports de vérification des journaux.**

1. La politique de l'AAM autorise une marge totale de 4 pour 100 (du nombre total d'abonnements réglés à l'AAM) pour l'ensemble des nouveaux abonnements à crédit annulés pour défaut de paiement et pour les abonnements à court terme à terme échu dont le titulaire a réglé au moins 25 pour 100 du prix de base pour la durée de l'offre, dans le cas des abonnements livrés par camelots selon le système de recouvrement par L'AAM et des abonnements réglés à l'AAM. Les exemplaires d'abonnements à terme échu livrés au-delà de 90 jours de la date d'expiration ne peuvent être comptés dans cette marge ni dans la diffusion payée.

Les journaux livrés dans ces circonstances entrent dans la catégorie de la diffusion payée sous réserve des conditions suivantes :

a) Le journal envoie la fracture directement aux abonnés et assume l'entière responsabilité du recouvrement.

b) La marge de 4 pour 100 s'applique seulement aux exemplaires des nouveaux abonnements à crédit et des abonnements à court terme à terme échu livrés pendant une période maximale de trois mois.

c) Les abonnés en cause ont fait une demande d'abonnement oralement ou par écrit, de bonne foi, afin que l'abonnement leur soit livré et se sont engagés à le régler conformément à la définition qui figure à l'article C 101.1 de l'AAM, Définition de la diffusion payée.

d) Une explication du nombre total d'exemplaires livrés du fait de la marge de 4 pour 100 figure au paragraphe de la déclaration de l'éditeur et du rapport de vérification consacré aux explications générales.

e) Le journal tient des registres suffisants pour prouver la date de début, la date de cessation, en cas d'annulation, et la preuve de règlement, grâce aux reçus de caisse, pour chaque abonné. Il détient les rapports d'annulation et les rapports indiquant le service d'abonnements à court terme à terme échu dans lesquels figurent le nom de l'abonné, son adresse, la date de début, la date d'annulation et le nombre total d'exemplaires livrés avec mention de la fréquence du service.

f) On présume que toutes les règles de l'AAM en matière de diffusion payée s'appliquent quand on fait allusion à la diffusion.

2. La marge pour les abonnements à crédit annulés pour défaut de paiement et les abonnements à court terme à terme échu prévue par la présente politique ne s'applique pas au système de recouvrement par les camelots à moins que le vérificateur de l'AAM ne soit capable de déterminer, pour chaque abonnement, s'il est payé ou à terme échu, ou si, de l'avis du directeur général, les conditions de vérification justifient une telle marge.

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

## Publications commerciales et agricoles

### Programmes de fidélisation à points

#### Définition/but :

Le but général des programmes de fidélisation est de créer de la loyauté envers une marque et d'augmenter le volume des ventes de biens et de services optionnels. Les programmes de fidélisation sont structurés de telle manière qu'il faut atteindre un volume spécifique de transactions avant qu'un client ou une personne adhérant au programme accumule suffisamment de crédits pour avoir droit à une récompense. Chaque fois qu'un client ou un membre du programme achète un produit ou service ou accomplit une action précise faisant partie des exigences du programme de fidélisation, il obtient des crédits qui, une fois que des seuils spécifiés sont atteints, peuvent être échangés contre des produits ou services offerts gratuitement ou offerts à un prix fortement réduit.

#### Normes d'admissibilité :

##### 1. Inscription

Tous les programmes doivent inclure un programme d'inscription qui établit un clair lien avec l'organisation « hôte »; c'est-à-dire avec l'organisation qui tente de bâtir de la loyauté envers une marque et d'augmenter les volumes des ventes.

##### 2. Exigences concernant les activités donnant droit à des points

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. Le seul fait d'être détenteur d'une carte de crédit pendant une certaine période (« durée ») n'est pas considéré comme une activité et ne suffit pas pour accumuler des points; les points sont octroyés plutôt à la suite d'activités additionnelles ou selon la valeur de chaque transaction.

##### 3. Accumulation de points

Les participants doivent pouvoir accumuler des points qu'ils pourront échanger ultérieurement. De plus, les participants devraient pouvoir vérifier régulièrement le nombre de points accumulés dans leur compte.

##### 4. Attribution initiale de points

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

##### 5. Valeurs des points

La valeur par point doit être fixée comme suit :

a) Tous les articles contre lesquels des points peuvent être échangés doivent inclure la valeur déclarée de l'ensemble des articles offerts.

b) Tous les programmes d'accumulation de points doivent permettre l'échange de ceux-ci contre des articles autres que des revues. La proportion de revues et d'articles autres que des revues devrait être telle qu'au moins 20 % de l'ensemble des produits contre lesquels des points peuvent être échangés appartiennent à cette dernière catégorie. De plus, au moins 50 % de ces articles autres que des revues doivent être disponibles dans le commerce (c.-à-d. dans le domaine public) et donc pouvoir être achetés par les consommateurs.

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

d) La valeur assignée aux points dans le cadre de chaque programme devrait être 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 les points assignés correspond à la valeur de chaque point).

# STATUTS ET RÈGLEMENTS - CANADA

e) Le nombre de points requis pour obtenir l'ensemble des produits et services offerts (revues et autres) devrait correspondre à la valeur par point, telle que calculée au point d) ci-dessus, multipliée par la valeur déclarée. C'est ainsi qu'il faut procéder pour tous les articles offerts (revues et autres).

## 6. Impact sur le prix moyen

Le montant à inclure à la formule de calcul du prix moyen doit correspondre à la valeur par point multipliée par le nombre de points nécessaires pour acheter l'abonnement.

## 7. Expiration des points

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 des points.

## 8. Divulgateion

Les paragraphes explicatifs des déclarations de l'éditeur et des rapports de vérification de l'AAM doivent inclure des détails concernant les programmes de fidélisation et indiquer plus particulièrement le nombre de copies vendues dans la catégorie de la diffusion payée grâce à de tels programmes. Il faut préciser, dans le paragraphe 4B des rapports, le nombre moyen de copies diffusées pendant la durée des programmes de fidélisation, tout en fournissant une explication complète dans le paragraphe explicatif fournissant des détails concernant les programmes.

Le présent document a été traduit de l'anglais pour le bénéfice de nos membres de langue française. En cas de contradictions entre la version française et la version anglaise, cette dernière l'emporte.