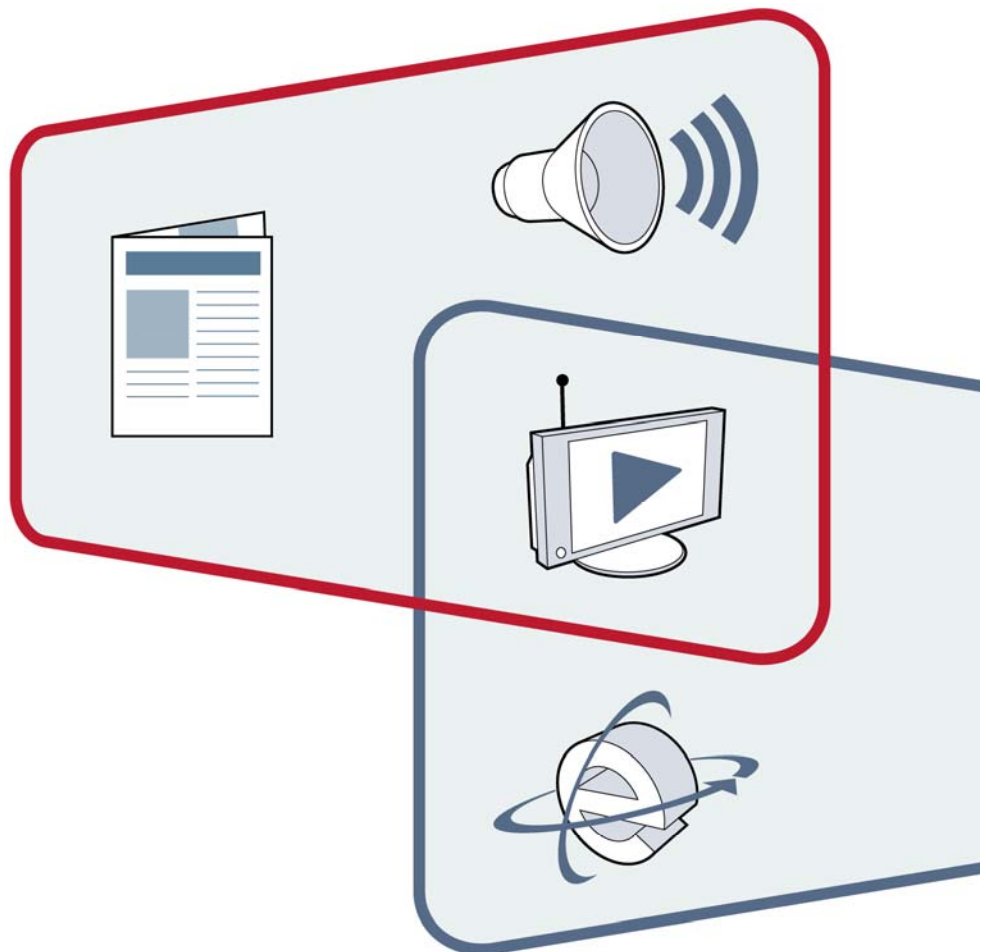


# INTERNATIONAL STANDARD NORME INTERNATIONALE

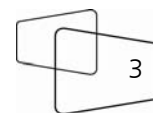
ISAS BCP 9001 | version 2 | June 15<sup>th</sup>, 2010

QUALITY MANAGEMENT SYSTEMS  
Requirements for media organizations

SYSTEMES DE MANAGEMENT DE LA QUALITE  
Exigences pour les médias







## SUMMARY

Chapter N° Title

<b>0 Introduction</b>
0.1 General
0.2 Process approach
0.3 Specifics of the media industry
0.4 Compatibility with ISO 9001:2008 and other management systems

### 1 Scope

1.1 General
1.2 Application

### 2 Normative Reference

### 3 Terms and Definitions

### 4 Quality Management System

4.1 General requirements
4.2 Documentation requirements

### 5 Management Responsibility

5.1 Management commitment
5.2 Stakeholder focus
5.3 Quality & ethics policy
5.4 Planning
5.5 Responsibility, authority and communication
5.6 Management review
5.7 Corporate social investment, community services
5.8 Risk management

### 6 Resource Management

6.1 Provision of resources
6.2 Human resources
6.3 Infrastructure
6.4 Work environment

### 7 Product Realization

7.1 Planning of product realization
7.2 Customer related processes
7.3 Design and development
7.4 Purchasing
7.5 Production and service provision
7.6 Control of monitoring and measuring devices

### 8 Measurement, Analysis and Improvement

8.1 General
8.2 Monitoring and measurement
8.3 Control of non-conforming product
8.4 Analysis of data
8.5 Improvement

## APPENDIX

Bibliography

## SOMMAIRE

N° de Chapitre Titre

<b>0 Introduction</b>	<b>8</b>
0.1 Généralités	8
0.2 Approche par processus	8
0.3 Spécificités de l'industrie des médias	11
0.4 Compatibilité avec ISO 9001:2008 et les autres systèmes de management	13

### 1 Domaines d'application

1.1 Généralités	14
1.2 Périmètre d'application	14

### 2 Référence normative

### 3 Termes et définitions

### 4 Système de management de la qualité

4.1 Exigences générales	19
4.2 Exigences relatives à la documentation	20

### 5 Responsabilité de la direction

5.1 Engagement de la direction	21
5.2 Ecoute des parties prenantes	21
5.3 Politique qualité & éthique	22
5.4 Planification	22
5.5 Responsabilité, autorité et communication	23
5.6 Revue de Direction	25
5.7 Investissement social d'entreprise, services à la communauté	25
5.8 Gestion des risques	25

### 6 Management des ressources

6.1 Mise à disposition des ressources	26
6.2 Ressources humaines	26
6.3 Infrastructures	27
6.4 Environnement de travail	27

### 7 Réalisation du produit

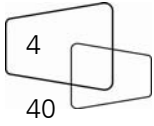
7.1 Planification de la réalisation du produit	28
7.2 Processus relatifs aux clients	28
7.3 Conception et développement	30
7.4 Achats	30
7.5 Production et préparation du service	33
7.6 Maîtrise des dispositifs de surveillance et mesure	34

### 8 Mesure, analyse et amélioration

8.1 Généralités	35
8.2 Surveillance et mesure	36
8.3 Maîtrise du produit non-conforme	36
8.4 Analyse des données	37
8.5 Amélioration continue	37

## ANNEXES

Bibliographie 38



## FOREWORD

Since the early eighties, companies and other institutions around the world have sought independent recognition of the quality of their management systems. The objective was twofold: (1) to benefit from unbiased, external reviews of their activities, (2) to create an ongoing process making sure that the highest standards of quality continue to be pursued.

ISAS is a private company that specializes in standardization and accreditation services. Its mission is to assist private, public and governmental institutions that seek to establish and maintain quality standards and to accredit the certification bodies that verify compliance with these standards. All ISAS data are accessible online at [www.isas.org](http://www.isas.org). ISAS is particularly active in voluntary certification. Its services complement those of official and governmental standardization and accreditation bodies such as ISO.

The Geneva-based Media & Society Foundation (MSF) is a Swiss not-for-profit organization whose mission is to encourage the development of quality standards in broadcasting and the press. The Foundation's initial funding was provided by the Swiss Agency for Development and Cooperation. MSF created the BC 9001 standard for broadcasting in 2003 and is the main impetus behind the creation of the P 9001 standard for the press in 2005. Its ongoing role consists of maintaining the standards and promoting the related certification systems worldwide.

Based on the feedbacks gathered from the field over the last seven years, the decision was made by the Board of the Foundation and the Technical Committee in charge of maintaining the standards to merge the two existing standards into one covering broadcasters, the press and new media under the reference ISAS BCP 9001:2010.

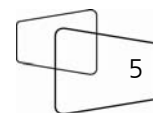
## PREFACE

Depuis le début des années 80, les entreprises et autres institutions du monde entier ont recherché la reconnaissance indépendante de la qualité de leurs systèmes de management. L'objectif était double: (1) bénéficier de revues impartiales et externes de leurs activités, (2) créer un processus continu garantissant que les plus hauts standards de qualité continuent à être poursuivis.

ISAS est une société privée de standardisation et d'accréditation. Sa mission consiste à assister des institutions privées, publiques et gouvernementales qui cherchent à établir et à maintenir des normes qualité et à accréditer les organismes de certification responsables de l'évaluation de conformité par rapport à ces normes. Toutes les données gérées par ISAS sont accessibles en ligne à l'adresse suivante: [www.isas.org](http://www.isas.org). ISAS est particulièrement active dans le domaine de la certification volontaire. Ses services sont complémentaires de ceux proposés par les organismes officiels ou gouvernementaux de standardisation et d'accréditation tels que ISO.

La Fondation Médias et Société basée à Genève (FMS) est une fondation de droit suisse sans but lucratif dont la mission est d'encourager le développement de normes qualité dans la radiodiffusion et la presse. Le financement d'origine de la Fondation a été assuré par la Direction du développement et de la coopération (DDC) des autorités suisses. La FMS a élaboré une première norme ISAS BC 9001 destinée aux radiodiffuseurs créant ainsi l'élan nécessaire au développement de la norme ISAS P 9001 dédiée à la presse. Son rôle consiste à maintenir ces normes et à promouvoir les systèmes de certification associés dans le monde entier.

C'est sur la base des retours d'expérience recueillis sur le terrain au cours des sept dernières années que la décision fut prise par le Conseil de la Fondation et le Comité Technique responsable de la mise à jour des normes, de fusionner les deux standards existants en un seul couvrant les radiodiffuseurs, la presse et les nouveaux médias sous la référence ISAS BCP 9001:2010.



## ACKNOWLEDGMENTS

We would like to thank all the persons who have actively contributed to the construction of this new international standard, namely:

### Members of Board of the Media & Society Foundation:

**President: Claude Torracinta**, journalist, former Information Director of Swiss Television (TSR).

**Vice-President: Gérald Sapey**, International President of Reporters without Borders, former CEO of Tribune de Genève and of Radio Suisse Romande (French speaking national public service radio of Switzerland).

### Members:

- **Thérèse Gastaut**, former Director of the Strategic Communication, United Nations Department of Public Information (UNDPI), part-time lecturer, Paris II University.
- **Joelle Kuntz**, lead writer "Le Temps".
- **Martine Lamunière**, journalist, Edipresse.
- **Yves Ménéstrier**, former Programming Director for the TSR (French speaking public service television of Switzerland).
- **Alain Modoux**, former Assistant Director-General of UNESCO for Freedom of Expression, Democracy and Peace (Paris).
- **Claude Monnier**, columnist, former advisor to the general management of Edipresse Suisse, former chief editor of "Le Journal de Genève" and "Le Temps stratégique".
- **Antonio Riva**, lawyer, chairman of the Swiss National Sound Archives, former CEO of the Swiss Broadcasting Corporation (SSR).
- **Dr Jean-Paul Rüttimann**, former journalist at DRS, Swiss German public radio, professor at the University of Fribourg.
- **Friedrich Sauerländer**, member of the boards of Swissmetal, Scor Switzerland, former Managing Director Alusuisse, Eternit, SGS, André, Rolex Bienne.
- **Peter Studer**, former president of the Swiss Press Council, former information director, SF DRS.
- **Prof. Dr Vinzenz Wyss**, professor of media sociology at the Institute of Applied Media Sciences of the Zürcher Hochschule Winterthur, author of various publications on editorial quality management.

## REMERCIEMENTS

Nous souhaitons remercier toutes les personnes qui ont apporté une contribution active à la réalisation de cette norme internationale, et plus précisément :

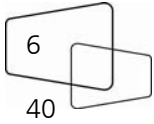
### Membres du Conseil de la Fondation Médias et Société:

**Président: Claude Torracinta**, journaliste, ancien directeur de l'information de la Télévision Suisse Romande.

**Vice-Président : Gérald Sapey**, président international de Reporters Sans Frontières, ancien directeur de la Tribune de Genève et de la Radio Suisse Romande (Radio de service public de la Suisse francophone).

### Membres:

- **Thérèse Gastaut**, ancienne Directrice de la Communication stratégique du Département de l'information des Nations Unies (UNDPI), chargée d'enseignement, université de Paris II.
- **Joëlle Kuntz**, éditorialiste au journal "Le Temps".
- **Martine Lamunière**, journaliste, Edipresse.
- **Yves Ménéstrier**, ancien Directeur des programmes de la TSR (Télévision de service public de la Suisse francophone).
- **Alain Modoux**, Ancien sous-directeur général de l'UNESCO pour la liberté d'expression, la démocratie et la paix (Paris).
- **Claude Monnier**, éditorialiste, ancien conseiller de la direction générale d'Edipresse Suisse, ancien rédacteur en chef du "Journal de Genève" et du "Temps Stratégique".
- **Antonio Riva**, juriste, président des archives nationales sonores de la Suisse, ancien directeur général de la Société Suisse de Radio-Télévision (SSR).
- **Dr Jean-Paul Rüttimann**, ancien journaliste à la DRS, la radio de service public suisse de langue allemande, professeur à l'université de Fribourg.
- **Friedrich Sauerländer**, membre des conseils d'administration de Swissmetal, Scor Suisse, ancien directeur général d'Alusuisse, Eternit, SGS, André, Rolex Bienne.
- **Peter Studer**, ancien président du Conseil de la presse suisse, ancien directeur de l'information de SF DRS.
- **Prof. Dr Vinzenz Wyss**, professeur de sociologie des médias à l'Institut des sciences appliquées aux médias de la Zürcher Hochschule Winterthur, auteur de nombreuses publications sur le management de la qualité éditoriale.



### **Advisors of the Media and Society Foundation:**

- **Prof. Dr Louis Balme**, professor at Grenoble Institute of Technology (France), vice-president of International Standardization and Accreditation Services.
- **Guillaume Chenevière**, chairman of the World Radio and Television Council, director of the Media and Society Foundation, former director of TSR (French speaking national television of Switzerland)
- **Dr Magali Modoux**, Certimedia department manager, Challenge Optimum S.A., Geneva.

### **Standardization Committee: Chairman:**

**Pierre Caillibot**, president of Accademia Qualitas Training Center, former chairman of the ISO/TC 176 Technical Committee responsible for ISO 9000, Montreal, Quebec, Canada.

### **Vice-Chairmen :**

- **Prof. Guy Drouot**, professor at the Paul Cézanne University, Institute of Political Studies, Aix-en-Provence, France.
- **Henrikas Yushkiavitshus**, adviser to the UNESCO Director-General, Paris, France.

### **Members :**

- **Prof. Guy Berger**, Director of the School of Journalism and Media Studies, Rhodes University, Grahamstown, South Africa.
- **Kavi Chongkittavorn**, editor, The Nation, former chairman of South East Asian Press Alliance, Bangkok, Thailand.
- **Martin Faye**, media consultant, Dakar, Senegal.
- **S.K. Ishadi**, President of Trans TV (ISAS BC 9001 certified), Jakarta, Indonesia.
- **Dr Karol Jakubowicz**, Warsaw, Poland.
- **Nathalie Labourdette**, head of the International Training Unit, European Broadcasting Union, Geneva, Switzerland.
- **Arlindo Lopes**, Secretary-General, Southern African Broadcasting Association, Johannesburg, South Africa.
- **Prof. Stuart H. Loory**, professor at School of Journalism, University of Missouri, editor of the quarterly magazine Global Journalist, published in Columbia, Missouri, USA.
- **Prof. Ana Maria Miralles**, professor at Universidad Bolivariana, Medellin, Colombia.

### **Conseillers de la Fondation Médias et Société:**

- **Prof. Dr Louis Balme**, professeur à l'Institut National Polytechnique de Grenoble (France), vice-président de International Standardization and Accreditation Services.
- **Guillaume Chenevière**, président du Conseil Mondial de la Radio et de la Télévision, directeur de la Fondation Médias et Société, ancien directeur de la TSR (télévision publique de la suisse francophone).
- **Dr Magali Modoux**, Responsable du département Certimedia, Challenge Optimum S.A., Genève.

### **Comité de Standardisation: Président :**

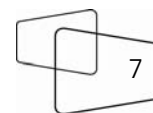
**Pierre Caillibot**, président du Centre de formation Accademia Qualitas, ancien président du Comité ISO/TC176 de l'Organisation internationale de normalisation responsable des normes ISO 9000, Montréal, Québec, Canada.

### **Vice-Présidents :**

- **Prof. Guy Drouot**, professeur en Sciences de la Communication et de l'Information, Université Paul Cézanne / IEP Aix-en-Provence (France).
- **Henrikas Yushkiavitshus**, conseiller du directeur général de l'UNESCO, Paris, France.

### **Membres :**

- **Prof. Guy Berger**, directeur de l'école de journalisme et du centre d'études des médias, université de Rhodes, Grahamstown, Afrique du Sud.
- **Kavi Chongkittavorn**, rédacteur en chef de "The Nation", ancien président de la Southeast Asian Press Alliance, Bangkok, Thaïlande.
- **Martin Faye**, consultant médias, Dakar, Sénégal.
- **S.K. Ishadi**, Président de Trans TV (certifiée ISAS BC 9001), Jakarta, Indonésie.
- **Dr Karol Jakubowicz**, Varsovie, Pologne.
- **Nathalie Labourdette**, responsable de l'unité internationale de formation, Union Européenne des Radiodiffuseurs, Genève, Suisse.
- **Arlindo Lopes**, secrétaire général, Southern African Broadcasting Association, Johannesburg, Afrique du Sud.
- **Prof. Stuart H. Loory**, professeur à l'école de journalisme de l'université du Missouri, rédacteur en chef du magazine trimestriel Global Journalist publié à Columbia, Missouri, USA.
- **Prof. Ana Maria Miralles**, professeur à l'Universidad Bolivariana, Medellin, Colombie.



- **Pamela Morinière**, Project Officer, International Federation of Journalists, Brussels, Belgium.
- **Ian Morrisson**, Friends of Canadian Broadcasting, Toronto, Canada.
- **Javad Mottaghi**, director of Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development (ISAS BC 9001 certified), Kuala Lumpur, Malaysia.
- **Prof. Jamal Eddine Naji**, University of Rabat, Morocco.
- **Alejandro Miro Quesada**, international Editor of Revista Cosas, former President of the Inter American Press Association, former Director of El Comercio, Lima, Peru.
- **Jayme Sirotsky**, Chairman of Rede Brazil Sul, former Chairman of the World Association of Newspapers, Porto Alegre, Brazil.
- **Mano Wikramanayake**, Director-General, Maharaja TV, Colombo, Sri Lanka.

#### **Special thanks to:**

**Henrikas Yushkiavitshus** who chaired the last Standardization Committee in the absence of Pierre Caillibot, held up in Canada.

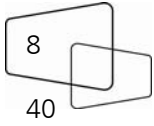
**Loterie Romande** and **the State Delegation to International Geneva** which brought their active support to this meeting of the Standardization Committee.

- **Pamela Morinière**, chef de Projet, Fédération internationale des journalistes, Bruxelles, Belgique.
- **Ian Morrisson**, Friends of Canadian Broadcasting, Toronto, Canada.
- **Javad Mottaghi**, directeur de l'Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development (certifié ISAS BC 9001), Kuala Lumpur, Malaisie.
- **Prof. Jamal Eddine Naji**, professeur à l'université de Rabat, Maroc.
- **Alejandro Miró Quesada**, rédacteur en chef international de Revista Cosas, ancien président de l'Inter American Press Association, ancien rédacteur en chef de El Comercio, Lima, Pérou.
- **Jayme Sirotsky**, président de Rede Brazil Sul, ancien président de la World Association of Newspapers (WAN), Porto Alegre, Brésil.
- **Mano Wikramanayake**, directeur général de Maharaja TV, Colombo, Sri Lanka.

#### **Remerciements particuliers à:**

**Henrikas Yushkiavitshus** qui a présidé le dernier comité de standardisation en l'absence de Pierre Caillibot, retenu au Canada.

**La Loterie Romande** et **la Délégation à la Genève internationale de la République et du Canton de Genève** qui ont apporté un soutien actif à cette réunion du Comité de standardisation.



## O. INTRODUCTION

### 0.1 General

The adoption of a quality-management system by a media organization (radio, TV, newspaper, magazine, online or other) is strictly voluntary. It should be a strategic decision taken by senior management with the support of staff.

The aim of such a system is to make sure that a media organization is managed in such a way as to meet the highest quality standards in the following areas:

- Service to its users (audience / readership) and the general public;
- Service to the society in which it operates, notably by promoting the open flow of information essential in a democracy;
- Service to other important stakeholders, including:
  - ✓ Staff;
  - ✓ Advertisers\*;
  - ✓ Subcontractors;
  - ✓ Shareholders;
  - ✓ Civil society\* associations;
  - ✓ Journalists' unions;
  - ✓ Public authorities\*.

\* Terms used with the symbol \* are defined in Chapter 3.

Information marked "NOTE" is for guidance in understanding or clarifying the associated requirement.

### 0.2 Process approach

In line with ISO 9001:2008 requirements, this International Standard: *"Promotes the adoption of a process approach when developing, implementing and improving the effectiveness of a quality management system, to enhance [all stakeholders'] satisfaction by meeting [all stakeholders'] requirements.*

*For a [media] organization to function effectively, it has to determine and manage numerous linked activities. An activity or set of activities using resources, and managed in order to enable the transformation of inputs into outputs, can be considered a process. Often the output from one process directly forms the input to the next.*

## O. INTRODUCTION

### 0.1 Généralités

L'adoption d'un système de management de la qualité par un média (radio, TV, journal, magazine, publication en ligne ou autre) est strictement volontaire. Elle relève d'une décision stratégique de l'entreprise prise par sa direction et soutenue par son personnel.

Le but d'un tel système est de s'assurer qu'un média est dirigé de telle manière que les plus hauts standards de qualité sont appliqués dans les domaines suivants:

- Service à ses utilisateurs (audience / lecteurs) et au public en general ;
- Service à la société dans laquelle il opère, notamment en promouvant la libre circulation de l'information, essentielle dans une démocratie ;
- Service à d'autres parties prenantes d'importance telles que :
  - ✓ Le personnel ;
  - ✓ Les annonceurs\* ;
  - ✓ Les sous-traitants ;
  - ✓ Les actionnaires ;
  - ✓ Les associations de la société civile\* ;
  - ✓ Les syndicats de journalistes ;
  - ✓ Les autorités publiques\* ;

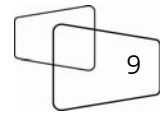
\* Les termes suivis d'un astérisque sont définis au chapitre 3.

Toute information précédée du mot "NOTE" dans le texte est donnée à titre indicatif pour faciliter la compréhension ou pour clarifier les exigences auxquelles elle se réfère.

### 0.2 Approche par processus

En conformité avec les exigences de la norme ISO 9001:2008, cette norme internationale : *"Encourage l'adoption d'une approche par processus lors du développement, de la mise en œuvre et de l'amélioration de l'efficacité d'un système de management de la qualité, afin d'accroître la satisfaction de [toutes les parties prenantes] par le respect des exigences.*

*Pour qu'un [média] fonctionne de manière efficace, il doit identifier et gérer de nombreuses activités corrélées. Toute activité utilisant des ressources et gérée de manière à permettre la transformation d'éléments d'entrée en éléments de sortie peut être considérée comme un processus. L'élément de sortie d'un processus constitue souvent l'élément d'entrée du processus suivant.*



*The application of a system of processes within a [media] organization, together with the identification and interactions of these processes, and their management to produce the desired outcome, can be referred to as the “process approach”.*

*An advantage of the process approach is the ongoing control that it provides over the linkage between the individual processes within the system of processes, as well as over their combination and interaction.*

*When used within a quality management system, such an approach emphasizes the importance of:*

- a) understanding and meeting requirements ;*
- b) the need to consider processes in terms of added value;*
- c) obtaining results of process performance and effectiveness, and*
- d) continual improvement of processes based on objective measurement.*

*The model of a process-based quality management system shown in Figure 1 illustrates the process linkages presented in clauses 4 to 8.*

*This illustration shows that customers [audience/readership\* and advertisers\* in the case of the media industry] play a significant role in defining requirements as inputs. Monitoring of customer satisfaction requires the evaluation of information relating to customer perception as to whether the organization has met the customer requirements. The model shown in Figure 1 covers all the requirements of this International Standard, but does not show processes at a detailed level.*

*Note:*

*In addition, the methodology known as “Plan – Do – Check – Act” (PDCA) can be applied to all processes. PDCA can be described as follows:*

**PLAN:** *establish the objectives and processes necessary to deliver results in accordance with customer requirements and the organization’s policies.*

**DO:** *implement the process.*

**CHECK:** *monitor and measure processes and product against policies, objectives and requirements for the product and report the results.*

**ACT:** *take actions to continually improve process performance”.*

*L’approche par processus désigne l’application d’un système de processus au sein d’un [média], ainsi que l’identification, les interactions et le management de ces processus en vue d’obtenir le résultat souhaité.*

*L’un des avantages de l’approche par processus est la maîtrise permanente des relations entre les processus individuels et le système global des processus, ainsi que de leurs combinaisons et interactions.*

*Lorsqu’elle est utilisée dans un système de management de la qualité, cette approche souligne l’importance de :*

- a) comprendre et remplir les exigences ;*
- b) considérer les processus en termes de valeur ajoutée ;*
- c) mesurer la performance et l’efficacité des processus ;*
- d) améliorer en permanence les processus sur la base de mesures objectives.*

*Le modèle de système de management de la qualité basé sur les processus, présenté en Figure 1, illustre les relations entre les processus décrits dans les articles 4 à 8.*

*Cette figure montre le rôle significatif joué par les clients [audience/lectorat\* et annonceurs\* dans le cas des médias] lors de la définition des exigences en tant qu’éléments d’entrée. La surveillance de la satisfaction des clients exige l’évaluation des informations concernant la perception des clients sur le niveau de réponse de l’organisme à leurs exigences. Le modèle de la figure 1 couvre toutes les exigences de la présente norme internationale mais ne présente pas les processus à un niveau détaillé.*

*Note :*

*De plus, le concept de la “roue de Deming”, désigné en anglais par “Plan – Do – Check – Act” (PDCA) s’applique à tous les processus. La roue de Deming peut être décrite succinctement comme suit :*

**PLANIFIER:** *établir les objectifs et les processus nécessaires pour fournir des résultats correspondant aux exigences des clients et aux politiques du média.*

**FAIRE:** *mettre en œuvre les processus.*

**VERIFIER:** *surveiller et mesurer les processus et le produit par rapport aux politiques, objectifs et exigences du produit et rendre compte des résultats.*

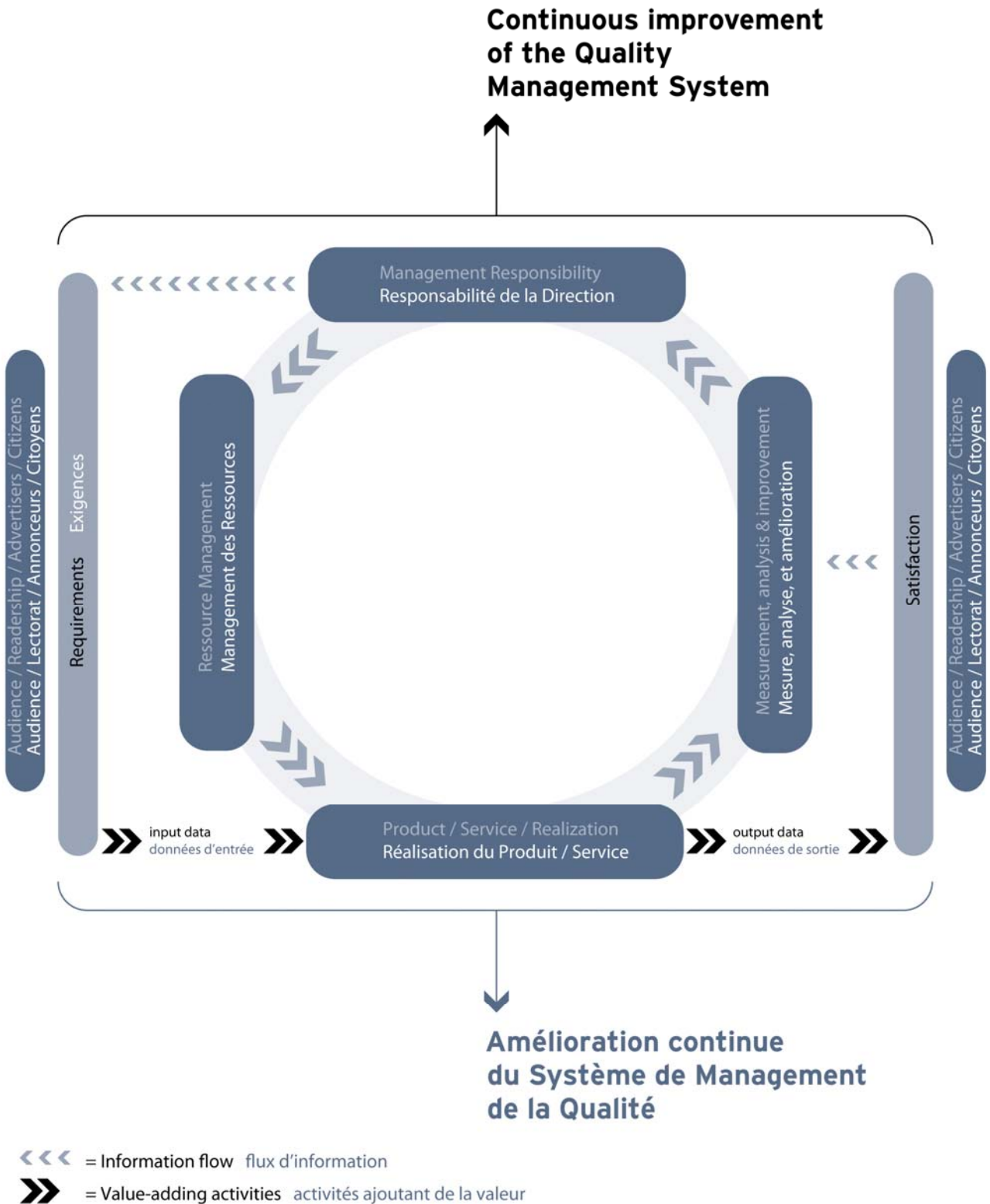
**AGIR:** *entreprendre les actions pour améliorer en permanence les performances des processus”.*

**Figure 1:**

Model of management system based on processes:

**Figure 1:**

Modèle d'un système de management de la qualité basé sur les processus :



### 0.3 Specifics of the media industry

Any quality-management system applied to a media organization must recognize the specific characteristics of the media industry:

- Its social role cannot be measured with the usual financial yardsticks;
- It is subject to pressure from owners, governments and other powerful institutions that may seek to influence its content\*;
- Its business model usually depends on both the support of users (audience / readership) and advertisers\*, whose interests do not necessarily converge.

The quality of a media organization is in many ways subjective. It cannot be evaluated by merely relying on the data routinely used in business: distribution\*, revenue or profit. Moreover, determining media quality requires more than assessing the quality of individual activities such as writing, sound, photography, production, design, editing and the like.

A quality media organization must above all have integrity. It must be honest, fair and trustworthy. Any media organization that aspires to this standard of quality must be:

- Editorially independent\*;
- Transparent with regard to ownership and other connections that could impact content\*;
- Governed by editorial guidelines\* understood by the content producers, the audience / readership and its stakeholders;
- Respectful of international standards dealing with working conditions and social dialogue.

Its internal culture and processes should include:

- A clear mission and editorial viewpoint for each publishing or broadcasting platform within the organization;
- An emphasis on reporting facts accurately;
- Effective mechanisms for identifying and correcting errors;
- Distinction between opinion and fact;
- Responsiveness to feedback from consumers (audience / readership) and other stakeholders;
- Widely disseminated guidelines on ethics;
- High-quality training and evaluation of staff;
- An unambiguous separation of advertising and editorial content\* as well as a prohibition of interference by advertisers in influencing editorial decision-making.

### 0.3 Spécificités de l'industrie des médias

Tout système de management de la qualité appliqué à un média doit considérer que celui-ci, en tant qu'industrie, a un certain nombre de spécificités:

- Son rôle social ne peut être mesuré avec les indicateurs financiers habituels ;
- Il est soumis à des pressions de ses propriétaires, des gouvernements et d'autres institutions de pouvoir qui peuvent avoir tendance à influencer ses contenus\* ;
- Son équilibre économique dépend à la fois des utilisateurs (audience / lectorat) et des annonceurs\* dont les intérêts ne sont pas nécessairement convergents.

La qualité d'un média est à maints égards subjective. Elle ne peut pas être évaluée uniquement avec les données habituellement utilisées dans les affaires : tirage\*, chiffre d'affaires ou rentabilité. De plus, la mesure de la qualité dans ce domaine demande plus que l'évaluation de fonctions techniques telles que la rédaction, le son, la photographie, la production, la conception, le montage, etc.

Par-dessus tout, un média doit faire montre d'intégrité. Il doit être honnête, juste et digne de confiance. Tout média qui aspire à se mettre en conformité avec cette norme doit être:

- Indépendant\* sur le plan éditorial ;
- Transparent pour ce qui concerne les propriétaires du média et les autres liens qui pourraient influencer ses contenus\* ;
- Régi par une ligne éditoriale qui soit comprise par les producteurs de contenus, l'audience/lectorat et les autres parties prenantes ;
- Respectueux des standards internationaux en matière de conditions de travail et de dialogue social.

Sa culture interne et ses processus devraient inclure :

- Une mission claire et une ligne éditoriale bien définie pour chaque plateforme de publication ou de radiodiffusion à l'intérieur de l'organisation ;
- L'accent mis sur l'exactitude dans la couverture des faits ;
- Des mécanismes efficaces pour identifier et corriger les erreurs ;
- Une claire distinction entre opinion et fait ;
- La prise en compte des réactions des utilisateurs du média (audience / lectorat) et des autres parties prenantes ;
- Un code d'éthique largement diffusé ;
- Une formation et une évaluation du personnel au plus haut niveau de qualité ;
- Une séparation non ambiguë entre la publicité et les contenus\* éditoriaux ainsi qu'une interdiction d'interférence des annonceurs en termes d'influence sur la prise de décision éditoriale.

Figure 2 below shows the complex interactions of the media industry with its environment.

The reality often differs from this ideal model:

1. A strong dependence of the media organization on government, when it represents a significant, even dominant source of financing and/or exerts pressure through legal, technical, economical and political measures, as well as through direct intervention;
2. A strong dependence of the media organization on the advertisers\*, who represent the other major source of financing, dominant in the private industry;
3. A weak consideration for consumers' satisfaction, essentially measured in terms of quantity and more rarely measured by quality, accuracy, fairness and interesting presentation. From a general point of view, the feedback loops coming from the audience/ readership\* and citizens should have a strong influence on the strategy of the media organization;
4. Non-official feedback loops not shown on the diagram, such as the ones from the advertisers\* and/or media owners to the Government and vice-versa can be dangerously influential.

This International Standard aims to help media organizations and all associated stakeholders to comply with a balanced model of their industry.

La figure 2 ci-dessous montre les interactions complexes de l'industrie des médias avec son environnement.

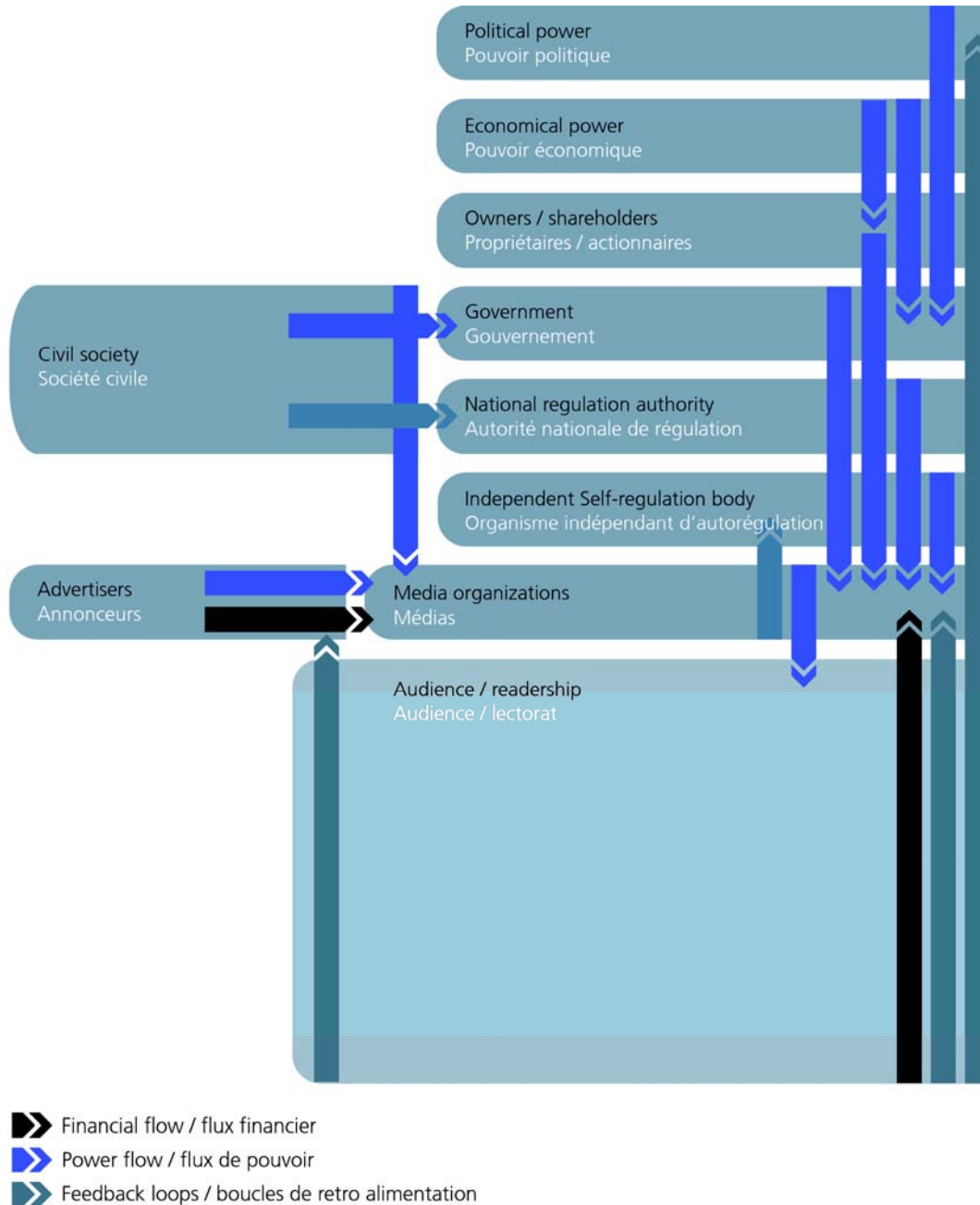
La réalité diffère souvent de cette représentation :

1. Une forte dépendance vis-à-vis des gouvernements, particulièrement lorsque ces derniers contribuent de manière significative, voire dominante au financement du média et/ou exercent des pressions par un ensemble de dispositions légales, techniques, économiques et politiques ainsi que par des interventions directes ;
2. Une forte dépendance vis-à-vis des annonceurs\*, qui représentent l'autre source principale de financement, dominante dans les médias commerciaux ;
3. Une considération insuffisante pour la satisfaction des utilisateurs, essentiellement mesurée en quantité et plus rarement en qualité, exactitude, équité et mise en forme des contenus originale. D'une manière générale, les boucles de retro-alimentation en provenance de l'audience / lectorat\* et des citoyens devraient avoir une forte influence sur la stratégie de l'organisation ;
4. D'autres retours d'information non-officiels ne sont pas montrés sur le diagramme, tels que ceux en provenance des annonceurs\* et/ou des propriétaires des médias en direction des gouvernements et vice versa et peuvent être dangereux en termes d'influence.

Ce standard international a l'ambition d'aider les médias et toutes les parties prenantes associées à se mettre en conformité avec un modèle équilibré de leur industrie.

**Figure 2**

Interactions of the media industry with its environment:



**Figure 2**

Interactions de l'industrie des médias avec son environnement :

**0.4 Compatibility with ISO 9001:2008 and other management systems**

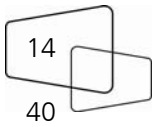
In order to facilitate the practical implementation of this standard, a lot of references are made to ISO 9001:2008 throughout this text. The sentences directly borrowed from ISO 9001:2008 are indicated by the use of italic characters.

A bibliography is joined in appendix.

**0.4 Compatibilité avec la norme ISO 9001:2008 et les autres systèmes de management**

Pour faciliter la mise en œuvre pratique de cette norme sur le terrain, de nombreuses références sont faites à la norme ISO 9001:2008 tout au long de ce document. Les phrases directement empruntées à la norme ISO 9001:2008 sont indiquées en caractères italiques.

Une bibliographie est jointe en annexe.



## 1. SCOPE

### 1.1 General

This International Standard ISAS BCP 9001:2010 specifies requirements for a quality management system where a media organization:

- Develops a management system that can consistently produce quality contents\*;
- Includes processes for continuous improvement of the system in the interest of audience, readers, advertisers\* and other stakeholders;
- Aims to contribute to social development and democracy in the society it is serving;
- Aims to enhance stakeholders' satisfaction through the effective, transparent and independent application of the system, in conformity with applicable regulatory requirements.

### 1.2 Application

All requirements of this International Standard mentioned as such in the text are specific to the media industry and are intended to be applicable to all media organizations and their suppliers, regardless of platform (Radio, Television, Newspapers, Magazines, Internet, etc.), status (public or private\*, free or paid for), size and editorial approach.

Where any requirement(s) of this International Standard cannot be applied due to the nature of a media organization and its product, this can be considered for exclusion.

As per ISO 9001:2008 requirements: *"Where exclusions are made, claims of conformity to this International Standard are not acceptable unless these exclusions are limited to requirements within clause 7, and such exclusions do not affect the organization's ability, or responsibility, to provide product that meets customer and applicable statutory and regulatory requirements"*.

CAUTION: Media, who specialize in contents\* that cannot meet the general aim of this standard, such as pornography or hate propaganda, will not be considered for certification.

## 1. DOMAINE D'APPLICATION

### 1.1 Généralités

La présente norme internationale ISAS BCP 9001:2010 spécifie les exigences relatives au système de management de la qualité par lequel un média :

- développe un système de management qui a la capacité de produire en permanence des contenus\* de qualité ;
- inclut des processus d'amélioration continue du système dans l'intérêt de l'audience, des lecteurs, des annonceurs\* et des autres parties prenantes ;
- vise à contribuer au développement social et à la démocratie dans la société qu'il sert ;
- vise à accroître la satisfaction des parties prenantes par une application efficace, transparente et indépendante du système, en conformité avec les exigences réglementaires en vigueur.

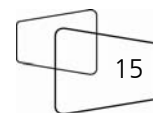
### 1.2 Périmètre d'application

Toutes les exigences de la présente norme internationale sont spécifiques aux médias et prévues pour s'appliquer à toutes les organisations de médias, quels qu'en soient la plate-forme de diffusion (radio, télévision, journaux, magazines, Internet, etc), le statut (public ou privé\*, gratuit ou payant), la taille et la ligne éditoriale.

Lorsqu'une ou plusieurs exigences de la présente norme internationale ne peuvent être appliquées en raison de la nature de l'organisme ou de ses contenus, leur exclusion peut être envisagée.

En conformité avec les exigences de ISO 9001:2008 : *"Lorsque des exclusions sont faites, les demandes de conformité à la présente norme internationale ne sont acceptables que si ces exclusions se limitent aux exigences de l'article 7 et qu'elles n'ont pas d'incidence sur l'aptitude ou la responsabilité de l'organisme à fournir un produit conforme aux exigences des clients et aux exigences légales et réglementaires applicables"*.

ATTENTION : les médias qui sont spécialisés dans des contenus incompatibles avec les objectifs de la présente norme, tels que ceux à caractère pornographique ou entretenant la haine raciale, ne sont pas éligibles à la certification.



## 2. NORMATIVE REFERENCE

*The following referenced documents are indispensable for the application of this document. For dated references, only the edition cited applies. For undated references, the latest edition of the referenced document (including any amendments) applies:*

- ISO 9000:2005 : Quality management systems – Fundamentals and vocabulary.
- ISO 19011:2002 : Guidelines for quality and/or environmental management systems auditing.

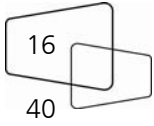
ISAS maintains registers of International Standards that are of its competence. They are available online at [www.isas.org](http://www.isas.org).

## 2. REFERENCE NORMATIVE

*Les documents de référence suivants sont indispensables pour l'application du présent document. Pour les références datées, seule l'édition citée s'applique. Pour les références non datées, la dernière édition du document de référence s'applique (y compris les éventuels amendements) :*

- ISO 9000:2005 : Systèmes de management de la qualité – Principes essentiels et vocabulaire.
- ISO 19011:2002 : Lignes directrices pour l'audit de systèmes de management qualité et/ou environnemental.

ISAS met à jour régulièrement le registre des normes internationales qui relèvent de sa compétence. Elles sont disponibles en ligne à l'adresse [www.isas.org](http://www.isas.org).



### 3. TERMS & DEFINITIONS

For the purpose of this International Standard, the terms and definitions given in ISO 9000:2005 apply.

In addition, the following terms are defined:

#### 3.1 Advertiser

External entity buying advertising space or time from the media organization.

#### 3.2 Audience

TV viewers, radio listeners and users of digital media in Internet and mobile platforms (phones, handhelds, etc.).

#### 3.3 Civil Society

Citizens and social not-for-profit initiatives, organizing themselves autonomously from the State, around objectives, constituencies and thematic interests.

#### 3.4 Code of programs

Broadcasters' editorial guidelines extended to contents other than information.

#### 3.5 Content

Any text, sound and/or image produced, published and/or broadcasted as editorial products by a media organization.

#### 3.6 Critical process

Any sequence of activities that the media organization has to master (through documentation and control), in order to ensure the quality of its contents and/ or of its own organization.

#### 3.7 Dashboard

Set of relevant and regularly updated data (figures/ indicators) to monitor the performance of the organization according to set objectives (the Balanced Score Card model classifies the data in terms of human resource, internal processes, customer satisfaction and economical results).

#### 3.8 Data integrity

The property of safeguarding the accuracy and completeness of data [ISO 27001:2005].

### 3. TERMES & DEFINITIONS

Pour les besoins de la présente norme internationale, les termes et définitions donnés dans ISO 9001:2005 sont applicables.

En complément, les termes suivants sont définis :

#### 3.1 Annonceur

Entité externe achetant des espaces ou créneaux publicitaires au média.

#### 3.2 Audience

Télespectateurs, auditeurs et utilisateurs de médias numériques sur Internet et sur plate-formes mobiles (téléphones, ordinateurs de poche, etc.).

#### 3.3 Société civile

Citoyens et initiatives de nature sociale sans but lucratif, autonomes par rapport à l'Etat, s'organisant autour d'objectifs et de groupements d'intérêts thématiques.

#### 3.4 Code des programmes

Lignes directrices éditoriales des radiodiffuseurs s'appliquant à des contenus autres que l'information.

#### 3.5 Contenu

Texte, son et/ou image produit, publié et/ou radiodiffusé en tant que produit éditorial par un média.

#### 3.6 Processus critique

Toute séquence d'activités que le média doit maîtriser (à travers une documentation et des contrôles appropriés) en vue d'assurer la qualité de ses contenus et/ou de sa propre organisation.

#### 3.7 Tableau de bord

Ensemble de données pertinentes et régulièrement mises à jour (statistiques/indicateurs) permettant de suivre la performance de l'organisation en fonction d'objectifs pré-définis (le modèle Balanced Score Card suggère de classer les données en 4 catégories: ressources humaines, processus, satisfaction client et résultats économiques).

#### 3.8 Intégrité des données

La propriété de protéger l'exactitude et l'entièreté des données [ISO 27001:2005].

### 3.9 Distribution

- a) Means through which physical copies of a print publication reach their readers
- b) Technological means required for the audience\* to access electronic media content.

### 3.10 Editorial Charter/ Editorial Guidelines / Mission Statement

Editorial directives stating the positioning goals and ethics of a media organization.

### 3.11 Editorial independence

Editorial production free from any external and any other interference or control, be it governmental, political, technical, economical or other.

### 3.12 Editorial Policy

Management directives, formal or informal, stated or unstated, regarding points of view to be expressed in the media organization.

### 3.13 Independent self-regulation body

Independent professional entity, often called Media or Press Council, evaluating the consistency of editorial content with Editorial Charters and Journalists' Code of Ethics.

### 3.14 Internet Content Producer

Producer of media content on the Internet.

### 3.15 Mediation mechanism

Independent bodies created inside or outside media organizations that work as interface between media journalists and their readers, listeners and viewers and handle complaints of ethical issues raised by the latter.

### 3.16 National Broadcasting Regulation Authority

Public authority in charge of media licensing regulation.

### 3.17 Public authorities

All governmental or quasi-governmental organizations, whether local, national or international.

### 3.18 Public service broadcaster

A broadcaster, whether private or state owned, which has a transparent and clearly defined public service mandate, either legal or self proclaimed.

### 3.9 Distribution

- a) Moyens par lesquels les copies physiques d'une publication imprimée atteignent leurs lecteurs
- b) Moyens technologiques nécessaires pour que l'audience\* puisse accéder aux contenus d'un média électronique.

### 3.10 Charte éditoriale / Ligne directrices éditoriales / Déclaration de mission

Directives de rédaction précisant les objectifs de positionnement et l'éthique du média.

### 3.11 Indépendance éditoriale

Production rédactionnelle libre de toute ingérence extérieure ou contrôle, qu'ils soient gouvernementaux, politiques, techniques, économiques ou autres.

### 3.12 Ligne éditoriale

Directives de la direction, formelles ou informelles, explicites ou implicites, concernant des points de vue à défendre par la rédaction.

### 3.13 Organisme indépendant d'auto-régulation

Entité professionnelle indépendante, souvent appelée Conseil des Médias ou de la Presse, dont l'une des missions consiste à évaluer la cohérence des contenus éditoriaux avec les chartes éditoriales et les codes d'éthique des journalistes.

### 3.14 Producteur de contenu Internet

Producteur de contenu sur Internet.

### 3.15 Mécanisme de médiation

Entité indépendante créée à l'intérieur ou à l'extérieur du média en interface entre les journalistes et leurs lecteurs, auditeurs ou téléspectateurs et dont la mission consiste à traiter les réclamations de ces derniers ayant trait à l'éthique.

### 3.16 Organisme National de Régulation de la Radiodiffusion

Organisme public en charge de faire appliquer la réglementation des licences de radiodiffusion.

### 3.17 Pouvoirs publics

Autorités gouvernementales ou para-gouvernementales sur le plan local, national ou international.

### 3.18 Service public de radiodiffusion

Radiodiffuseur public ou privé, qui possède un mandat de service public transparent et clairement défini, de manière légale ou auto-proclamée.

**3.19 Risk analysis**

Systematic use of information to identify sources and to estimate the risk. [ISO 27001:2005]

**3.20 Risk evaluation**

Process of comparing the estimated risk against given risk criteria to determine the significance of the risk. [ISO 27001:2005]

**3.21 State broadcaster**

A state owned broadcaster where the government directly intervenes in program contents.

**3.22 Private broadcaster**

A privately owned broadcaster which is independent from state subsidies.

**3.23 Readership**

People reading part or all of a print publication or Internet, as subscriber or buyer, or having any other means of access to the publication. Readership is different from circulation: circulation is calculated by the number of copies sold, but readership can only be assessed by a survey.

**3.24 Social Investment**

Not-for-profit contribution by companies to the welfare of society.

**3.25 Sustainable development**

Development which allows the present world population to satisfy its needs without compromising the ability of future generations to meet their own needs.

*Note: Words defined in this glossary are highlighted in the text by the symbol\*.*

**3.19 Analyse de risques**

Exploitation systématique de l'information disponible en vue d'identifier les sources et d'estimer les risques. [ISO 27001:2005]

**3.20 Evaluation des risques**

Processus de comparaison du risque estimé avec des critères prédéfinis en vue de déterminer son importance. [ISO 27001:2005]

**3.21 Radiodiffuseur d'état**

Radiodiffuseur possédé par l'état où le gouvernement intervient directement dans les contenus.

**3.22 Radiodiffuseur privé**

Radiodiffuseur possédé par des intérêts privés et indépendant des subventions de l'Etat.

**3.23 Lectorat**

Personnes lisant tout ou partie d'une publication imprimée ou sur Internet, qu'elles soient abonnées, acheteuses ou ayant d'autres moyens d'accès à la publication. Le lectorat est différent de la diffusion: celle-ci est calculée sur la base du nombre d'exemplaires vendus tandis que le lectorat ne peut être mesuré que par des enquêtes.

**3.24 Investissement social**

Contribution sans but lucratif d'entreprises privées au bien-être de la société.

**3.25 Développement durable**

Développement qui permet à toutes les populations vivant actuellement sur Terre de satisfaire leurs besoins sans compromettre la capacité des générations futures à combler leurs propres besoins.

*Note: les termes définis dans ce glossaire sont signalés dans le texte par un astérisque\*.*

## 4. QUALITY MANAGEMENT SYSTEM

### 4.1 General requirements

Section 4.1 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

The media organization shall identify and document all the critical processes\* having a direct impact on:

- The quality of the contents\* (from design to audience\*/ readers' feedback through content production and acquisition);
- The relationship with an independent self-regulation body\* (if any);
- The relationship with public authorities\*;
- The relationship with the public;
- The relationship with advertisers\*;
- The relationship with external suppliers;
- The measurement of audience/ readership\* numbers and satisfaction.

Each of these critical processes\* shall be fully determined in terms of sequences of activities, interactions, inputs and outputs with clear pre-defined criteria for measuring their effectiveness and efficiency.

N.B.: The Certification Body shall identify and document the media environment of the country in which the media organization operates, with a specific focus on freedom of expression. It will document government involvement, regulatory conditions, self-regulation\* mechanisms (if any), the ownership and control of broadcast/ publishing equipment and other factors that can influence the quality of the media organization. It will seek guidance from the Media and Society Foundation, as needed.

## 4. SYSTEME DE MANAGEMENT DE LA QUALITE

### 4.1 Exigences générales

Les dispositions du chapitre 4.1 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

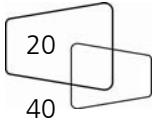
#### Exigences spécifiques aux médias :

La direction doit identifier et documenter tous les processus critiques\* qui ont un impact sur:

- La qualité des contenus\* (de la conception à la mesure de satisfaction de l'audience\* / lectorat\* en passant par la production ou l'acquisition de contenus) ;
- La relation avec un organisme d'auto-régulation\* de la branche (si celui-ci existe) ;
- La relation avec les pouvoirs publics\* ;
- La relation avec le public;
- La relation avec les annonceurs ;
- La relation avec les fournisseurs externes ;
- La mesure de l'audience\* / lectorat\* et de leur satisfaction.

Chacun de ces processus critiques\* doit être complètement déterminé en termes de séquençage de ses activités, interactions, intrants et extrants avec des critères clairs et prédéfinis pour mesurer leur efficacité et leur efficience.

N.B.: L'organisme de certification devra identifier et documenter l'environnement éditorial du pays dans lequel le média opère et devra porter une attention particulière à la liberté d'expression. Il devra documenter l'implication du gouvernement, les conditions réglementaires, les mécanismes d'auto-régulation\* (s'ils existent), la propriété et le contrôle des équipements de publication /radiodiffusion et tout autre facteur susceptible d'influencer la qualité du média. Il pourra demander l'assistance de la Fondation Médias et Société en cas de besoin.



## **4.2 Documentation requirements**

### **4.2.1 General**

Section 4.2.1 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### **Specific requirements for media organizations:**

In addition to the requirements of section 4.2.1 of ISO 9001:2008, the management system documentation shall include, under any name, the equivalent for:

- An Editorial Charter\* ;
- A Code of Programs (broadcasters only);
- A Code of Advertising ;
- A Code of Ethics.

### **4.2.2 Quality Manual**

Section 4.2.2 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### **Specific requirements for media organizations:**

The Quality Manual shall clearly express:

- Mission and vision of the media organization;
- Management commitment to quality (see chapter 5.1 and 5.3);
- Processes related to internal and external feedbacks.

### **4.2.3 Control of documents**

Section 4.2.3 of ISO 9001:2008 shall be applied.

### **4.2.4 Control of Records**

Section 4.2.4 of ISO 9001:2008 shall be applied.

## **4.2 Exigences relatives à la documentation**

### **4.2.1 Généralités**

Les dispositions du chapitre 4.2.1 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### **Exigences spécifiques aux médias :**

En complément aux exigences du chapitre 4.2.1 de la norme ISO 9001:2008, la documentation du système de management doit inclure, sous quelque nom que ce soit :

- Une charte éditoriale\* ;
- Un code des programmes (pour les radiodiffuseurs seulement) ;
- Un code de publicité ;
- Un code d'éthique.

### **4.2.2 Manuel Qualité**

Les dispositions du chapitre 4.2.2 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### **Exigences spécifiques aux médias :**

Le Manuel Qualité doit exprimer clairement :

- La mission et la vision du média ;
- L'engagement de la direction pour la qualité (voir 5.1 et 5.3) ;
- Les processus concernant les retours d'information internes et externes.

### **4.2.3 Maîtrise des documents**

Les dispositions du chapitre 4.2.3 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

### **4.2.4 Maîtrise des enregistrements**

Les dispositions du chapitre 4.2.4 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

## 5. MANAGEMENT RESPONSIBILITY

### 5.1 Management commitment

Section 5.1 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

In addition to the requirements of section 5.1 of ISO 9001:2008, the top management of the media organization shall provide concrete evidence of its commitment to well-defined core-values including, but not limited to:

- Editorial independence\*;
- Transparency in terms of ownership, shareholding, editorial / political direction, religion, financial reporting and decision making processes;
- Reporting facts accurately;
- Distinction between opinion and fact;
- Unambiguous separation of advertising and editorial content\*;
- Respect of ethical guidelines;
- Fair treatment of minorities;
- Women empowerment;
- Innovation and creation;
- Social responsibility;
- Cultural diversity.

### 5.2 Stakeholder focus

Section 5.2 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

In addition to the requirements of section 5.2 of ISO 9001:2008, top management of the media organization shall ensure that all stakeholders' requirements and expectations are determined and are met with the aim of enhancing their satisfaction.

Stakeholders shall include, part or all and more of:

- Audience/ readership\*;
- Staff;
- Shareholders;
- Advertisers\*;
- Suppliers;
- Citizens;
- Civil Society\*;
- National regulation authority\*;
- Self-regulation body\* (if any);
- Public authorities\*.

## 5. RESPONSABILITE DE LA DIRECTION

### 5.1 Engagement de la Direction

Les dispositions du chapitre 5.1 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

En complément aux exigences du chapitre 5.1 de la norme ISO 9001:2008, la direction du média doit apporter la preuve de son engagement en faveur de valeurs fondamentales bien définies telles que, entre autres :

- L'indépendance éditoriale\* ;
- La transparence en termes de propriété d'entreprise, actionariat, ligne éditoriale ou politique, religion, reporting financier et prise de décision ;
- Le principe de rapporter les faits avec exactitude ;
- Une claire distinction entre opinion et fait ;
- Une séparation non ambiguë entre la publicité et les contenus éditoriaux ;
- Le respect de lignes directrices éthiques ;
- Un traitement équitable des minorités ;
- Contribution à l'amélioration du statut de la femme ;
- Innovation et création ;
- Responsabilité sociale ;
- Diversité culturelle.

### 5.2 Ecoute des parties prenantes

Les dispositions du chapitre 5.2 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

En complément aux exigences du chapitre 5.2 de la norme ISO 9001:2008, la direction du média doit s'assurer que toutes les exigences et attentes des parties prenantes sont déterminées et respectées afin d'accroître leur satisfaction.

Les parties prenantes comprennent tout ou partie de:

- Audience\* / Lectorat\* ;
- Collaborateurs et collaboratrices du média ;
- Actionnaires ;
- Annonceurs\* ;
- Fournisseurs ;
- Citoyens ;
- Société civile\* ;
- Organisme national de régulation\* ;
- Organisme d'autorégulation, s'il existe ;
- Pouvoirs publics\*.

### 5.3 Quality & Ethics policy

Section 5.3 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

The notion of Quality Policy of section 5.3 of ISO 9001:2008, shall emphasize critical broadcast and press issues, such as:

- Independence, transparency and ethics as mentioned in section 5.1;
- Mission and Vision;
- Audience/ readership\* satisfaction;
- Public service\* mandate (if any).

The quality and ethics policies shall be formalized in the form of a document widely disseminated both internally and externally. It shall be reviewed at least once a year so as to ensure its adequacy with the annual quality objectives as defined in the management review meetings (see section 5.6).

### 5.4 Planning

#### 5.4.1 Quality Objectives

Section 5.4.1 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

Quality objectives shall be measurable through indicators and consistent with the quality and ethics policy. They shall cover at least the following domains:

- Quality of information and other contents\*;
- Innovation and creation;
- Audience/ readership\* satisfaction;
- Advertisers' satisfaction\*.

#### 5.4.2 Quality management system planning

Section 5.4.2 of ISO 9001:2008 shall be applied.

### 5.3 Politique qualité & éthique

Les dispositions du chapitre 5.3 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

La notion de Politique Qualité du chapitre 5.3 de la norme ISO 9001:2008 doit mettre l'accent sur les questions critiques relatives à la radiodiffusion et à la presse, telles que :

- Indépendance, transparence et éthique, comme cela a déjà été mentionné au chapitre 5.1 ;
- Mission et vision ;
- Satisfaction de l'audience\* / lectorat\* ;
- Le mandat de service public (si applicable).

La politique qualité et éthique doit être formalisée par un document largement diffusé à l'intérieur comme à l'extérieur. Elle doit être revue au moins une fois par an de manière à assurer son adéquation avec les objectifs qualité annuels, tels que définis dans les revues de Direction (voir Chapitre 5.6).

### 5.4 Planification

#### 5.4.1 Objectifs qualité

Les dispositions du chapitre 5.4.1 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

Les objectifs qualité doivent être mesurables et cohérents avec la politique qualité et éthique. Ils doivent couvrir au moins les domaines suivants :

- Qualité de l'information et des autres contenus\* ;
- Innovation et création ;
- Satisfaction de l'audience\* / lectorat\* ;
- Satisfaction des annonceurs\*.

#### 5.4.2 Planification du système de management de la qualité

Les dispositions du chapitre 5.4.2 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

## 5.5 Responsibility, authority and communication

### 5.5.1 Responsibility and authority

Section 5.5.1 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

In addition to the requirements of section 5.5.1 of ISO 9001:2008, top management of the media organization shall:

- Appoint a Quality Committee under the chairmanship of a Quality Manager (see sections 5.5.2 and 5.6.1);
- Establish a mediation mechanism\* to deal impartially with external complaints about the content\*;
- Describe the organization's relationship to such constituencies as owners/shareholders, political authorities\* and advertisers\*. It will establish rules and clearly communicate to the staff how the organization should interact with these groups.

### 5.5.2 Management representative

Section 5.5.2 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

The top management of the media organization shall appoint a Quality Manager reporting directly to the head of the company. The rules of recruitment and professional evolution of this Quality Manager shall be transparent and without discrimination.

### 5.5.3 Internal communication

Section 5.5.3 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

The top management of the media organization shall establish a comprehensive internal communication policy.

## 5.5 Responsabilité, autorité et communication

### 5.5.1 Responsabilité et autorité

Les dispositions du chapitre 5.5.1 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

En complément aux exigences du chapitre 5.5.1 de la norme ISO 9001:2008, la direction du média doit :

- Nommer un Comité Qualité placé sous la présidence d'un Directeur Qualité (voir sections 5.5.2 et 5.6.1) ;
- Mettre en place un mécanisme de médiation\* pour traiter les réclamations en provenance de l'extérieur sur les contenus\* ;
- Définir ses relations avec les propriétaires / actionnaires, les autorités politiques, les annonceurs. Elle doit établir des règles et clairement communiquer au personnel comment l'entreprise doit interagir avec ces groupes.

### 5.5.2 Représentant de la Direction

Les dispositions du chapitre 5.5.2 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

La direction du média doit nommer un Directeur Qualité rapportant directement à la tête de l'organisme. Les règles de recrutement et d'évolution professionnelle de ce Directeur Qualité doivent être transparentes et sans discrimination.

### 5.5.3 Communication interne

Les dispositions du chapitre 5.5.3 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

La direction du média doit établir une politique globale de communication interne.

## 5.6 Management review

### 5.6.1 General

Section 5.6.1 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

Management reviews shall take place at least once a year under the chairmanship of the head of the media organization.

The Quality Committee shall hold at least a quarterly meeting under the chairmanship of the Quality Manager.

### 5.6.2 Review input

Section 5.6.2 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

In addition to the requirements of section 5.6.2 of ISO 9001:2008, the input to management reviews shall include:

- Report from the Quality Committee;
- Report from the mediation mechanism\*;
- Report from an independent self-regulation body\* (if any);
- Report from the national regulation authority\* (if any);
- Detailed audience/ readership\* numbers ;
- Detailed audience/ readership\* satisfaction survey;
- Detailed advertisers\* satisfaction survey;
- Evaluation reports of suppliers and partners;
- Detailed reports on staff feedback;
- Report on innovation and creation;
- Report on corporate social investments\* (see section 5.7);
- Quality dashboard\*.

## 5.6 Revue de Direction

### 5.6.1 Généralités

Les dispositions du chapitre 5.6.1 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

Les revues de Direction doivent se tenir au moins une fois par an sous la présidence du directeur de l'entreprise.

Le Comité Qualité doit se réunir au moins une fois par trimestre sous la présidence du directeur qualité.

### 5.6.2 Eléments d'entrée de la revue

Les dispositions du chapitre 5.6.2 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

En complément des exigences du chapitre 5.6.2 de la norme ISO 9001:2008, les éléments d'entrée des revues de Direction doivent inclure :

- Un rapport du Comité Qualité ;
- Un rapport du mécanisme de médiation\* ;
- Un rapport de l'organisme d'auto-régulation\* lorsqu'il existe ;
- Un rapport de l'organisme national de régulation s'il existe ;
- Des statistiques quantitatives détaillées de l'audience\* / lectorat\* ;
- Une étude détaillée de la satisfaction de l'audience\* / lectorat\* ;
- Une étude détaillée de la satisfaction des annonceurs\* ;
- Des rapports d'évaluation des fournisseurs et partenaires ;
- Des rapports détaillés sur les feedbacks internes ;
- Un rapport sur innovation et création ;
- Un rapport sur les investissements sociaux d'entreprise\* (voir le chapitre 5.7) ;
- Un tableau de bord qualité\*.

### 5.6.3 Review output

Section 5.6.3 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

In addition to the requirements of section 5.6.3 of ISO 9001:2008, the output from management review of media organizations shall include:

- Updates on quality & ethics policy;
- New objectives for quality improvement;
- A quality report to all stakeholders as defined in section 0.1 including an update on the risks\* (see section 5.8);
- Audit planning for the next period.

### 5.7 Corporate social investment, community services

This requirement is specific to media organizations.

Media organizations shall devote resources (staff, time, equipment or money) to corporate social investment\* and/or community services.

The corresponding actions shall be properly identified and evaluated especially in terms of effectiveness, at least once a year, on the occasion of management reviews.

### 5.8 Risk management

This requirement is specific to media organizations.

The management of the media organization shall evaluate on a regular basis the risks\* of all nature likely to have an influence on the quality of its production and organization.

The results of the risks analysis\* shall be properly and adequately communicated to all parties concerned and in particular, to the managers and editors, who shall prepare an action plan to mitigate the risks.

### 5.6.3 Éléments de sortie de la revue

Les dispositions du chapitre 5.6.3 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

En complément aux exigences du chapitre 5.6.3 de la norme ISO 9001:2008, les éléments de sortie des revues de Direction doivent inclure :

- La mise à jour de la politique qualité et éthique ;
- Les nouveaux objectifs qualité ;
- Un rapport qualité transmis à toutes les parties prenantes telles que définies en 0.1 et incluant une mise à jour des risques\* (voir le chapitre 5.8) ;
- La planification des audits pour la prochaine période.

### 5.7 Investissement social d'entreprise, services à la communauté

Cette exigence est spécifique aux médias.

Les médias doivent consacrer des ressources (humaines, en temps, équipements ou argent) à l'investissement social d'entreprise\* et/ou aux services à la communauté.

Les actions correspondantes doivent être correctement identifiées et évaluées spécialement en termes d'efficacité, au moins une fois par an, à l'occasion des revues de direction.

### 5.8 Gestion des risques

Cette exigence est spécifique aux médias.

La direction du média doit régulièrement évaluer les risques\* de toute nature susceptibles d'avoir une influence sur la qualité de sa production et de son organisation.

Les résultats de l'analyse de risques\* doivent être correctement et adéquatement communiqués à toutes les parties concernées et en particulier aux responsables d'activité et aux rédacteurs en chef qui doivent préparer un plan d'action pour atténuer les risques.

## 6. RESOURCE MANAGEMENT

### 6.1 Provision of resources

Section 6.1 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

In addition to the requirements of section 6.1 of ISO 9001:2008, the resources provided by the media organization shall assure the widest possible access of the public to the media contents\*; universal access being key to public service media\*.

### 6.2 Human resources

#### 6.2.1 General

Section 6.2.1 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

Requirements of section 6.2.1 of ISO 9001:2008 shall be extended without any restriction to all the personnel of the media organization.

#### 6.2.2 Competence, awareness and training

Section 6.2.2 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

Requirements of section 6.2.2 of ISO 9001:2008 shall be extended without any restriction to all the personnel of the media organization.

On top of these requirements, the organization shall:

- Provide clear rules of recruitment and professional evolution for each and every one of its employees;
- Organize the performance evaluation of its employees on a regular basis;
- Encourage staff to suggest quality improvements.

#### 6.2.3 Non-discrimination

This requirement is specific to media organizations.

Media organizations shall give the guarantee of non-discrimination to each staff member.

## 6. MANAGEMENT DES RESSOURCES

### 6.1 Mise à disposition des ressources

Les dispositions du chapitre 6.1 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

En complément aux exigences du chapitre 6.1 de la norme ISO 9001:2008, les ressources fournies par le média doivent assurer l'accès le plus large possible du public aux contenus\* du média ; un accès universel étant la clé du média de service public\*.

### 6.2 Ressources humaines

#### 6.2.1 Généralités

Les dispositions du chapitre 6.2.1 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

Les exigences du chapitre 6.2.1 de la norme ISO 9001:2008 doivent être étendues sans restriction à tout le personnel du média.

#### 6.2.2 Compétence, sensibilisation et formation

Les dispositions du chapitre 6.2.2 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

Les exigences du chapitre 6.2.2 de la norme ISO 9001:2008 doivent être étendues sans restriction à tout le personnel du média.

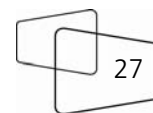
En complément de ces exigences, l'organisme doit :

- Garantir des règles claires de recrutement et d'évolution professionnelle pour chaque employé.
- Organiser une évaluation régulière des performances de ses employés
- Les encourager à faire des propositions d'amélioration de la qualité.

#### 6.2.3 Non-discrimination

Cette exigence est spécifique aux médias.

Le média doit apporter une garantie de non-discrimination à chacun de ses employés.



### 6.3 Infrastructure

Section 6.3 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

Besides the requirements of section 6.3 of ISO 9001:2008 the organization shall pay a particular attention to the quality of its equipment, with a view to ensuring the technical quality of its production.

These key parameters shall be constantly monitored and reported to the Quality Manager.

### 6.4 Work environment

Section 6.4 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

In addition to the requirements of section 6.4 of ISO 9001:2008 the media organization shall take all necessary measures to ensure safety at work.

The media organization shall pay particular attention to the safety of its journalists and other employees when their activities in the field are likely to expose them to major risks.

### 6.3 Infrastructure

Les dispositions du chapitre 6.3 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

En complément des exigences du chapitre 6.3 de la norme ISO 9001:2008, le média doit accorder une attention particulière à la qualité des équipements utilisés, en vue de garantir la qualité technique de sa production.

Ces paramètres-clés doivent être constamment surveillés et rapportés au Directeur Qualité.

### 6.4 Environnement de travail

Les dispositions du chapitre 6.4 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias:

En complément des exigences du chapitre 6.4 de la norme ISO 9001:2008, le média doit prendre toutes les mesures nécessaires pour garantir la sécurité au travail.

Le média doit accorder une attention particulière à la sécurité de ses journalistes et autres employés quand leurs activités sur le terrain sont susceptibles de les exposer à des risques majeurs.

## 7. PRODUCT REALIZATION

### 7.1 Planning of product realization

Section 7.1 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

In addition to the requirements of section 7.1 of ISO 9001:2008, the media organization shall pay particular attention to the risks of non-compliance when content\* is partially or fully realized by an external supplier. The requirements of the present International Standard shall apply to these external suppliers who shall be so informed formally.

### 7.2 Customer related processes

#### 7.2.1 Determination of requirements related to the content\*

Section 7.2.1 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

In addition to the requirements of section 7.2.1 of ISO 9001:2008, the media organization shall determine the requirements related to a new program/ publication/ web site/ and any other new content\* by the use of one or more of the following means:

- Editorial guidelines\*;
- Code of Programs;
- Code of Ethics;
- Audience/ readers' satisfaction surveys;
- Other stakeholders' satisfaction surveys;
- Recommendations made by an independent self-regulation body\*, if any;
- Requirements of the National regulation body\*, if any;
- Relevant information on similar past programs / publications / web sites;
- Relevant information on similar programs / publications / web sites proposed by the competition or by other media organizations at the international level.

## 7. REALISATION DU PRODUIT

### 7.1 Planification de la production

Les dispositions du chapitre 7.1 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

En complément des exigences du chapitre 7.1 de la norme ISO 9001:2008, l'organisme doit accorder une attention particulière aux risques de non-conformité quand le contenu\* est partiellement ou totalement produit par un fournisseur externe. Les exigences de la présente norme internationale doivent s'appliquer aux fournisseurs externes qui doivent en être avertis de manière formelle.

### 7.2 Processus relatifs aux clients

#### 7.2.1 Détermination des exigences relatives au contenu\*

Les dispositions du chapitre 7.2.1 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

En complément des exigences du chapitre 7.2.1 de la norme ISO 9001:2008, le média doit déterminer les exigences relatives à un nouveau programme / nouvelle publication / site web / et tout autre nouveau contenu\* par l'utilisation d'un ou plusieurs des moyens suivants:

- Lignes directrices éditoriales\* ;
- Code de programmes ;
- Code d'éthique ;
- Etudes de satisfaction de l'audience\* / lectorat\* ;
- Etudes de satisfaction des autres parties prenantes ;
- Exigences formulées par un organisme d'auto-régulation lorsqu'il existe ;
- Exigences formulées par l'organisme national de régulation lorsqu'il existe ;
- Information pertinente sur des programmes / publications / sites web antérieurs similaires ;
- Information pertinente sur des programmes / publications / sites web similaires proposés par la concurrence ou d'autres médias au niveau international.

### 7.2.2 Review of requirements related to the content

Section 7.2.2 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

In addition to the requirements of section 7.2.2 of ISO 9001:2008, the media organization shall appoint an ad hoc committee with representatives from relevant departments in order to validate new content\* and formally review the requirements related to the content\*.

### 7.2.3 Customer communication

Section 7.2.3 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

In addition to the requirements of section 7.2.3 of ISO 9001:2008, the media organization shall pay a particular attention to the measurement of:

- Audience/ readership\* data (quantitative measurement including Internet traffic);
- Customers' satisfaction (qualitative surveys including audience/ readership\*, advertisers\* and other relevant stakeholders);
- Customers' complaints (through the mediation mechanism\* and through the quality management system).

### 7.2.2 Revue des exigences relatives au contenu

Les dispositions du chapitre 7.2.2 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

En complément des exigences du chapitre 7.2.2 de la norme ISO 9001:2008, le média doit nommer un comité ad hoc composé de représentants des départements concernés et ayant pour mission de valider les nouveaux contenus\* et de passer en revue de manière formelle les exigences relatives au contenu\*.

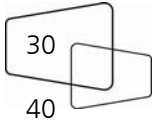
### 7.2.3 Communication avec les clients

Les dispositions du chapitre 7.2.3 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

En complément des exigences du chapitre 7.2.3 de la norme ISO 9001:2008, le média doit porter une attention particulière à la mesure de :

- Audience\* / lectorat\* (mesure quantitative y compris le trafic Internet) ;
- Satisfaction des clients (mesure qualitative incluant l'audience\* / lectorat\*, annonceurs\* et autres parties prenantes pertinentes) ;
- Réclamations des clients (par le canal du mécanisme de médiation\* et par le système de management de la qualité).



## 7.3 Design and Development

### 7.3.1 Design and development planning

Section 7.3.1 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

In addition to the requirements of section 7.3.1 of ISO 9001:2008, the media organization shall establish clear rules of subcontracting to and/or working with external entities involved in the design of new programs / publications / web sites and other contents\*.

Those rules shall consider :

- The definition of expected technical and content\* quality;
- The management of copyrights by both the media organization and the supplier (see also chap. 7.4.2);
- Deadlines.

All the requirements of section 7.3 of ISO 9001:2008 shall be known, understood and applied by these external parties.

### 7.3.2 Design and development inputs

Section 7.3.2 of ISO 9001:2008 shall be applied.

### 7.3.3 Design and development outputs

Section 7.3.3 of ISO 9001:2008 shall be applied.

### 7.3.4 Design and development review

Section 7.3.4 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

In addition to the requirements of section 7.3.4 of ISO 9001:2008, the media organization shall clearly:

- Monitor the performance of programs/ publications/ web sites/ and any new content\* in terms of audience/ readership\* numbers and satisfaction data. Available means shall be used as appropriate;
- Use resulting reports as inputs to management reviews (see section 5.6.1).

## 7.3 Conception et développement

### 7.3.1 Planification de la conception et du développement

Les dispositions du chapitre 7.3.1 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

En complément des exigences du chapitre 7.3.1 de la norme ISO 9001:2008, le média doit établir des règles claires de sous-traitance et/ou de travail avec des entités externes impliquées dans la conception de nouveaux programmes / publications / sites web et autres contenus\*.

Ces règles doivent prendre en compte :

- La définition de la qualité attendue au plan technique et du contenu\* ;
- La gestion des droits d'auteurs aussi bien par le média lui-même que par les fournisseurs (voir aussi chap. 7.4.2) ;
- Les délais fixés.

Toutes les exigences du chapitre 7.3 de la norme ISO 9001:2008 doivent être connues, comprises et appliquées par ces entités externes.

### 7.3.2 Eléments d'entrée de la conception et du développement

Les dispositions du chapitre 7.3.2 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

### 7.3.3 Eléments de sortie de la conception et du développement.

Les dispositions du chapitre 7.3.3 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

### 7.3.4 Revue de la conception et du développement

Les dispositions du chapitre 7.3.4 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

En complément des exigences du chapitre 7.3.4 de la norme ISO 9001:2008, l'entreprise doit clairement:

- Surveiller la performance des programmes / publications / sites web / et tout autre nouveau contenu\* en termes d'audience\* / lectorat\* (mesure quantitative) et de satisfaction (mesure qualitative). Les moyens disponibles doivent être utilisés selon les besoins.
- Utiliser les rapports qui en résultent comme données d'entrée des revues de direction (voir le chapitre 5.6.1).

### 7.3.5 Design and development verification

Section 7.3.5 of ISO 9001:2008 shall be applied.

### 7.3.6 Design and development validation

Section 7.3.6 of ISO 9001:2008 shall be applied.

### 7.3.7 Control of design and development changes

Section 7.3.7 of ISO 9001:2008 shall be applied.

## 7.4 Purchasing

### 7.4.1 Purchasing process

Section 7.4.1 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

In addition to the requirements of section 7.4.1 of ISO 9001:2008, the media organization shall:

- Establish clear and formalized rules of selection and on going evaluation of outside suppliers involved in the design and production of its contents\*;
- Evaluate the work of each supplier, taking into account its capacity to respect lead times and specific contractual requirements (see also 7.3.1 and 7.4.3);
- Maintain records of such evaluations.

Evaluations shall take place at least once a year by combining specific questionnaires, analyses of non-conformities and other relevant information. Results of these evaluations shall be diligently forwarded and discussed with the suppliers concerned and used as input to management reviews (see sections 5.6.2 and 5.6.3).

### 7.3.5 Vérification de la conception et du développement

Les dispositions du chapitre 7.3.5 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

### 7.3.6 Validation de la conception et du développement

Les dispositions du chapitre 7.3.6 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

### 7.3.7 Maîtrise des modifications de la conception et du développement

Les dispositions du chapitre 7.3.7 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

## 7.4 Achats

### 7.4.1 Processus d'achat

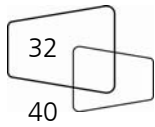
Les dispositions du chapitre 7.4.1 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

En complément des exigences du chapitre 7.4.1 de la norme ISO 9001:2008, le média doit :

- Etablir et formaliser des règles claires de sélection et d'évaluation des fournisseurs externes impliqués dans la conception et la réalisation de ses contenus\* ;
- Evaluer le travail de chaque fournisseur, en prenant en considération sa capacité à respecter les délais de livraison convenus et les autres exigences contractuelles (voir aussi 7.3.1 et 7.4.3) ;
- Conserver les enregistrements de ces évaluations.

Les évaluations doivent se dérouler au moins une fois par an en combinant des questionnaires spécifiques, des analyses de non-conformités et toute autre information pertinente. Les résultats de ces évaluations doivent être transmis et discutés sans délai avec les fournisseurs concernés et utilisés comme éléments d'entrée des réunions de revue de Direction (voir les chapitres 5.6.2 et 5.6.3).



### **7.4.2 Purchasing information**

Section 7.4.2 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### **Specific requirements for media organizations:**

In addition to the requirements of section 7.4.2 of ISO 9001:2008, the media organization shall, for any purchase or exchange of external content\*, validate the chain of rights, including but not limited to copyrights, reproduction and distribution\* rights, licenses, languages and territories, platforms, royalties and their duration.

Specific attention shall be paid to contents\* taken from the Internet and/or published on the media organization's web sites.

### **7.4.3 Verification of purchased product**

Section 7.4.3 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### **Specific requirements for media organizations:**

In addition to the requirements of section 7.4.3 of ISO 9001:2008, the media organization shall proceed with customer satisfaction surveys for each and every new content\* bought from the market or realized on order by external suppliers. The results of these surveys shall be regularly communicated to the ad hoc Committee described in 7.2.2.

### **7.4.2 Informations relatives aux achats**

Les dispositions du chapitre 7.4.2 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### **Exigences spécifiques aux médias :**

En complément des exigences du chapitre 7.4.2 de la norme ISO 9001:2008, le média doit, pour tout achat ou échange de contenu\* avec l'extérieur, valider la chaîne des droits d'auteurs y compris, entre autres, les droits d'auteurs, les droits de reproduction et de distribution\*, les licences, les langues et territoires, les plates-formes, les royalties et leur durée.

Une attention particulière sera portée par le média aux contenus\* en provenance de l'Internet et/ou publiés sur ses sites web.

### **7.4.3 Vérification du produit acheté**

Les dispositions du chapitre 7.4.3 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### **Exigences spécifiques aux médias :**

En complément des exigences du chapitre 7.4.3 de la norme ISO 9001:2008, le média doit réaliser des enquêtes de satisfaction pour chaque nouveau contenu\* acheté sur le marché ou réalisé sur commande par des fournisseurs externes.

Le résultat de ces enquêtes doit être régulièrement communiqué au comité ad hoc présenté au chapitre 7.2.2.

## **7.5 Production and service provision**

### **7.5.1 Control of production and service provision**

Section 7.5.1 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### **Specific requirements for media organizations:**

In addition to the requirements of section 7.5.1 of ISO 9001:2008, the media organization shall establish and maintain quality dashboards\* giving a clear picture of the evolution of key indicators related to the quality of its production such as:

- Accuracy of information;
- Quality of contents\*;
- Diversity of contents\*;
- Mediation mechanism reports\*;
- Audience/ readership\* numbers and satisfaction;
- Audience/ readership\* complaints;
- Advertisers' satisfaction\*;
- Advertisers' complaints;
- Self-regulation body\* complaints (where applicable);
- National regulation authority\* complaints (where applicable);
- Technical quality;
- Other factors influencing quality.

These indicators shall be measured, monitored and reported to the Quality Committee on a regular basis.

### **7.5.2 Validation of processes for production and service provision**

Section 7.5.2 of ISO 9001:2008 shall be applied, where applicable.

### **7.5.3 Identification and traceability**

Section 7.5.3 of ISO 9001:2008 shall be applied.

## **7.5 Production et préparation du service**

### **7.5.1 Maîtrise de la production et de la préparation du service**

Les dispositions du chapitre 7.5.1 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### **Exigences spécifiques aux médias :**

En complément des exigences du chapitre 7.5.1 de la norme ISO 9001:2008, l'entreprise doit établir et entretenir des tableaux de bord\* qualité donnant une image claire de l'évolution d'indicateurs-clés liés à la qualité de sa production, tels que :

- Exactitude de l'information ;
- Qualité des contenus \* ;
- Diversité des contenus\* ;
- Rapports du mécanisme de médiation\* ;
- Statistiques quantitatives et qualitatives sur l'audience\*/ lectorat\* ;
- Réclamations en provenance de l'audience\*/ lectorat\* ;
- Satisfaction des annonceurs\* ;
- Réclamations des annonceurs\* ;
- Réclamations de l'organisme d'auto-régulation, le cas échéant ;
- Réclamations de l'organisme national de régulation, le cas échéant ;
- Qualité technique ;
- Autres facteurs influençant la qualité.

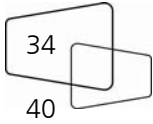
Ces indicateurs doivent être mesurés, suivis et rapportés au Comité Qualité de manière régulière.

### **7.5.2 Validation des processus de production et de préparation du service**

Les dispositions du chapitre 7.5.2 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité, lorsqu'elles sont applicables.

### **7.5.3 Identification et traçabilité**

Les dispositions du chapitre 7.5.3 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.



#### **7.5.4 Customer property**

Section 7.5.4 of ISO 9001:2008 shall be applied.

##### **Specific requirements for media organizations:**

In addition to the requirements of section 7.5.4 of ISO 9001:2008, the media organization shall exercise particular care over advertisement. A content\* evaluation prior to broadcasting or publication shall be conducted in terms of compliance with the Code of Advertising and other criteria (see section 4.2.1), any deviation being timely reported to the Quality Manager and records maintained.

#### **7.5.5 Preservation of product**

Section 7.5.5 of ISO 9001:2008 shall be applied.

##### **Specific requirements for media organizations:**

In addition to the requirements of section 7.5.5 of ISO 9001:2008, the media organization shall exercise particular care with:

- The definition of precise storage durations for each type of content\*;
- The long-term storage of each type of content on appropriate technical supports;
- Data integrity\*.

#### **7.6 Control of monitoring and measuring devices**

Section 7.6 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### **7.5.4 Propriété du client**

Les dispositions du chapitre 7.5.4 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

##### **Exigences spécifiques aux médias :**

En complément des exigences du chapitre 7.5.4 de la norme ISO 9001:2008, le média doit veiller particulièrement à la publicité. Une évaluation de son contenu préalable à la radiodiffusion ou publication doit être faite en termes de conformité avec le Code Publicitaire et avec d'autres critères (voir le chapitre 4.2.1), tout écart devant être rapporté sans délai au Directeur Qualité et enregistré.

#### **7.5.5 Préservation du produit**

Les dispositions du chapitre 7.5.5 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

##### **Exigences spécifiques aux médias :**

En complément des exigences du chapitre 7.5.5 de la norme ISO 9001:2008, le média doit apporter un soin particulier :

- A la définition de durées de stockage précises pour chaque type de contenu\* ;
- Au choix de supports techniques de stockage à long terme adaptés à chaque type de contenu\* ;
- A l'intégrité\* des données.

#### **7.6 Maîtrise des dispositifs de surveillance et de mesure**

Les dispositions du chapitre 7.6 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

## 8. MEASUREMENT, ANALYSIS AND IMPROVEMENT

### 8.1 General

Section 8.1 of ISO 9001:2008 shall be applied.

### 8.2 Monitoring and measurement

#### 8.2.1 Customer satisfaction

Section 8.2.1 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

In addition to the requirements of section 8.2.1 of ISO 9001:2008, the media organization shall monitor information relating to customer perception from various sources such as:

- Audience/ readership\* figures monitored on a regular basis;
- Audience/ readership\* specific satisfaction surveys organized at regular intervals;
- Advertisers' satisfaction\* surveys;
- Reports from the mediation mechanism\*;
- Reports from an independent self-regulation body\* or from the national regulation authority\* (where applicable);
- Citizen and civil society\* initiatives' reports.

#### 8.2.2 Internal audit

Section 8.2.2 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

In addition to the requirements of section 8.2.2 of ISO 9001:2008, the media organization shall combine internal audit with self assessment techniques where and when applicable.

The rule of independence of auditors vis-à-vis audited sectors shall be strictly observed.

Auditors shall be of proven competencies for auditing.

## 8. MESURE, ANALYSE ET AMELIORATION

### 8.1 Généralités

Les dispositions du chapitre 8.1 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

### 8.2 Surveillance et mesure

#### 8.2.1 Satisfaction du client

Les dispositions du chapitre 8.2.1 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

En complément des exigences du chapitre 8.2.1 de la norme ISO 9001:2008, l'entreprise doit surveiller les informations relatives à la perception des clients à partir de diverses sources telles que :

- Statistiques quantitatives de l'audience\* / lectorat\* mesurées à intervalles réguliers ;
- Enquêtes de satisfaction spécifiques de l'audience\* / lectorat\* organisées à intervalles réguliers ;
- Enquêtes de satisfaction des annonceurs\* ;
- Rapports du mécanisme de médiation\* ;
- Rapports d'un organisme indépendant d'autorégulation ou de l'organisme national de régulation, le cas échéant ;
- Rapports en provenance d'initiatives citoyennes et de la société civile\*.

#### 8.2.2 Audit interne

Les dispositions du chapitre 8.2.2 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

En complément des exigences du chapitre 8.2.2 de la norme ISO 9001:2008, le média doit combiner l'audit interne avec des techniques d'auto-évaluation dans la mesure du possible.

La règle d'indépendance des auditeurs internes vis-à-vis des secteurs audités doit être strictement respectée.

Les auditeurs doivent être qualifiés pour exercer leur mission d'audit.

### 8.2.3 Monitoring and measurement of processes

Section 8.2.3 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

In line with the requirements in section 7.5.1, quality dashboards\* integrating Key Performance Indicators on process and quality management system performance will be prepared by the Quality Manager and analyzed by the Quality Committee of the media organization, in order to prepare the ground for corrective/ preventive actions and continual improvement (see section 8.5).

### 8.2.4 Monitoring and measurement of product

Section 8.2.4 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### Specific requirements for media organizations:

In line with the requirements in section 7.5.1, quality dashboards\* integrating Key Performance Indicators on product and audience/ readership\* satisfaction will be prepared by the Quality Manager and analyzed by the Quality Committee of the media organization, in order to prepare the ground for corrective/ preventive actions and continual improvement (see section 8.5).

The media organization shall pay a particular attention to the way the audience/ readership\* figures are measured either internally or externally.

A review of the methods and equipment used for such measurements shall be regularly undertaken in order to balance quantitative results with qualitative ones.

### 8.3 Control of non-conforming product

Section 8.3 of ISO 9001:2008 shall be applied.

### 8.2.3 Surveillance et mesure des processus

Les dispositions du chapitre 8.2.3 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

En conformité avec les exigences du chapitre 7.5.1, des tableaux de bord\* qualité, intégrant des Indicateurs de Performance Clés sur les processus et le système de management de la qualité doivent être préparés par le Directeur Qualité et analysés par le Comité Qualité du média, de manière à préparer le terrain pour des actions correctives/ préventives et pour l'amélioration continue (voir le chapitre 8.5).

### 8.2.4 Surveillance et mesure du produit

Les dispositions du chapitre 8.2.4 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### Exigences spécifiques aux médias :

En conformité avec les exigences du chapitre 7.5.1, des tableaux de bord\* qualité, intégrant des Indicateurs de Performance Clés sur les produits et sur le degré de satisfaction de l'audience/ lectorat doivent être préparés par le Directeur Qualité et analysés par le Comité Qualité du média, de manière à préparer le terrain pour des actions correctives / préventives et pour l'amélioration continue (voir le chapitre 8.5).

Le média portera une attention particulière à la manière dont l'audience\* / lectorat\* est mesuré à l'interne comme à l'externe.

Une revue des méthodes et des équipements utilisés pour ces mesures doit être conduite à intervalles réguliers afin de prendre en compte autant les résultats quantitatifs que les résultats qualitatifs.

### 8.3 Maîtrise du produit non-conforme

Les dispositions du chapitre 8.3 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

#### **8.4 Analysis of data**

Section 8.4 of ISO 9001:2008 shall be applied.

##### **Specific requirements for media organizations:**

In line with the requirements in section 7.5.1, quality dashboards\* integrating product, process and system Key Performance Indicators will be consolidated by the Quality Manager and analyzed by the Quality Committee of the media organization, in order to prepare the ground for corrective / preventive actions and continual improvement (see section 8.5).

#### **8.5 Improvement**

##### **8.5.1 Continual improvement**

Section 8.5.1 of ISO 9001:2008 shall be applied.

##### **Specific requirements for media organizations:**

In addition to the requirements of section 8.5.1 of the ISO 9001:2008 standard, the media organization shall demonstrate continual improvement by means of a central quality improvement dashboard\* established and maintained by the Quality Manager. It shall record all the decisions taken in terms of corrective and preventive actions, based on the consolidation and the analysis of all the measurements made on the contents\*, processes and systems.

##### **8.5.2 Corrective action**

Section 8.5.2 of ISO 9001:2008 shall be applied.

##### **8.5.3 Preventive action**

Section 8.5.3 of ISO 9001:2008 shall be applied.

#### **8.4 Analyse des données**

Les dispositions du chapitre 8.4 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

##### **Exigences spécifiques aux médias :**

En conformité avec les exigences du chapitre 7.5.1, des tableaux de bord\* qualité, intégrant des Indicateurs de Performance Clés sur les processus et le système de management de la qualité doivent être préparés par le Directeur Qualité et analysés par le Comité Qualité du média, de manière à préparer le terrain pour des actions correctives / préventives et pour l'amélioration continue (voir le chapitre 8.5).

#### **8.5 Amélioration**

##### **8.5.1 Amélioration continue**

Les dispositions du chapitre 8.5.1 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

##### **Exigences spécifiques aux médias :**

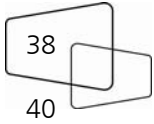
En complément des exigences du chapitre 8.5.1 de la norme ISO 9001: 2008, le média doit démontrer l'amélioration continue par un tableau de bord central établi et tenu à jour par le Directeur Qualité. Ce tableau doit enregistrer toutes les décisions prises en termes d'actions correctives et préventives, fondé sur la consolidation et l'analyse de toutes les mesures faites sur les contenus\*, les processus et les systèmes.

##### **8.5.2 Actions correctives**

Les dispositions du chapitre 8.5.2 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.

##### **8.5.3 Actions préventives**

Les dispositions du chapitre 8.5.3 de la norme ISO 9001:2008 sont applicables en totalité.



## BIBLIOGRAPHY

[1] **ISO 9000:2005**: Quality Management Systems – Fundamentals and vocabulary.

[2] **ISO 9001:2008**: Quality Management Systems – Requirements.

[3] **ISO 19011:2002**: Guidelines for quality and/or environmental management systems auditing.

[4] **GUIDELINES FOR ISAS BCP 9001:2010 INTERNATIONAL STANDARD**: Guidelines for the implementation of International Standard ISAS BCP 9001:2010 in broadcasting companies, Internet content producers and the Press.

## BIBLIOGRAPHIE

[1] **ISO 9000:2005**: Systèmes de management de la qualité – Principes essentiels et vocabulaire.

[2] **ISO 9001:2008**: Systèmes de management de la qualité – Exigences.

[3] **ISO 19011:2002**: Lignes directrices pour l'audit des systèmes de management de la qualité et/ou de management environnemental.

[4] **GUIDELINES FOR ISAS BCP 9001:2010 INTERNATIONAL STANDARD**: Guidelines for the implementation of International Standard ISAS BCP 9001:2010 in broadcasting companies, Internet content producers and the Press.

All rights reserved. Any representation or reproduction, even partial, without the written agreement of ISAS and MSF is illegal. The only copies allowed are those strictly reserved for the personal usage of the copier and not destined for any collective use whatsoever, as well as analyses and short quotations justified by the critical, pedagogical or informative nature of the work in which they are incorporated.

Tous droits réservés. Toute reproduction, même partielle, sans l'accord écrit de ISAS et de la FMS est illégale. Les seules copies autorisées sont celles réservées à un usage strictement personnel, non destinées à un usage collectif, quel qu'il soit. De même sont autorisés les emprunts entre guillemets justifiés par la nature critique, pédagogique ou informative du travail dans lequel ils sont incorporés.

**International Standardization  
and Accreditation Services**  
[www.isas.org](http://www.isas.org)

**Fondation Médias et Société**  
[www.media-society.org](http://www.media-society.org)

ISAS  
International Standardization  
and Accreditation Services  
New-York

[www.isas.org](http://www.isas.org)



PRICE: 50 USD