

Règlement sur la publication et sur l'indication des sources – Radio

Le présent règlement sur la publication et sur l'indication des sources règle, en cas de publication des Mediapulse Radio Data, le traitement uniforme de ces données ainsi que l'indication de leur source. Tous les acteurs du marché, tous les utilisateurs des données ainsi que Mediapulse (ci-après les « parties ») sont tenus de respecter ces règles.

Toutes les Radio Data livrées par Mediapulse sur le marché font office de référence. Ces données se caractérisent par le fait qu'elles sont collectées en toute indépendance et selon des méthodes scientifiques reconnues et transparentes, garantant de l'égalité de traitement des acteurs du marché et adaptées aux possibilités de financement. Pour que les données soient acceptées comme faisant référence, Mediapulse se profile continuellement sur le marché, mène le dialogue entre tous les acteurs concernés et s'emploie à établir une convention de marché acceptable par tous.

Le présent règlement vise donc à garantir la traçabilité ainsi que la publication correcte des Radio Data. La référence en matière d'audience sur laquelle tous les acteurs du marché et tous les utilisateurs des données s'appuient doit être protégée contre toute atteinte résultant de malentendus, de fausses affirmations ou d'utilisations abusives. Même si le marché est le lieu même de la concurrence, la recherche faisant référence doit être régie par des règles équitables, ayant force obligatoire pour tous les utilisateurs des données.

1. Définition de publication

- 1 Par publication, on entend de manière générale toute communication publique des Radio Data hors des logiciels (« Evogenius Reporting » et « RadioPlan+ »).
- 2 Par publication, on entend de manière spécifique la communication des Radio Data sur n'importe quelle plateforme médiatique, dans des communiqués de presse ainsi que dans des présentations lors de conférences spécialisées ou de manifestations publiques.
- 3 Ne sont pas considérées comme publication au sens du présent règlement :
 - a. la mise des Radio Data à la disposition du marché par Mediapulse (cf. chapitre 4) ;
 - b. l'utilisation des Radio Data par les acteurs du marché et par les utilisateurs des données dans le cadre de leurs activités commerciales (p. ex. commercialisation du programme, présentations clientèle) ;
 - c. la publication d'une vue du marché par Mediapulse (cf. chiffre 6) ;
 - d. l'utilisation des Radio Data par Mediapulse lors de manifestations clientèle et de séminaires ;
 - e. l'utilisation Radio Data par Mediapulse dans le cadre de sa mission légale et en sa qualité de garante de leur valeur de référence.

2. Règles générales de publication

- 4 En cas de publication, la taille de l'échantillon doit être de 200 personnes au minimum par groupe cible concerné. La taille actuelle de l'échantillon est déterminante pour les comparaisons avec des données antérieures à 2018 ou pour les analyses sur une longue durée.

- 5 Le partenaire contractuel n'a le droit de publier des données d'autres stations qu'à titre de comparaison avec la présentation de sa propre station.
- 6 Mediapulse publie les données de performance importantes pour le marché au moins une fois par semestre.
 - a. La publication semestrielle a lieu dans la région linguistique de la station radio concernée.
 - b. Les nouvelles stations ne sont prises en considération que lorsqu'un semestre entier s'est écoulé.
- 7 Mediapulse ne joue aucun rôle actif en ce qui concerne la publication ou l'évaluation des données de stations de radio. En cas de demande de journalistes, etc., elle renvoie dans tous les cas immédiatement à la station de radio concernée.

3. Règles générales d'indication des sources

- 8 Les parties sont tenues d'indiquer correctement et intégralement la source des données « Mediapulse Radio Data » ainsi que le nom du logiciel. Ces informations sont obligatoires.
- 9 En cas d'utilisation de données ne provenant pas directement de la recherche de Mediapulse sur l'audience radio, il y a obligation de le signaler expressément et d'indiquer clairement la source de ces données.

4. Règles d'indication des sources applicables aux différents paramètres

- 10 De manière générale, les règles d'indication des sources visent à garantir qu'un tiers puisse connaître l'origine des données d'audience radio publiées.

Outre l'indication des sources conformément aux chiffres 12 et 13, les paramètres suivants doivent être clairement définis dans toutes les publications :

 - Groupe cible
 - Zone géographique
 - Station
 - Période
 - Tranche horaire
 - Fact
- 11 **Groupe cible**

Il y a lieu d'indiquer tous les critères relatifs aux personnes et aux ménages, leur combinaison, le nombre de cas (taille de l'échantillon) et la taille de l'univers. Si un groupe cible de référence est utilisé en sus, il faut également l'indiquer clairement.
- 12 **Zone géographique**

La zone géographique à laquelle les données se rapportent doit être clairement indiquée (région linguistique, zone de concession, zone REMP, etc.).
- 13 **Station**

La station doit être clairement indiquée. Cela vaut en particulier en cas de publication de combinaisons de stations.

14 Période

Il faut indiquer clairement la période sur laquelle porte l'analyse.

Par exemple. 1^{er} semestre 2022 ou 1^{er} juillet - 31 août 2022).

Si on se réfère en sus à une autre période, il faut également l'indiquer clairement.

15 Tranche horaire

Il faut indiquer quelle tranche horaire de quels jours de la semaine est prise en considération

Par exemple : x. Ø 24 heures lu-di ou Ø 18:00 - 20:00 lu-ve).

16 Fact

Le Fact est présenté (p. ex. part de marché en %) doit être clairement indiqué, en veillant à utiliser les dénominations officielles figurant dans le logiciel d'analyse.

Par exemple : « Part de marché en % ».

Les propres calculs et estimations doivent aussi être clairement signalés.

5. Procédure et mesures en cas d'infractions

17 En cas d'infraction aux dispositions du présent règlement sur la publication et sur l'indication des sources, la procédure ci-dessous s'applique, étant entendu que les parties concernées s'efforceront de trouver le plus rapidement possible une solution amiable.

- a. Si l'une des parties enfreint une règle, l'autre partie la met en demeure par écrit en exposant clairement les motifs de la mise en demeure.
- b. La partie en infraction dispose d'un délai de 5 jours ouvrables pour prendre position par écrit sur les faits qui lui sont reprochés.
- c. Si la mise en demeure est justifiée, la partie en infraction est tenue de se conformer sans délai aux règles applicables et de stopper immédiatement toute publication erronée.
- d. Si cela est insuffisant aux yeux de la ou des partie/s lésée/s, Mediapulse publie elle-même un rectificatif. Les frais qui en découlent sont à la charge de l'auteur de l'infraction.

En l'absence de réaction à la mise en demeure ou en cas de nouvelle infraction aux dispositions du présent règlement sur la publication et sur l'indication des sources, la partie en infraction est redevable d'une peine conventionnelle de CHF 10 000.- au plus. Le paiement de la peine conventionnelle n'exclut pas l'exercice de prétentions de tiers fondées sur l'infraction commise.