



Credibility In Media

REGLEMENT DE L'ETUDE CIM INTERNET

Version avril 2024

Centre d'Information sur les Médias A.S.B.L. – Centrum voor Informatie over de Media V.Z.W.

Avenue Herrmann-Debrouxlaan 46, Brussel 1160 Bruxelles, België - Belgique | +32 (0)2 661 31 50

info@cim.be | www.cim.be | BTW/TVA: BE 0407.594.592 | ING BE02 3101 5396 3540 - BBRUBEBB

Tableau des matières

1	Objectif	4
2	L'étude Trafic CIM Internet	5
2.1	Définitions.....	5
2.1.1	Site	5
2.1.2	Application	5
2.1.3	Player	5
2.1.4	Section.....	5
2.1.5	Page.....	5
2.1.6	Page View	6
2.1.6.1	Page view : site.....	6
2.1.6.2	Page view : app	6
2.1.7	Video stream view.....	7
2.1.8	Audio stream view	8
2.1.9	Cookie Gemius – BrowserID.....	8
2.1.10	Visiteur unique/Browser unique (Visitor/Unique Browser)	8
2.1.11	Visite (Visit)	8
2.1.12	Jour.....	8
2.1.13	Semaine.....	8
2.1.14	Mois.....	8
2.1.15	Géolocalisation.....	8
2.2	Tagging.....	8
2.2.1	Tag CIM pour les sites et les applications codées en HTML5	8
2.2.2	Tag CIM pour les applications natives.....	8
2.2.3	Tag CIM pour les streams audio et vidéo.....	9
2.2.4	Keyword	9
2.3	Groupements de résultats	9
2.3.1	Propriétaire de Site	9
2.3.2	Cobranding.....	9
2.3.3	Vidéo syndication	9
2.3.4	Régie publicitaire (Media Sales House)	9
2.3.5	Groupes Thématiques	9
2.3.6	Groupe Régie/pack.....	9

2.3.7	Média	9
2.3.8	Editeur (Publisher)	9
2.4	Statut des sites souscripteurs	10
2.4.1	Active Room	10
2.4.2	Waiting Room.....	10
2.5	Fonctionnement de l'étude trafic CIM Internet.....	10
3	L'étude d'audience CIM Internet.....	11
3.1	Objectif	11
3.2	Définitions.....	11
3.2.1	Cookie panel.....	11
3.2.2	Surfeur (Real User)	11
3.2.3	Constant panel	11
3.3	Fonctionnement de l'étude d'audience CIM Internet	11
4	Résultats	12
4.1	Les résultats sur le site de CIM	12
4.2	gemiusPrism.....	12
4.3	eGemius	13
4.4	Fichiers de Media planning	13
4.5	Site de Classement Technique	13
4.6	Les données dans la communication externe.....	13
4.6.1	Sources correctes	13
4.6.2	Référence correcte aux sources	14
4.6.3	Origine géographique des données	14
4.6.4	Metrics	14
5	Procédure de lancement	15
6	Résiliation	17
7	Droits et obligations concernant l'accès et l'utilisation.....	17
8	Protection de la vie privée	18
9	Contrôle du CIM	24
10	Différends et fraude	24
11	Clauses particulières.....	25

1 Objectif

1.1 L'étude CIM Internet est un outil qui mesure le trafic sur Internet pour les membres du CIM. Le CIM souhaite offrir des chiffres neutres et objectives sur le nombre de Requêtes de pages (Page Views ou Page Requests), visites (Visits), visiteurs uniques (Unique Visitors) et surfeurs (Real User) des sites, applications et players participants, en fonction du planning, de l'achat et de la vente d'espaces publicitaires. Les membres du CIM, médias Internet, régies ou intermédiaires, peuvent souscrire à l'étude CIM Internet.

1.2 La mesure de l'Internet, via l'étude CIM Internet, est une mesure continue et solidaire. L'objectif de l'étude CIM Internet est, à terme, de mesurer la totalité des éléments commercialisés par les éditeurs de contenu sur le marché belge, afin de garantir une mesure la plus objective et réaliste possible.

Les souscripteurs sont donc invités à mesurer l'ensemble des sites (ainsi que leurs versions mobiles), players (streams audio et vidéo) et applications pour lesquels de l'espace publicitaire est commercialisé. Si un souscripteur inscrit un site, il est tenu d'en mesurer toutes les pages avec du contenu éditorial. S'il inscrit un player, il est tenu d'en mesurer tous les streams. S'il inscrit une application, il est tenu d'en mesurer toutes les pages (telles que définies dans le point 2.1.5). Un player lié à un site ou une application ne peut être mesuré que si ce site ou cette application est également mesuré dans l'étude.

Sur demande du propriétaire du site, la Commission Technique Internet peut accepter la mesure du site d'une télévision ou d'une radio publique qui s'adresse à un public général et qui n'est pas autorisée à faire de la publicité sur son site par les pouvoirs publics.

1.3 Les études du CIM sont toutes contrôlées, au sein du CIM, par une Commission Technique représentant les divers pôles de la tripartite du CIM et garantissant la fiabilité des études conduites par le CIM. Le règlement des Commissions Techniques et leur composition sont disponibles sur le site du CIM ainsi que les statuts et la méthode de travail générale du CIM.

1.4 Le présent règlement est fixé par la Commission Technique Internet et approuvé par l'Organe d'administration du CIM. Il est susceptible d'être modifié au cours de l'étude.

2 L'étude Trafic CIM Internet

2.1 Définitions

2.1.1 Site

Ensemble des pages visualisables dans un navigateur formant un contenu distinctif présenté de façon uniforme, générateur d'audience

- dont l'URL contient, derrière l'indication du protocole (p.ex. http://) et avant le premier "/", le même nom de domaine (p.ex. "*www.nouvelles.be") et le même topdomaine (.be, .com, .net, etc.) et/ou,
- publiées par le même éditeur dans le même topdomaine, avec un contenu équivalent et un nom de sousdomaine équivalent dans une autre langue, p.ex. "www.nouvelles.be/" et "www.nieuws.be/", et/ou,
- publiées par le même éditeur, mais pour des raisons techniques sous un autre nom de domaine, pour autant que la Commission Technique Internet l'ait permis par écrit après l'analyse de la nature des URL's, du "look and feel" et du contenu.

Les renvois immédiats et automatiques vers un ensemble de pages (les "redirects") font par définition partie du même site.

Le propriétaire est libre de choisir si des sites équivalents en langues différentes sont mesurés comme formant un site bilingue ou comme étant des sites séparés.

2.1.2 Application

Le nom de l'application dans les stores et dans les publications CIM doit se référer au nom de domaine/sections/programmes du site auquel elle est liée ou à la marque de l'éditeur (s'il n'y a pas de site correspondant).

Si un éditeur souhaite mesurer une application qui ne remplit pas ces conditions, il doit en faire la demande au Comité Technique Internet qui décide si l'application sera incluse dans la mesure ou pas.

Une PWA (= Progressive Web App: un site qui se comporte comme une application) est considérée comme une application et doit suivre les règles pour les applications.

2.1.3 Player

Le player est une partie d'un site ou d'une application qui permet de jouer des streams vidéo ou audio.

2.1.4 Section

Une partie d'un site ou d'une application avec du contenu spécifique, regroupée dans le plan du site. Le propriétaire qui souhaite que les sections soient publiées séparément doit mesurer les sections via des différents tags de sections.

2.1.5 Page

Une combinaison spécifique de fichiers qui devient visible dans l'URL d'un site ou via une action dans une app.

2.1.6 Page View

Le chargement du script de mesure sur la page du site ou de l'application.

2.1.6.1 Page view : site

Uniquement après que le visiteur a accepté la politique de cookies, une nouvelle requête de page peut être enregistrée.

Une nouvelle requête de page est identifiée à chaque fois **que l'URL de la page change**.

Il est permis d'identifier les photos et images vues dans des photos carrousels comme des pages vues, pour autant que :

- Chaque nouvelle photo ait un nouvel URL ;
- Les photos ne soient pas chargées automatiquement, mais seulement après une action du visiteur.

Il est permis de compter une page view lorsqu'un visiteur ouvre un jeu (par exemple Sudoku ou mots croisés) ou un sondage sur un site, mais toutes les nouvelles pages générées ensuite en jouant ou en répondant aux questions du sondage ne peuvent pas être comptées.

Scroller dans la même page peut être identifié comme une page view si :

- L'URL change et ;
- Le contenu est chargé pour la première fois.

Une nouvelle page view est également identifiée sans changement de l'URL si :

- Il y a un user refresh de la page ou ;
- Il y a un autorefresh, seulement après 720 secondes (voir point 5.5).

L'affichage du pop-up pour demander le consentement des utilisateurs (CMP, voir point 8.2.2) ne peut pas compter comme une page view.

2.1.6.2 Page view : app

Les actions suivantes sont considérées comme une nouvelle page view :

- Ouverture de l'application
- Un 'user refresh' de la page
- Autorefresh après 720 secondes (voir point 5.5)
- L'ouverture d'un nouvel article/produit/recherche/programme/...
- L'ouverture d'une page avec les résultats d'une requête
- La réactivation de l'application après la mise en attente

Les photos dans les galeries photos peuvent être identifiées comme des pages vues à la condition que ces photos soient affichées après une action du visiteur (pas si elles se chargent automatiquement).

Il est permis de compter une page view lorsqu'un visiteur ouvre un jeu (par exemple Sudoku ou mots croisés) ou un sondage sur un site, mais toutes les nouvelles pages générées ensuite en jouant ou en répondant aux questions du sondage ne peuvent pas être comptées.

Les actions suivantes ne sont pas considérées comme une page view :

- Ouverture du menu
- Scroller dans la même page
- Glisser sans charger de nouveau contenu
- Ouverture d'un aperçu général des articles (par ex. top 10 des articles les plus lus)
- Affichage du pop-up pour demander le consentement des utilisateurs (CMP, voir point 8.2.2).

2.1.7 Video stream view

Le chargement du script de mesure dans une vidéo qui est jouée dans un browser ou dans une application :

- pour autant qu'au moins 50% des pixels de la vidéo soient visibles,
- que ce soit dans la page active, dans un pop-up ou dans un pop-in,
- que ce soit en autoplay ou user initiated.

Les vidéos audibles ainsi que non-audibles sont mesurées. Il est possible que la distinction entre les deux soit incluse dans les résultats publiés à l'avenir.

Les streams live ne peuvent générer une nouvelle stream view qu'une seule fois par ouverture de la page du live :

- Lorsqu'un utilisateur met le live sur pause sans quitter la page, une nouvelle stream view ne peut pas être comptée.
- Lorsqu'un utilisateur quitte la page du live ou ferme l'application et il réouvre la page du live, une nouvelle stream view peut être comptée.

Toutes les vidéos doivent être correctement taguées conformément à la documentation du streaming, afin de pouvoir distinguer le contenu, l'auto-promotion et la publicité.

Une « vidéo d'auto-promotion » fait référence à une vidéo qui est montrée dans l'unique but (ou dont le but principal est) de promouvoir le contenu média du même media owner que celui qui montre la vidéo d'auto-promotion.

- Le contenu « promotionnel » dans une vidéo auto-promotion vise à encourager les gens à regarder des programmes, des spectacles, des films, des news, du contenu éditorial et autres d'une chaîne, plateforme ou marque du même media owner.
- Les techniques utilisées comprennent la compilation de différents fragments, soutenus par un voice-over, faisant référence au programme dans son ensemble, à la chaîne, à la plateforme ou à la marque.
- L'affichage d'un aperçu des épisodes précédents ou d'un aperçu des épisodes suivants du même contenu, intégré au début ou à la fin d'un épisode complet, n'est **pas** considéré comme de l'auto-promotion.

Seuls les résultats du contenu seront disponibles dans l'outil de reporting officiel (eGemius). Les résultats de l'auto-promotion et de la publicité ne sont pas publiés mais restent disponibles dans les résultats bruts (outil Prism) pour usage interne uniquement.

2.1.8 Audio stream view

Le chargement du script de mesure dans un audio joué dans un browser ou dans une application :

- que ce soit dans la page active, dans un pop-up ou dans un pop-in,
- que ce soit en autoplay ou user initiated.

2.1.9 Cookie Gemius – BrowserID

Petit fichier texte, qui contient un numéro unique, le BrowserID, proposé par un serveur Gemius pour installation dans le browser du visiteur. Si accepté, ce cookie est retourné par le browser du visiteur à chaque interrogation suivante d'un serveur de Gemius. Ce cookie permet ainsi de rattacher de façon anonyme des visites à plusieurs sites ou plusieurs visites à un même browser.

2.1.10 Visiteur unique/Browser unique (Visitor/Unique Browser)

Navigateur identifié par un cookie CIM Internet. Cette définition équivaut à la notion de Unique Browser.

2.1.11 Visite (Visit)

Série de requêtes de pages effectuées par un même visiteur sur un même site ou application sans interruption de plus de trente (30) minutes successives.

2.1.12 Jour

Période commençant à l'heure belge 00:00:00 et finissant à l'heure belge 23:59:59.

2.1.13 Semaine

Période commençant le lundi et finissant le dimanche suivant.

2.1.14 Mois

Un mois calendrier.

2.1.15 Géolocalisation

La géolocalisation permet d'analyser l'origine géographique de vos visiteurs. Les visiteurs non identifiés sont repris sous la catégorie 'UNKNOWN'.

2.2 Tagging

2.2.1 Tag CIM pour les sites et les applications codées en HTML5

Le tag CIM est utilisé pour mesurer les sites, les versions mobiles des sites, les applications développées en HTML5 et les applications natives chargeant des pages en HTML5.

Il s'agit d'un code en JavaScript que le souscripteur utilise pour permettre la mesure de son site ou de sa section. Ce tag doit figurer sur toutes les pages du site du souscripteur.

Le CIM mettra à disposition des souscripteurs des documents techniques pour l'implémentation du tag sur leur site et/ou application.

2.2.2 Tag CIM pour les applications natives

Le code et « Software Development Kit » (SDK) que le souscripteur reçoit du CIM pour permettre la mesure de ses applications en iOS, Android et Windows.

2.2.3 Tag CIM pour les streams audio et vidéo

Il s'agit du code que le souscripteur reçoit du CIM pour permettre la mesure de ses streaming audio et/ou vidéo et qui doit être intégré dans le lecteur qui joue les streams.

2.2.4 Keyword

Le keyword est la description du contenu d'un groupe de pages en un seul mot, par exemple :

- Le nom d'un regroupement commercial ;
- La structure d'un site web ou application si ce site ou cette application n'utilise aucun tag de section.

Le keyword est un paramètre libre qui est repris dans le tag. Le nombre de keywords qu'il est possible d'utiliser pour chaque site, application ou section est limité à 200

2.3 Groupements de résultats

2.3.1 Propriétaire de Site

Propriétaire légal, total ou partiel, direct ou indirect (via d'éventuelles participations dans l'actionnariat) d'un site ou d'une app.

2.3.2 Cobranding

Contenu fourni par un éditeur de contenu à un « diffuseur ». En général, le contenu co-brandé correspond à une section du site ou de l'application du « diffuseur ». Typiquement « le diffuseur » publie ce contenu avec mention de la marque de l'éditeur.

2.3.3 Vidéo syndication

Contenu vidéo d'un éditeur de contenu diffusé sur le site ou de l'application d'une tierce partie.

2.3.4 Régie publicitaire (Media Sales House)

Intermédiaire commercialisant des sites ou applications d'éditeurs différents sous un même regroupement.

2.3.5 Groupes Thématiques

Groupe de sites, d'applications ou de sections ou bien de groupes Média d'un même éditeur ou bien commercialisés par la même régie publicitaire et dont le contenu est orienté autour du même thème. Le regroupement est choisi par l'éditeur ou par la régie publicitaire.

2.3.6 Groupe Régie/pack

Groupe de sites non-exclusifs faisant partie de différentes régies, et regroupés au sein d'un même package.

2.3.7 Média

Groupe de sites ou d'applications propres appartenant au même éditeur.

2.3.8 Editeur (Publisher)

Groupe de sites, d'applications ou de sections, qui reprend des sections co-brandées, dont le contenu est fourni par le même éditeur.

2.4 Statut des sites souscripteurs

2.4.1 Active Room

Ensemble des sites, applications ou sections des souscripteurs à l'étude dont la mesure CIM Internet a été contrôlée et approuvée par la Commission Technique Internet du CIM. Les contrôles impliquent que le site ou l'application a été, dans son entièreté, correctement taggué, que le trafic est stable et que les logos et clause du CIM se trouvent sur le site ou l'app. Les résultats des sites en Active Room sont publiés et accessibles à l'ensemble des souscripteurs.

2.4.2 Waiting Room

Ensemble des sites, applications et sections qui sont en période probatoire dans le système CIM Internet en cas de nouvelle souscription (1), en cas de demande de l'éditeur pour modifications importantes au site ou à l'app (2), ou en cas de sanction (3). Leurs données CIM Internet ne sont pas accessibles aux autres souscripteurs, ne peuvent pas être communiquées à des tiers, notamment dans la communication externe, et ne peuvent faire l'objet d'aucune utilisation commerciale. Ils ne sont pas non plus repris dans les résultats de l'étude d'audience.

Si un site ou une application n'est pas publié.e pour une raison de type (2) ou (3), il/elle sera republié.e après vérification des ajustements requis. Pour des raisons méthodologiques, certain.es sites et applis (représentant une proportion significative de la portée exclusive dans la portée mensuelle totale estimée) seront publiés autour du premier jour civil du mois suivant.

2.5 Fonctionnement de l'étude trafic CIM Internet

2.5.1 Sur les pages des sites et applications mesurés se trouve un tag CIM Internet qui, lorsque la page est appelée par un navigateur, demande un mini fichier texte au serveur de Gemius.

Dès que le navigateur du site ou de l'application accepte les identifiants de l'étude CIM Internet, Gemius envoie un cookie vers le browser du navigateur. Lors de la prochaine visite de l'internaute, Gemius peut attribuer les deux visites de l'internaute à une browser unique.

2.5.2 Cette technique permet :

- De distinguer et de compter précisément les unique browsers à l'aide des identifiants ;
- De compter les requêtes de pages à l'aide du nombre de demandes des mini-fichiers texte ;
- De calculer les visites a posteriori.

2.5.3 Les internautes doivent avoir la possibilité de visiter des sites et des applications sans participer à l'étude CIM Internet. Les règlements sur la protection de la vie privée de l'internaute sont décrits en chapitre 8.

3 L'étude d'audience CIM Internet

3.1 Objectif

Le deuxième volet de l'étude CIM Internet permet de mesurer l'audience nette et de déterminer le profil sociodémographique des visiteurs des sites, applications et sections.

3.2 Définitions

3.2.1 Cookie panel

Le cookie panel est un échantillon de surfeurs qui ont répondu de façon positive à une invitation à participer à la mesure de leur trafic sur les sites et les applications inscrits, qui ont indiqué leur profil sociodémographique et déclaré leur consommation internet.

3.2.2 Surfeur (Real User)

Personne ayant visité au moins un site ou une application lors des 28 jours passés depuis le territoire Belge. Le nombre de surfeurs est obtenu via l'algorithme Real User incluant les données trafic publiées et les données de la population provenant de la Population Virtuelle CIM. Les surfeurs sont limités aux groupes d'âges tels que définis dans l'univers couvert par l'étude structurelle et le cookie panel.

3.2.3 Constant panel

Le Constant panel est une représentation virtuelle de la population belge qui permet de calculer l'audience nette pour chaque combinaison des sites, applications, outils et périodes. Ces données définitives forment l'input pour eGemius les outils de planning.

3.3 Fonctionnement de l'étude d'audience CIM Internet

3.3.1. Tout site souscripteur du CIM qui est repris dans la mesure trafic de l'étude CIM Internet participe automatiquement à l'étude d'audience CIM Internet pour autant qu'il remplisse les conditions techniques nécessaires. Ce principe ne s'applique qu'aux souscripteurs belges de l'étude trafic CIM Internet.

A cause de limites méthodologiques, ces données de profil ne sont pas disponibles pour les sites luxembourgeois.

3.3.2 Chaque souscripteur participant à l'étude trafic CIM Internet est tenu d'afficher sur chacun de ses sites le pop-up invitant les surfeurs à s'inscrire en ligne pour le panel utilisé pour l'étude d'audience CIM Internet.

3.3.3 Ce principe ne s'applique pas aux sites qui ont pour groupe cible les < 12 ans. Chaque souscripteur peut demander que son site n'affiche plus le pop-up. A cet effet, le souscripteur enverra à la Commission Technique une demande motivée. La Commission Technique décidera si le site peut être placé sur liste noire ou pas.

3.3.4 Les résultats sont publiés pour tous les sites et les applications faisant partie de l'étude CIM Internet, sous respect des conditions suivantes :

- Les sites, les applications ou sections doivent avoir un minimum de 40 observations (surfeurs mesurés) pour le mois mesuré ;
- Les sites ou les applications doivent être en ordre de paiement envers le CIM.

4 Résultats

4.1 Les résultats sur le site de CIM

4.1.1 Les résultats de l'étude CIM Internet sont disponibles via le site du CIM : [Résultats Belgique](#) et [Résultats Luxembourg](#). La fréquence de publication des données est différente pour les souscripteurs belges et luxembourgeois et peut être modifiée par la Commission Technique.

4.1.2 Les résultats sont disponibles pour les sites individuels et pour les groupements « Publisher », « Media », « Media Sales House » et « Régie pack » pour autant que les conditions de souscription et de paiements soient rencontrées.

4.1.3. Tous les souscripteurs belges ont accès avec leur mot de passe aux outils des données (voir point 4.2 et 4.3) et les fichiers de planning (voir point 4.4).

4.1.4 Les rapports officiels pour les souscripteurs luxembourgeois sont les suivants :

- "[Date]_Daily_LUX_[site, section or group name]: rapport quotidien individuel reprenant tout le trafic (luxembourgeois et étranger) pour les sites et applications luxembourgeois ;
- "[Date]_Daily_LUX_[global]: rapport quotidien global reprenant tout le trafic (luxembourgeois et étranger) pour les sites et applications luxembourgeois ;
- "([Date]_Weekly_LUX_[site, section or group name]): rapport hebdomadaire individuel reprenant tout le trafic (luxembourgeois et étranger) pour les sites et applications luxembourgeois ;
- "[Date]_Weekly_LUX_[global]: rapport hebdomadaire global reprenant tout le trafic (luxembourgeois et étranger) pour les sites et applications luxembourgeois ;
- "[Date]_Monthly_LUX_[site, section or group name]: rapport mensuel individuel reprenant tout le trafic (luxembourgeois et étranger) pour les sites et applications luxembourgeois ;
- "[Date]_Monthly_LUX_[global]: rapport mensuel global intégrant tout le trafic mesuré sur les sites et applications luxembourgeois.

4.2 gemiusPrism

4.2.1 Chaque souscripteur reçoit un accès à l'outil de reporting en ligne gemiusPrism. Ce logiciel permet à chaque souscripteur d'analyser le trafic sur son (ses) propre(s) site(s). Les résultats complets sont disponibles dans gemiusPrism 180 minutes après la collecte des données. Tous les résultats visibles plus tôt peuvent ne pas être complets.

4.2.2 Les résultats disponibles dans gemiusPrism n'étant pas filtrés (pas de filtre sur l'origine du trafic, les autorefresh, etc.), ils ne peuvent être utilisés qu'à des fins de contrôle du tagging. Il est strictement interdit de communiquer vers l'extérieur les résultats trafic issus de gemiusPrism.

4.3 eGemius

4.3.1. Chaque souscripteur reçoit un mot de passe et un login pour l'outil eGemius. Vers 12h30 cet outil est mis à jour avec les résultats trafic et audience de la veille pour les sites et les applications participant à l'étude CIM Internet.

eGemius permet d'analyser les données trafic, le nombre de surfeurs ainsi que les profils sociodémographiques pour tous les sites et les applications qui font partie de l'étude CIM Internet.

4.3.2. Les souscripteurs peuvent utiliser une API (Application Programming Interface) pour analyser les résultats dans eGemius. Cette API peut être demandé à la Structure Permanente.

4.4 Fichiers de Media planning

4.5.1. Les fichiers de Media planning sont délivrés aux fournisseurs de logiciel agréés. Ils consistent en fichiers quotidiens, hebdomadaires et mensuels avec les résultats de trafic et de l'audience pour des combinaisons de sites, cibles, outils, type de contenu, etc. Les fichiers quotidiens sont disponible le lendemain à partir de 14h.

4.5.2. La liste officielle des fournisseurs de logiciel peut être consultée sur le site du CIM : [Fournisseurs de logiciel](#).

4.5 Site de Classement Technique

4.6.1 Le classement technique (« Technical Ranking ») est une agrégation des données techniques (navigateurs, systèmes d'exploitation, etc.) de tous les sites web faisant partie de l'étude CIM Internet. Les résultats sont montrés à l'échelle du pays tout entier, aucune information concernant un site particulier n'est disponible.

4.6.2 Les résultats du classement technique sont accessibles à tous (membres et non-membres du CIM) via [Resultats de classement Belgique](#) et [Résultats de classement Luxembourg](#).

4.6 Les données dans la communication externe

4.6.1 Sources correctes

Seulement les données qui sont disponibles dans les rapports publics, en eGemius ou dans les fichiers de Media planning, peuvent être communiquées vers l'extérieur. Les données disponibles dans gemiusPrism sont uniquement destinées à un usage interne.

4.6.2 Référence correcte aux sources

L'utilisation d'une référence correcte aux sources est essentielle. Lors de chaque publication de données, il est obligatoire que la référence aux sources contienne les éléments suivants :

- Etude CIM Internet
- Site, section ou groupe p.ex. CIM.be
- Période p.ex. 1/7 – 31/7 2021
- Origine géographique p.ex. Belgium (voir point 4.6.3)
- Metrics p.ex. Real users (voir point 4.6.4)
- Groupe cible p.ex. 12+

4.6.3 Origine géographique des données

Il est obligatoire de mentionner l'origine géographique des données lors de l'utilisation des résultats de l'étude CIM Internet trafic et de l'étude d'audience.

Il y a trois options possibles :

- Trafic en provenance d'adresses IP belges. Lors de l'utilisation de ces données il est obligatoire de mentionner le terme « Belgium » dans la mention des sources ;
- Trafic en provenance d'adresses IP étrangères. Lors de l'utilisation de ces données il est obligatoire de mentionner le terme « Foreign » dans la mention des sources ;
- Trafic en provenance d'adresses IP belges et étrangères. Lors de l'utilisation de ces données il est obligatoire de mentionner le terme « Belgium + Foreign » dans la mention des sources.

Les données profils qui sont disponibles dans l'étude d'audience CIM Internet sont uniquement disponibles pour les surfeurs belges.

4.6.4 Metrics

Il est obligatoire de mentionner les metrics qui sont utilisées lors de chaque communication externe. Il s'agit des metrics définies dans les listes aux points 2.1, 2.3 et 3.2 ainsi que toutes les metrics disponibles dans eGemius et dans les rapports officiels.

5 Procédure de lancement

5.1 Un propriétaire de site ou application est considéré comme ayant souscrit à l'étude CIM Internet :

- s'il est membre du CIM, ou dès que sa demande d'affiliation au CIM a été acceptée par le Bureau du CIM et l'Organe d'Administration du CIM ;
- après envoi de sa demande d'inscription à l'étude CIM Internet ainsi que des tarifs appliqués pour la publicité sur son site ;
- et après paiement des droits de souscription à l'étude CIM Internet.

5.2 Dès réception du paiement des droits d'inscription par le propriétaire du site ou de l'application et de son acceptation du présent règlement, le CIM lui envoie les instructions pour le marquage du site ou des sections du site. Seule la Commission Technique Internet du CIM décide, et peut modifier, les spécifications des instructions de marquage.

Ces instructions, ainsi que les instructions de marquage ultérieures, font partie intégrante du présent règlement. Le souscripteur est tenu de les respecter.

Les instructions comprennent :

- un Tag CIM Internet à placer sur chaque page du site ;
- une aide à l'utilisation relative à la configuration et au placement des Tags CIM ;
- le logo du CIM et l'adresse url de l'hyperlien qui doit y être relié ;
- la clause du CIM (voir point 8.5) qui doit être placée sur le site à un endroit approprié (sur la page d'entrée, dans les conditions générales ou dans la Politique de respect de la vie privée (Privacy Policy) du site, par exemple).

Cette liste n'est pas exhaustive.

5.3 Il ne peut y avoir qu'un seul Tag CIM Internet par page.

5.4 Dans le cas d'une page composée de plusieurs frames, un seul élément pourra être tagué. Les iFrames ne peuvent donc pas être tagués.

5.5 Le marquage des pages avec autorefresh est autorisé pour autant que l'autorefresh soit de plus de 720 secondes ; l'autorefresh de moins de 720 secondes sera filtré automatiquement des résultats officiels par Gemius.

5.6 L'utilisation des pages web dynamique est permise à condition :

- que les membres de la Commission Technique donnent leur accord en réunion ou par mail pour implémenter les adaptations nécessaires (in casu le paramètre pp_gemius_hit) après vérification et validation;
- et que les adaptations nécessaires sont vérifiées et validées par Gemius et le CIM.

5.7 Le placement de codes de mesure sur une page sans contenu éditorial mais contenant uniquement des messages publicitaires, n'est pas autorisé.

5.8 En outre, les sites étrangers souscripteurs qui souhaitent connaître le profil de leurs visiteurs belges via le cookie panel de l'étude CIM Internet sont obligés d'installer un filtre sur le site web qui veillera à ce que le script de Gemius ne soit appelé que lorsqu'une adresse IP belge visite le site. Il s'agit ici des sites qui ont un nom de domaine se terminant par une extension autre que « .be », comme par exemple des sites avec l'extension « .fr », « .com » ou « .org ». Le site reste en Waiting Room tant que ce filtre n'est pas correctement implémenté.

Ce principe ne s'applique pas aux sites luxembourgeois qui eux doivent mesurer le trafic sur les sites avec une extension en « .lu ».

5.9 Pour tester le fonctionnement des Tags CIM et contrôler l'installation, il faut prévoir une période de maximum quinze (15) jours ouvrables en Waiting Room.

5.10 Lors de cette période probatoire, le CIM effectuera certains contrôles. Afin de pouvoir passer à la publication des résultats, le site doit satisfaire aux trois conditions suivantes :

- Le trafic mesuré doit être stable sur une période d'au moins une semaine (7 jours) ;
- Le trafic mesuré doit être comparable avec celui qui est mesuré grâce aux outils internes du souscripteur ;
- Le site doit afficher le logo, texte de la clause et lien vers le site du CIM (voir point 5.2).

5.11 Dès l'inscription à l'étude CIM Internet, les instructeurs belges peuvent vérifier l'implémentation des codes de mesure sur leurs sites et applications. Pour ce faire, le CIM donnera accès à gemiusPrism et eGemius à la personne de contact de l'entreprise. Ces résultats font partie de la période probatoire et par conséquent ne peuvent en aucun cas être communiqués en externe.

5.12 Dès que le site ou l'application répond aux conditions spécifiées au point 5.10., les membres de la Commission Technique donnent leur accord (en réunion ou par mail) pour faire passer le site ou l'application en Active Room afin qu'il soit repris dans les rapports officiels et – pour les sites et les applications belges – dans eGemius et les fichiers de Media planning.

5.13. Dès le passage en Active Room, la personne de contact du site reçoit un login et le mot de passe correspondant pour consulter les résultats sur le site du CIM (cfr. l'engagement de confidentialité des membres du CIM).

5.14. Chaque vendredi, le CIM transmet à Gemius la liste des sites et applications en Waiting et Active Room. Pour les nouveaux sites et applications passant en Active Room, les premiers résultats de ceux-ci sont disponibles dans eGemius le mercredi suivant.

5.15 Les éditeurs ayant inscrit des applications dans la mesure sont tenus de prendre contact avec la Structure Permanente à chaque mise à jour de leurs applications.

6 Résiliation

6.1 Un souscripteur peut à tout moment renoncer à sa participation à l'étude CIM Internet par envoi d'une lettre recommandée adressée au Directeur Général du CIM. Le souscripteur démissionnaire doit être en règle de cotisation à l'association pour l'année durant laquelle il notifie son retrait.

6.2 Le site ou l'application s'engage, dès l'envoi de sa démission, à enlever immédiatement tous les Tags CIM Internet installés sur les pages du site ou de l'app.

6.3 Un décompte final pourra alors être établi.

6.4 La démission et le retrait de la mesure ne seront effectifs qu'après approbation par l'Organe d'Administration et le paiement des sommes dues. Une notification de démission/retrait de la mesure sera envoyée au souscripteur.

7 Droits et obligations concernant l'accès et l'utilisation

7.1 Les données provenant de l'étude CIM Internet et les publications du CIM sont la propriété de ce dernier. Elles sont strictement confidentielles et réservées à l'usage exclusif des souscripteurs participant au financement du CIM.

Toutefois, l'Organe d'Administration peut définir des modalités spécifiques concernant l'utilisation et la diffusion des travaux et publications.

7.2 La distribution des login et mots de passe pour gemiusPrism et eGemius ne peuvent être communiqués qu'en interne. Ces accès ne peuvent en aucun cas être communiqués à des personnes qui ne seraient pas membres du CIM, et/ou qui n'auraient pas souscrit à l'étude CIM Internet.

7.3 Il appartient à la Commission Technique Internet du CIM de soumettre à l'approbation de l'Organe d'Administration du CIM la liste des catégories de membres auxquels s'adressent spécifiquement les services, travaux et publications de son étude.

7.4. La personne de contact de l'entreprise inscrite à l'étude peut demander à la Structure Permanente un nom d'utilisateur et un mot de passe pour chaque utilisateur de gemiusPrism et eGemius au sein de cette entreprise. La personne de contact indique quels utilisateurs gardent leur login à la demande de la Structure Permanente et l'informe en cas de changement (entrée ou sortie) au niveau d'un utilisateur. Les logins des utilisateurs qui sont inactifs depuis plus qu'un an sont automatiquement bloqués sauf si indiqué autrement par la personne de contact.

7.5 Toute communication qui utilise des rapports CIM Internet ou des calculs sur base des données CIM Internet identifiera la source des données.

7.6 L'outil gemiusPrism est soumis à une importante restriction d'utilisation des données. Dans gemiusPrism, les données pour des sites propres à chaque souscripteur ne sont pas filtrées. Elles sont par conséquent exclusivement destinées à l'utilisation interne des souscripteurs et ne peuvent en aucun cas être communiquées à des parties tierces (voir point 4.8).

8 Protection de la vie privée

8.1. Le CIM déclare avoir pris, conjointement avec Gemius, toutes les mesures techniques et organisationnelles nécessaires pour garantir que les produits CIM Internet fournis aux souscripteurs ne contiennent que des données anonymes ou pseudonymisées (ne permettant pas d'établir aucun lien avec une quelconque personne identifiée ou identifiable). Toutes les données personnelles sont traitées conformément (i) à la réglementation applicable en matière de protection des données personnelles, y compris le Règlement Général sur la Protection des Données, et (ii) à la politique de protection des données personnelles disponible sur la page web [Gemius Privacy](#).

8.2. Le souscripteur déclare et garantit qu'il respectera la réglementation applicable en matière de protection des données personnelles, y compris le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD). Il s'engage à respecter toutes les exigences fixées par le CIM concernant l'utilisation correcte de cookies, et autres technologies, lors de la mesure et du traitement des données personnelles des utilisateurs, conformément au RGPD.

8.2.1 Le souscripteur ne peut transmettre les différents cookies, et autres identifiants tels que définis par le CIM, qu'après que les utilisateurs aient donné leur consentement. Si l'utilisateur ne donne pas son consentement, il est interdit de transmettre des identifiants. Le consentement donné pour un site ou une application est valable pour les players hébergés au sein de ce site ou de cette app.

Pour les applications iOS, le souscripteur doit demander deux fois le consentement des surfeurs : via sa propre plateforme de gestion du consentement (pour tous les identifiants utilisés dans l'étude CIM Internet) et via l'AppTrackingTransparency¹ d'Apple (pour l'utilisation des IDFA spécifiquement).

8.2.2 Conformément au RGPD, le souscripteur doit implémenter sur son site ou son application une technologie permettant de collecter le consentement des utilisateurs, sous la forme d'une plateforme de gestion du consentement (CMP). Des exemples de fournisseurs de CMP sont Didomi, Sourcepoint, OneTrust, Usercentrics. La CMP choisie par le souscripteur doit remplir les conditions suivantes :

- Les informations relatives au consentement doivent être communiquées de manière claire, complète et visible dès l'entrée de l'utilisateur sur le site ou l'app, notamment les identifiants et partenaires de l'étude CIM Internet (voir tableaux 1 et 2) ;

¹ Cette condition ne concerne pas les apps qui n'utilisent pas d'IDFA pour des raisons propres.

- Le consentement de l'utilisateur doit être demandé explicitement dès son entrée sur le site ou l'app, où l'action pour retirer son consentement est aussi facile que celle pour accepter le consentement. Le silence ou l'inactivité ne sont pas considérés comme une indication du consentement.
- Le souscripteur peut regrouper les identifiants utilisés en catégories pour faciliter le choix du visiteur lors du paramétrage du consentement (par exemple : identifiants statistiques ou marketing). Dans ce cas, ces différentes catégories ne peuvent pas être cochées ou acceptées par défaut, sauf s'il s'agit d'identifiants essentiels ou d'un intérêt légitime.
- Cette technologie doit permettre au script de mesure du site, application ou player de charger dans les deux scénarios (consentement donné ou refusé), et transmettre l'information du consentement au script conformément aux instructions transmises par le CIM (voir 8.2.3).

Tableau 1. Description des identifiants pouvant être utilisés dans l'étude CIM Internet.

Name	Type	Life span	Applies to PV and streams on	Applies to CIM Internet Be / Lux	Store & access information on this device	Measure content performance	Generate audience insights	Product development	GDPR Right to be forgotten
Gtest	Third party cookie	7 days	W E B V I S I T E S + A P P S	BE + LUX	x				
gstorage	Local storage	until deleted		BE + LUX	x	x	x	x	
gaddstorage	Local storage	until deleted		BE	x	x	x	x	
Gdyn	Third party cookie	13 months*		BE + LUX	x	x	x	x	
Gdynp	Partitioned Third party cookie	13 months*		BE + LUX	x	x	x	x	
__gfp_64b __gfp_s_64b	First party cookie	13 months*		BE + LUX	x	x	x	x	
__gfp_cache __gfp_s_cache	First party cookie	13 months*		BE + LUX	x	x	x	x	
GDPRFORGETTS	Third party cookie	5 years		BE + LUX					x
OPTOUT	Third party cookie	5 years		BE + LUX					x
GNSS	Third party cookie	5 years		BE + LUX	x				
__gfp_cap __gfp_s_cap	First party cookie	13 months		BE	x	x	x	x	
optout	First party cookie	2 years		BE					x
completed_	First party cookie	2 years		BE	x				
receive-cookie-deprecation	Partitioned Third party cookie	13 months*		BE + LUX	x				
IDFA	Device identifier		iOS APPS	BE	x	x	x	x	
AdvertisingID	Device identifier		ANDROID APPS	BE	x	x	x	x	
VendorID	Vendor identifier		iOS APPS	BE	x	x	x	x	
SetApp ID	Vendor identifier		ANDROID APPS	BE	x	x	x	x	
Gdyn	Third party cookie	13 months*	iOS & ANDROID APPS	BE	x	x	x	x	

*the countdown of the life span starts at the user's last visit to the web page

Tableau 2. Type, durée de vie et finalité des identifiants pouvant être utilisés dans l'étude CIM Internet.

Name	Description
Gtest	Component of the BrowserID. 3rd party cookie that checks whether the user's browser has 3rd party cookies enabled.
gstorage	Component of the BrowserID. Local storage with a unique user ID that collects information about how the visitor uses the website.
gaddstorage	Component of the BrowserID. Local storage that contains information used to control for sending the survey.
Gdyn	Component of the BrowserID. 3rd party cookie with a unique user ID that collects information about how the visitor uses the website.
Gdynp	Cookie for testing purposes in case no 3rd party cookies are available. For browsers supporting CHIPS**, the cookie is partitioned; for other browsers, the cookie act as a 3rd party cookie. Collects information about how the visitor uses the website.
__gfp_64b __gfp_s_64b	Component of the BrowserID. 1st party cookie with a unique user ID that collects information about how the visitor uses the website.
GDPRFORGETTS	Assigned to users to fulfill privacy rights. 1st party cookie that contains information of the user's refusal to participate in the cookie panel survey.
optout	Assigned to users to fulfill privacy rights. 1st party cookie that contains information of the user's refusal to participate in the cookie panel survey.
OPTOUT	Assigned to users to fulfill privacy rights. 3rd party cookie that contains information of the user's refusal to participate in research conducted by Gemius.
GNSS	Assigned to users when their browser does not support SameSite=None cookie attribute (browser based on Chromium 51-66), to prevent the cookies for being set.
__gfp_cap __gfp_s_cap	Stores the capping value for the FPC survey emission (= how many times the survey has been displayed). The cap for the FPC survey is set at one emission attempt per cookie.
__gfp_cache __gfp_s_cache	Stores the 1st party identifiers to which the ID is linked in the frame to optimize the assignment of identifiers within a domain.
completed_*	Used to close the survey when it has already been completed by the user. * in name represents survey id.
receive-cookie-deprecation	Cookie for testing the disabling of TPC on Chrome.
IDFA	Identifier for Advertisers. A unique device identifier in iOS app versions that may be passed to Gemius to assign the user's app activity to that specific app.
VendorID	Identifier for Vendors. A unique identifier of a single vendor for that specific app and that specific device in iOS app versions that may be passed to Gemius to assign the user's app activity to that specific app.
App Set ID	Android identifier. A unique device identifier in Android app versions that may be passed to Gemius to assign the user's app activity to that specific app.
AdvertisingID	Advertising identifier. A unique user identifier assigned to a mobile device for that may be send to Gemius to assign the user's app activity to that specific app.

*more about CHIPS: <https://developer.chrome.com/docs/privacy-sandbox/chips/>

8.2.3 Le souscripteur doit appliquer les instructions de tagging nécessaires à ce que le script de mesure de l'app, site ou player respectent la valeur du consentement donnée par l'utilisateur dans la CMP. Les instructions à appliquer se regroupent en trois scénarios :

1. Les sites et apps WebView² dont la CMP utilise le cadre TCF 1 ou 2 de l'IAB,
2. Les sites et apps WebView dont la CMP n'utilise pas le cadre TCF 1 ou 2 de l'IAB.
3. Les apps natives iOS et les apps natives Android,

Le tableau 3 montre pour chaque scenario la description des paramètres et valeurs qui doivent être appliqués en cas de consentement et en cas de non-consentement.

² Des apps WebView sont des applications qui utilisent un navigateur intégré pour afficher du contenu web.

Tableau 3. Aperçu des paramètres et valeurs relatifs au consentement.

Scenario		IDENTIFIERS	PARAMETERS & OTHER SETTINGS	VALUES IF CONSENT IS GIVEN	VALUES IF CONSENT IS REFUSED
1	Sites (& WebView apps) with CMP using IAB TCF 1 or 2	cookies	gemius_use_cmp = true gemius_cmp_timeout = Infinity gemius_cmp_purposes = {2:[1,8,9,10]}	automatically set by CMP	automatically set by CMP
2	Sites (& WebView apps) with other CMP		pp_gemius_consent	pp_gemius_consent = true	pp_gemius_consent = false
3	iOS Apps	cookies + IDFA + IDFAV	cookiesAllowed (Swift) setCookiesAllowed (Objective-C)	cookiesAllowed = true setCookiesAllowed = yes	cookiesAllowed = false setCookiesAllowed = no
		IDFA	AppTrackingTransparency (ATS)	set by ATS	set by ATS
	Android Apps	cookies + AdvertisingID + AppSet ID	setUserTrackingEnabled	setUserTrackingEnabled = true	setUserTrackingEnabled = FALSE

Pour les players, les instructions pour respecter le consentement s’appliquent en fonction du type de site ou d’application dans lequel se trouve le player :

- Si le player se trouve sur un site, il suffit de placer le script du player après le script du site dans l’ordre du code pour que les paramètres relatifs au consentement dans le script du site s’appliquent aussi au player. Si cela n’est techniquement pas possible (p.e. si le player est placé dans un frame qui ne peut être déplacé dans le code), le souscripteur doit ajouter ces paramètres directement dans le script du player (voir scénarios 1 et 2 ci-dessus).
- Si le player se trouve dans une application native, le consentement est automatiquement respecté pour la mesure des streams dès les méthodes relatives au consentement ont été ajoutées dans le SDK (voir scénario 3 ci-dessus).
- Si le player se trouve dans une application WebView, le souscripteur doit appliquer les instructions pour les players se trouvant dans les sites. Il doit également appliquer les instructions pour les apps natives afin que les identifiants transmis dans le UserAgent (Vendor ID et Device ID) ne soient pas transmis en cas de refus du consentement.

8.2.5. Le souscripteur est seul responsable de sa politique de protection des données et de toutes les obligations d’information correspondantes vis-à-vis de l’utilisateur. A ce titre, il est tenu d’inclure dans sa clause de non-responsabilité en matière de confidentialité (privacy disclaimer) toutes les clauses permettant la mesure par l’étude CIM Internet, et le traitement des données personnelles dans le cadre de l’étude CIM Internet, conformément à la réglementation applicable.

Pour les sites et apps de l’étude CIM Internet la clause de non-responsabilité en matière de confidentialité du souscripteur doit contenir au moins les éléments et informations suivants :

- La mention explicite de Gemius et du CIM en tant que coresponsables des identifiants utilisés dans l’étude CIM Internet.
- Un lien vers sa politique de protections des données, y compris leurs finalités, durée de vie et caractéristiques telles que définies dans les tableaux 2 et 3.
- Pour les sites, un lien vers la Politique de respect de la vie privée de Gemius ([Gemius Privacy Policy](#)) et vers l’outil de confidentialité de Gemius ([Gemius Privacy tool](#)) en français (une explication sur la façon dont les internautes peuvent exercer leurs droits en matière de RGPD).

- Pour les apps, des informations sur le traitement des données, expliquant comment les internautes peuvent exercer leurs droits en matière de RGPD.

Le souscripteur peut intégrer ces éléments dans sa Clause de non-responsabilité en matière de confidentialité. Ils sont également repris dans la Clause de non-responsabilité en matière de confidentialité du CIM, le [CIM Privacy Disclaimer](#), vers laquelle le logo du CIM Internet redirige (voir 8.5).

8.2.6. Le souscripteur s'engage à mettre en œuvre, selon les modalités approuvées par la Commission Technique, toute modification communiquée par le CIM au sujet de :

- l'utilisation et des caractéristiques des identifiants,
- la liste des partenaires,
- la clause de non-responsabilité en matière de confidentialité,
- la manière dont les utilisateurs donnent leur consentement à la mesure et au traitement de leurs données personnelles,
- l'utilisation des paramètres dans le script de mesure permettant de respecter le consentement lors du traitement des données.

8.3. Le souscripteur s'engage à ne pas croiser, ni tenter de croiser, d'aucune manière ni à aucun moment, des données de l'étude CIM Internet ou produits dérivés avec des données personnelles en sa possession. Une telle pratique est contraire au Règlement Général sur la Protection des Données de mai 2018 et est donc illégale.

8.4. Le souscripteur accepte et reconnaît que le CIM ne peut en aucun cas être tenu responsable de l'utilisation par le souscripteur (ou tout tiers à qui le souscripteur aurait transmis des données) des données, ou parties de données, provenant de l'étude CIM Internet, si cette utilisation enfreint la réglementation applicable, notamment le Règlement Général sur la Protection des Données.

8.5 Le souscripteur s'engage à placer en permanence sur la page d'accueil de son site le logo CIM Internet en couleur ou en noir et blanc. Ce logo CIM Internet doit contenir un lien hypertexte vers le [CIM Privacy Disclaimer](#) avec la clause suivante du CIM :



Chaque site portant le logo CIM Internet recueille à l'aide des cookies et autres identifiants (ci-après tous dénommés cookies) des statistiques sur ses visiteurs qui ont donné leur consentement. Ces données nous permettent de comprendre comment vous utilisez notre site web mais ne nous permettent en aucun cas de vous identifier. L'étude est réalisée par [Gemius](#), en collaboration avec le CIM. Vous pouvez consulter les résultats et d'autres informations liées à l'étude sur le [site](#) du CIM.

La politique générale en matière de confidentialité et des cookies des sites et applications qui participent à cette étude CIM Internet se trouve directement sur le site ou dans l'application.

Vous trouverez ci-dessous la politique en matière de confidentialité et de cookies qui s'applique à la mesure CIM Internet de tous les sites et applications participants.

Les sites et applications sont mesurés avec des cookies. Ces cookies ne sont utilisés que si vous avez donné votre consentement en tant que visiteur. Lors de votre première visite, vous aurez le choix d'autoriser ou non l'utilisation de ces cookies à des fins statistiques. Votre choix est volontaire et vous pouvez le modifier à tout moment. Sans le consentement pour la recherche statistique, le site ou l'application ne peut pas améliorer ses offres et services sur la base de recherche.

D'autres sites web participent également à l'étude CIM Internet par le biais des cookies Gemius. En visitant un site, vous pouvez dès lors remarquer des fichiers, tels que des scripts et des cookies, provenant de ces autres sites web. Si vous ne consentez pas à l'utilisation des cookies Gemius sur ce site, votre navigateur peut toutefois contenir des cookies tiers de Gemius que vous avez acceptés sur un autre site. Si vous ne souhaitez participer d'aucune manière à l'étude CIM sur Internet, vous pouvez désactiver tous les cookies tiers de Gemius en modifiant les paramètres de votre navigateur ou - si votre navigateur n'autorise pas les cookies tiers - en indiquant votre préférence via ce [lien](#).

Nous soutenons vos droits à la protection des données personnelles conformément au droit applicable. Vous avez le droit de demander, d'accéder, de rectifier, d'effacer vos données personnelles et de limiter ou de refuser leur traitement, ou leur utilisation pour des processus de choix automatisé (le profilage).

Les visiteurs des sites peuvent exercer ces droits via le [Gemius Privacy Tool](#).

Les utilisateurs des apps peuvent exercer ces droits en modifiant les paramètres dans l'app, réinstaller l'application ou rétablir les réglages d'usine de votre appareil. Pour les cas précis (par exemple, votre appareil n'utilise pas les Services de Google ou votre appareil utilise la version Android 8 ou inférieur), vous pouvez vous adresser au point de contact en matière de confidentialité.

Pour toute question ou plainte, vous pouvez vous adresser au point de contact suivant : par mail à privacy@cim.be ou par lettre au CIM, avenue Hermann-Debroux 46, 1060 Auderghem, Belgique.

Les données de l'étude CIM Internet sont conservées pendant 3 ans. Des échantillons limités de données représentatives sont conservés plus de trois ans à des fins statistiques dans des conditions de sécurité strictes. Des informations supplémentaires sur Gemius, sa politique de confidentialité et les outils permettant d'exercer vos droits sont disponibles sur la page [Privacy Policy Gemius](#).

Vous pouvez intégrer des éléments de cette Clause de non-responsabilité en matière de confidentialité dans votre propre Clause de non-responsabilité.

Dans votre Clause de non-responsabilité en matière de confidentialité, vous pouvez également rediriger vers le [CIM Privacy Disclaimer](#).

Le souscripteur est responsable de l'intégration technique du logo et du lien hypertexte.

8.6 Le logo CIM Internet ne peut être placé que sur les sites participants et uniquement pendant la période où le site participe à l'étude CIM Internet.

8.7 En cas de non-respect par un souscripteur des clauses du présent chapitre 8, le CIM se réserve le droit d'exclure le souscripteur de tous les services liés à l'étude CIM internet, sans préjudice du droit du CIM de réclamer des dommages et intérêts si nécessaire. L'exclusion de l'étude CIM Internet sera décidée par l'Organe d'Administration sur proposition de la Commission Technique Internet, conformément à l'article 10 du Règlement d'Ordre Intérieur.

9 Contrôle du CIM

9.1 Chaque souscripteur accepte la possibilité d'un contrôle du site, de l'app, du player ou de l'utilisation des données CIM Internet par le CIM ou son mandataire. Chaque souscripteur s'engage à tout mettre en œuvre pour faciliter un tel contrôle.

9.2 Le CIM effectue régulièrement des contrôles sur différents sites et applications.

10 Différends et fraude

10.1 Tout différend sera tranché en dernier ressort par la Commission Technique Internet du CIM après audition des parties concernées, pour autant que cette audition ne soit pas pratiquement impossible ou incompatible avec l'urgence que présenterait la situation. Les données recueillies par l'étude CIM Internet seront conservées par Gemius pendant toute la durée du contrat. Les rapports mensuels publiés seront conservés par le CIM.

10.2 En cas de fraude, manquement, falsification dans les déclarations ou documents, non-respect des articles sur la Protection de la vie privée ou toute autre infraction au présent Règlement, le souscripteur, comme pour les infractions à l'article 3 (Code de conduite) et à l'article 8 (Confidentialité des données) du Règlement d'Ordre Intérieur, peut être sanctionné par la sanction prévue à l'article 10 du Règlement d'Ordre Intérieur.

10.3 A titre d'illustration, quelques exemples d'infractions à ces règles :

- le double tagging de pages ;
- le placement de tags sur des sites, des applications ou des sections qui n'appartiennent pas au domaine pour lequel le tag a été créé ;
- le tagging des pages autorefresh de moins de 720 secondes ;
- le refus de placer le paramètre du langage dans le tag CIM Internet ou de le corriger si ce paramètre est erroné pour une partie importante du site ou de l'application ;
- le tagging de pages sans contenu éditorial ;
- le refus d'un site avec une extension autre que « .be » de restreindre le script de Gemius aux navigateurs avec une adresse IP belge ;
- le non-respect de la période probatoire pendant laquelle il est interdit de communiquer les résultats ;
- le tagging de contenu auto-promotion ou publicités en tant que contenu éditorial ;
- l'absence de CMP et/ou l'utilisation d'un script de mesure qui n'a pas été adapté conformément aux instructions pour respecter le consentement des utilisateurs ;

- la communication commerciale sur des données non commercialisables (comme par exemple les players de groupes Média).

Cette liste n'est pas exhaustive.

10.4 En outre, la Structure Permanente peut placer un site, une application ou un player en Waiting Room :

- En cas d'utilisation abusive, de non-respect des règles de l'étude CIM Internet et de non-réalisation des corrections nécessaires dans les cinq (5) jours calendaires suivant la première notification par la Structure Permanente. La Structure Permanente lève la sanction dès que les corrections nécessaires ont été apportées.
- En cas d'erreur créant une augmentation artificielle de la mesure du trafic. Par la mise en Waiting Room, les données officielles ne sont automatiquement plus accessibles aux autres souscripteurs dans eGemius. Les données dans gemiusPrism resteront disponibles pour le souscripteur du projet en question. Ces données ne pourront dès lors plus être utilisées à des fins commerciales.
- En cas de distribution non autorisée de login et du mot de passe associé. La mise en Waiting Room se fera alors dans l'attente d'une décision de suspension pour six (6) mois ou d'une suspension définitive.

La Commission Technique Internet du CIM sera informée de cette sanction. Le propriétaire du site a le droit de contester cette sanction auprès de la Commission Technique Internet qui en décidera lors de sa prochaine réunion mensuelle.

11 Clauses particulières

11.1 La mesure du trafic Internet par les produits CIM Internet n'est pas figée dans le temps et peut faire l'objet de développements ou de changements, notamment en raison de l'évolution de la technologie propre à Internet ou de l'évolution du comportement des internautes. Les souscripteurs sont tenus de suivre les adaptations de marquage demandées, sauf impossibilité technique acceptée par la Commission Technique Internet du CIM.

11.2 Les délais fixés dans le présent règlement sont donnés à titre indicatif. Le CIM ne peut être tenu responsable du non-respect de ces délais, qu'il lui soit imputable ou non.

11.3 Le CIM se réserve le droit de suspendre ou d'exclure de la mesure tout site ayant directement ou indirectement un contenu à caractère raciste, xénophobe, pédophile ou pornographique, et de manière générale ayant un contenu contraire à l'ordre public ou aux bonnes mœurs, ce sans préjudice du droit du CIM d'obtenir la réparation de tout dommage subi. L'exclusion est prononcée par l'Organe d'Administration du CIM conformément à l'article 8 des statuts du CIM.

11.4 Le CIM est tenu à une obligation de moyens.

11.5 Si la Commission Technique estime qu'une faute dans les données doit être corrigée et qu'un souscripteur bien précis est responsable de cette faute, ce souscripteur devra prendre en charge tous les coûts éventuels de la correction de cette faute.