



REGLEMENT D'APPLICATION

**Certification des Chiffres
de diffusion des Campagnes DOOH**

ACPM Fréquentation

DOOH TRUST

S O M M A I R E

I.	PREAMBULE	3
II.	ADHESION	4
III.	PROCESSUS DE CERTIFICATION	5
	A. La déclaration de diffusion du mandataire.....	5
	B. Les données de diffusion des régies.....	6
	C. Le contrôle.....	6
IV.	LA PUBLICATION DES RESULTATS	8
	A. Le bilan de campagne certifié	9
	B. Confidentialité des Bilans de Campagnes publiés.....	9
	C. Le label Régie DOOH TRUST	9
	D. Logo et règles d'utilisation	9
V.	ENTREE EN VIGUEUR DES REGLES DE CONTROLE	10
	<u>ANNEXES</u>	11
	Annexe 1 : Schéma de contrôle.....	11
	Annexe 2 : Définitions	12

I. PREAMBULE

L'ACPM, association dont la vocation est la certification du dénombrement des médias et la mesure d'audience, assure le contrôle des chiffres de diffusion des campagnes d'affichage digital et leur certification.

Cette certification se matérialise par la restitution de bilans de campagne certifiés auprès des mandataires (agences médias, annonceurs) et régies et d'un label attribué aux régies.

Au sein de l'ACPM, la certification des chiffres de diffusion des campagnes d'affichage digital est assurée par le département ACPM.

Les règles de base de cette certification sont réunies dans le présent règlement.

Chaque adhérent souscripteur à cette certification s'engage à le respecter dans son intégralité.

Pour tenir compte de l'évolution des usages, un groupe de travail DOOH Trust peut émettre des recommandations sur des adaptations fonctionnelles et techniques de cette certification ainsi que sur les règles de publication du label et toutes les données macros rattachées. Ces recommandations sont soumises à l'approbation du Comité Diffusion de l'ACPM pour modification du présent règlement.

La représentation en Comité Diffusion et en Conseil d'administration des adhérents DOOH Trust est définie dans les statuts.

Par Régie, on entend l'Afficheur qui diffuse des campagnes d'affichage digitale.

Par Mandataire, on entend le Mandataire ou l'Agence Media qui achète des campagnes d'affichage digitale pour le compte de ses clients.

II. ADHESION

La régie, personne morale, est membre actif du bureau ACPM / DOOH TRUST après avoir adressé son bulletin d'adhésion dûment complété

La signature du bulletin d'adhésion inclut d'avoir pris connaissance des statuts de l'ACPM, de son règlement intérieur, du présent Règlement d'Application et du cahier des charges technique.

A. INSCRIPTION A LA CERTIFICATION DOOH TRUST :

En adhérant, la régie s'engage à déposer 100% des fichiers de logs de ses campagnes d'affichage digitales (en dehors des campagnes événementielles type privatisation d'écrans, campagne gracieuse, diffusion sur écrans géants etc impliquant une gestion de la campagne en dehors du processus classique de diffusion de la régie).

En adhérant la régie s'engage à fournir à l'ACPM tous les éléments techniques nécessaires à la certification de ses campagnes.

L'ACPM se réserve le droit de refuser, de manière discrétionnaire, l'inscription, lorsqu'elle estime, notamment, que la vocation ou le contenu des campagnes peut porter atteinte au bon fonctionnement de l'association ou porter préjudice à son image.

B. GROUPE DE TRAVAIL DOOH TRUST

En adhérant à l'ACPM et à la certification DOOH Trust, chaque adhérent du DOOH Trust, régie et mandataire, est invité de facto aux commissions DOOH. Les représentants des annonceurs peuvent également y siéger.

C. CONFIDENTIALITE DES DONNEES

L'ACPM s'engage à respecter scrupuleusement la confidentialité des éléments fournis par les régies et mandataires, nécessaires à la finalité de ses contrôles et **s'engage à ne les divulguer d'aucune manière à quiconque.**

D. MISE EN PLACE DU CONTROLE

L'ACPM met tout en œuvre pour activer les contrôles dès lors que l'adhésion et les règlements sont à jour et que les éléments à transmettre sont en conformité avec les prérequis. Les identifiants au site ftp et à l'interface sont communiqués par l'ACPM.

E. RESILIATION DE L'ADHESION

Tout adhérent souscripteur reste libre de résilier son adhésion selon les conditions précisées dans les statuts de l'Association.

III. PROCESSUS DE CERTIFICATION

L'ACPM assure la certification des chiffres de diffusion des campagnes d'affichage digital.

Le processus de certification repose sur la succession de 4 phases opérationnelles :

- A- La déclaration de diffusion des campagnes par les agences media ou mandataires.
- B- Le dépôt des fichiers de diffusion a posteriori (dits fichiers de logs, dont le contenu est défini en III.B) sans retraitement par les régies.
- C- Le contrôle effectué par rapprochement des données indiquées ci-dessus.
- D- La publication mensuelle des bilans de campagne et l'attribution du label DOOH Trust aux régies.

Le principe de base consiste à collecter auprès des régies, les informations de diffusions des campagnes et de les rapprocher du déclaratif de diffusion de la campagne, transmis par les agences media ou mandataires.

La mise en relation déclaratif / réalisé, est effectuée par l'ACPM, qui compare les données et les agrège sous la forme d'indicateurs de contrôle de diffusion dans l'interface dédiée.

Le bilan de campagne fait état du déclaratif certifié ou pas, le contrôle de l'ACPM portant sur le nombre de diffusion entre le jour de début et de fin de campagne (ces jours inclus), la campagne étant certifiée uniquement à l'atteinte d'au minimum 95% du nombre de diffusion mentionné dans le déclaratif de l'agence media ou du mandataire. La diffusion réalisée par les régies n'apparaît pas dans les bilans de campagnes.

A. LA DECLARATION DE DIFFUSION DU MANDATAIRE (AGENCE OU ANNONCEUR)

En adhérant à la certification DOOH Trust, le mandataire s'engage à adresser à l'ACPM, via un site ftp qui lui est dédié, les fichiers composant le « contrat ».

Les fichiers doivent faire apparaître les informations suivantes

- Id contrat
- Nom de la régie
- Date de début et date de fin de campagne
- Volume de diffusion attendue (= le nombre acheté, l'unité de mesure étant dépendante du mode d'achat)

Si les dates de début et fin de campagne étaient amenées à être modifiées, le mandataire se doit d'adresser un nouveau fichier avec les nouvelles dates, avant la fin théorique de la campagne.

Le mandataire nous fournira de manière systématique l'ensemble des déclaratifs de ses campagnes.

La communication à l'annonceur du bilan de campagne certifié reste de la décision du mandataire.

B. LES DONNEES DE DIFFUSION DES REGIES

En adhérant à la certification DOOH Trust, la régie s'engage à adresser à l'ACPM, via un site ftp qui lui est dédié, les fichiers de logs faisant état de la diffusion de leur campagne.

Pour garantir la fiabilité des données transmises à l'ACPM, les fichiers de logs de diffusion (dont le contenu est explicité ci-dessous) doivent être déposés sur les outils de l'ACPM de la façon la plus brute possible avec le minimum de retraitement de la part des régies.

Chaque fichier de logs correspond normalement à une journée de diffusion sur l'ensemble des écrans. Les envois sont incrémentaux.

Si la régie ne peut déposer de fichiers de logs le week-end, alors les fichiers de logs du lundi suivant reprendront les diffusions du vendredi, samedi et dimanche.

Si l'outil CMS ne produit pas toutes ces informations, une table de correspondance peut être adressée de manière concomitante. Elle sera consolidée avec le fichier de logs via l'application de l'ACPM.

Les logs de campagne sont transmis via un ftp dédié à chaque régie, avec des identifiants propres. Ils doivent être normés de la façon suivante.

Les fichiers de logs (complétés éventuellement des tables de correspondance) doivent faire apparaître les informations suivantes :

- Id contrat ou tout identifiant permettant de remonter le numéro de contrat commun à celui du mandataire
- Nom de l'annonceur
- Nom de la campagne
- Nom du mandataire
- Date de début et date de fin de campagne
- Détail de la diffusion du spot par contrat (log)

Aux informations ci-dessus, les régies pourront adjoindre optionnellement les ID écrans.

L'ACPM s'engage à détruire les données et à n'en conserver aucune copie.

Les fichiers de logs seront conservés par l'ACPM 14 jours maximum, ainsi que les données de base issues des logs et des autres fichiers fournis. La date de fin de campagne sert de référence.

C. LE CONTROLE

Le contrôle débute dès lors

- Que l'ensemble des documents sont réceptionnés par l'ACPM
- Que les fichiers de logs sont bien déposés et transmis de manière automatique sur les outils mis à disposition par l'ACPM.

Le contrôle correspond à la comptabilisation des diffusions par jour et par campagne des journaux d'activité (ou « fichiers logs ») déposés sur le serveur ACPM.

Le contrôle est réalisé en procédant à la comparaison entre le déclaratif de diffusion du mandataire, et celui que l'ACPM détermine à partir de ses contrôles. Les contrôles des journaux sont réalisés de manière aléatoire par l'ACPM.

> [PERIMETRE CONTROLE](#)

L'ACPM s'assure par ses contrôles techniques et de cohérences que seule la diffusion issue du déclaratif est contrôlée.

> [AUTORISATION DE CONTROLE](#)

Afin d'être transparent vis à vis des annonceurs, la régie aura indiqué dans ses CGV que les informations de diffusion de leur campagne seront transmises à un organisme de certification.

> [FREQUENCE ET DATE DES CONTROLES](#)

Chaque campagne est exposée sans interruption au déclenchement d'un contrôle effectué dans l'interface de contrôle, mise à disposition par l'ACPM.

> [OBSTACLE AU CONTROLE](#)

Tout incident technique, ou fait pouvant altérer la production des résultats de contrôle doit être communiqué à la régie ou au mandataire, dans un délai de 3 jours au maximum.

> [CONFORMITE DES VALEURS](#)

Lorsque le nombre de diffusion contrôlé entre le jour de début et de fin de campagne, ces jours inclus, correspond a minima à 95% du chiffre initialement déclaré par le mandataire, il est établi que le résultat issu des déclarations du mandataire est validé pour la campagne et sur la période. On obtient ainsi une campagne certifiée.

Si le contrôle constate une réalité strictement inférieure à 95%, la campagne n'est pas certifiée.

La consolidation a lieu 5 jours après le dernier jour du mois de certification

> [CONFIDENTIALITE DES DONNES TRANSMISES](#)

Les données collectées ainsi que toutes les informations/données issues du traitement de celles-ci ne peuvent être utilisées à d'autres fins que celles mentionnées dans le présent règlement d'application.

Les informations confidentielles sont communiquées et accessibles dans le cadre de l'exécution du contrôle.

L'ACPM s'engage, pendant toute la durée du contrat et pour une durée de cinq (5) ans à compter de sa date de cessation, quelle qu'en soit la cause, à :

- Ne pas divulguer, distribuer, reproduire, copier, dupliquer, et à ne pas publier, communiquer ou transférer à des tiers, partiellement ou totalement, directement ou indirectement, par oral ou par écrit et de quelque manière que ce soit tout ou partie des informations confidentielles, sans l'accord préalable et écrit de la régie ou du mandataire adhérent.
- Ne donner accès aux informations confidentielles reçues qu'aux seuls membres de son personnel ayant besoin d'y avoir accès pour les seuls besoins du contrôle, ainsi que de son prestataire qui assure la maintenance corrective et applicative de l'interface de contrôle.
- Protéger les Informations confidentielles de toute divulgation et à prendre toutes mesures raisonnables en vue de la prévention et de la protection contre le vol, les copies ou les reproductions ou toutes utilisations, divulgations ou disséminations non expressément autorisées par la régie ou le mandataire adhérent ;
- N'utiliser les Informations confidentielles que pour les stricts besoins du contrôle et de la certification, à l'exclusion de toute autre utilisation, directe ou indirecte, sauf accord préalable et écrit de l'adhérent ;
- Ne pas revendiquer et interdire à tout membre de son personnel de revendiquer un droit de propriété intellectuelle ou commerciale, fondé sur tout ou partie des Informations confidentielles reçues ;

IV. LA PUBLICATION DES RESULTATS

La certification des campagnes est émise 5 jours après le dernier jour du mois pour l'ensemble des campagnes.

Le résultat des bilans de campagne sera accessible et visible par le mandataire et la régie sur l'interface de contrôle, selon leur droit d'accès à l'interface.

Seuls le mandataire et la régie pourront éditer un document excel ou pdf de certification. Ils pourront en faire libre usage (reproduction, adaptation, cession etc..) pour tous types d'utilisation au regard de la titularité de tous les droits de propriété intellectuelle que leur confère l'ACPM sur ledit document.

La certification DOOH Trust donne lieu à une double restitution :

- ✓ La certification mensuelle des bilans de campagne
- ✓ Le label pour la régie

A. LE BILAN DE CAMPAGNE CERTIFIE

L'ACPM publiera chaque mois les bilans de campagne certifiés aux régies et mandataires adhérents, via son interface.

Seule la diffusion issue du déclaratif est certifiée dans les bilans de campagnes de l'ACPM.

La communication du bilan de campagne certifié reste de la discrétion du mandataire.

B. CONFIDENTIALITE DES BILANS DE CAMPAGNE PUBLIES

L'ACPM s'engage à n'utiliser les données publiées que dans le seul but de réaliser ses contrôles et à ne pas les transmettre, les distribuer ou les transférer, de quelque manière que ce soit, à un tiers, sans l'autorisation préalable et écrite des régies et des mandataires.

En cas de fin de contrat d'une régie ou d'un mandataire, ses données publiées seront purgées. L'adhérent aura eu la possibilité de les récupérer en format excel ou pdf via l'interface de contrôle.

Compte tenu du caractère confidentiel des résultats, l'ACPM s'interdit en conséquence d'exploiter directement ou de concéder à un tiers tout droit d'utilisation et d'exploitation sur tout ou partie des bilans de campagne relatifs à chaque régie, sauf autorisation préalable de la régie.

C. LE LABEL REGIE

Le label DOOH Trust est édité semestriellement à compter du premier semestre intégral contrôlé.

Pour obtenir le label :

- La régie s'engage à déposer 100% des fichiers de logs de ses campagnes d'affichage digitales. (En dehors des campagnes événementielles type privatisation d'écrans, diffusion sur écrans géants, campagne gracieuse etc impliquant une gestion de la campagne en dehors du processus classique de diffusion de la régie).
-
- La régie doit avoir au moins 80% des campagnes, dont l'ACPM aura reçu les ordres d'achat par le mandataire, certifiées sur 6(Six) mois consécutifs.
-

D. LOGO ET REGLES D'UTILISATION

Le logo et la mention « ACPM / DOOH TRUST » ne peuvent être utilisées qu'une fois les résultats publiés, en aucun cas avant celui-ci.

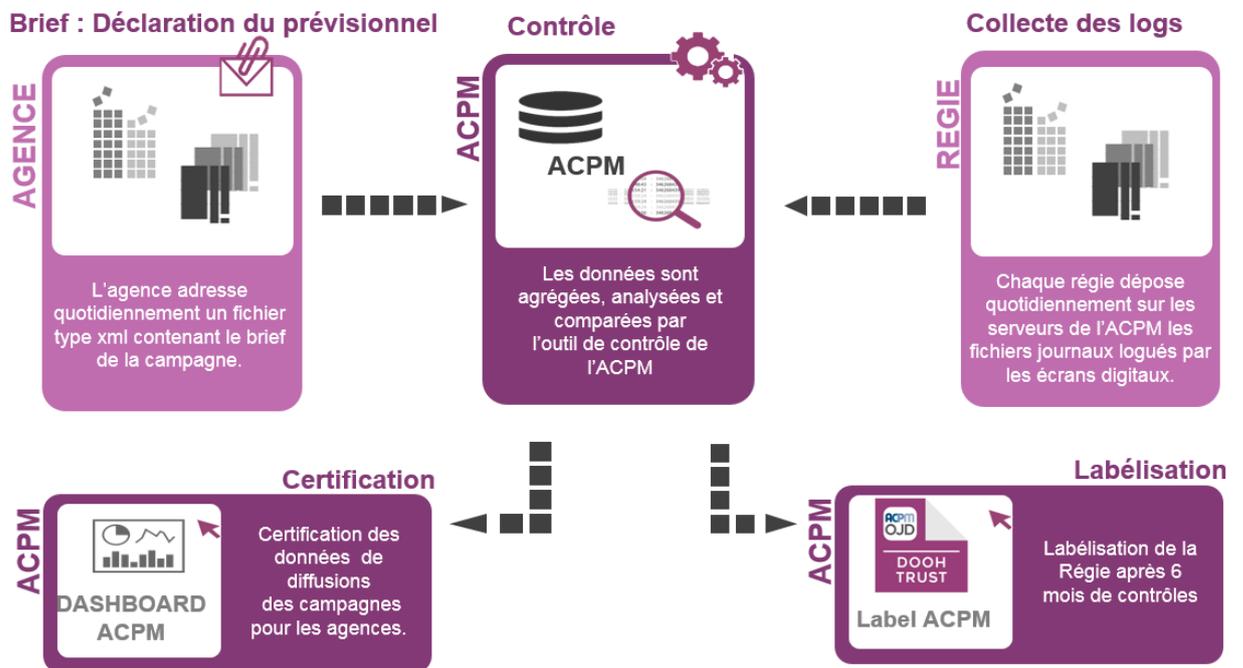
La régie et le mandataire s'engagent à ce que chaque utilisation de résultats certifiés par l'ACPM, dans les documents de promotion, de prospection ou de campagne de publicité soit effectuée sur des bases de comparaison incontestables, portant sur des critères certifiés

V. ENTREE EN VIGUEUR DES REGLES DE CONTROLE

Le présent Règlement d'Application codifie les règles adoptées au 5 novembre 2018.
Toute modification de ce règlement d'application devra être approuvée par le comité diffusion.

LES ANNEXES

Annexe 1 : Le schéma de contrôle



Annexe 2 : Les définitions

Affichage Digital : Diffusion numérique de spots publicitaires sur des écrans digitaux installés en intérieur ou en extérieur, permettant la visibilité d'une campagne publicitaire auprès d'une cible

Campagne : Une campagne est un ensemble cohérent d'actions publicitaires entreprises sur une même période et visant à promouvoir le même produit. Une campagne peut comprendre l'utilisation de plusieurs messages, supports et médias.

Brief mandataire : Le « Brief » formalise la demande d'achat d'espace du mandataire envoyée à la régie, il en décrit les objectifs, en termes de nombre d'insertions, de répartition de la diffusion sur des tranches horaires et des emplacements donnés.

Ordre : Sur la base du brief et des instructions de roulement dans le cas où la campagne s'appuie sur plusieurs créations (des messages différents), la régie renvoie sous forme d'engagement, un plan média qui constitue le plan de diffusion théorique de la campagne. Les lignes de détail de ce contrat (ou ordre) sont appelées les lignes de réservation (voir définition ci-après).

Ce sont les données de la ligne de réservation du contrat qui sont exploitées et pour partie renvoyées par le mandataire média à l'ACPM, dans le déclaratif.

Ligne de réservation : La ligne de réservation est une ligne de l'ordre. Dans tous les cas, elle caractérise un regroupement logistique décrivant un dispositif ; par exemple une cible (« femmes »), une thématique, un regroupement géographique (Nord de la France).

Contrat / Déclaratif : Le déclaratif est l'ensemble concaténé des dispositifs décrits dans les ordres, ayant obtenu consensus (plans de diffusion théoriques, bons pour accord) entre le mandataire et les régies concernées par la campagne.

Emplacement / Ecran : Dans le découpage des réseaux, l'emplacement ou l'écran est le plus petit élément précisant physiquement le support et sa géolocalisation.

Patrimoine : Le patrimoine est l'ensemble du parc d'une régie, c'est-à-dire l'ensemble de ses écrans, répartis selon plusieurs métriques (le lieu en est une).

Contact
ACPM
01.43.12.85.30
frequentation@acpm.fr