

Réponse à la consultation publique ouverte jusqu'au 18 novembre 2022 par l'Autorité de Régulation des Communications Electroniques, des Postes et de la Distribution de la Presse au sujet de l'avenant à l'accord interprofessionnel assortiment et plafonnement.

Ces observations sont formulées par :

Le Groupe NAP-Maison de la presse Mag presse Point + – Immeuble Atria – 5 place des marseillais – 94220 Charenton le pont (SIREN : 512844051) représenté par son Président M. Arnaud AYROLLES

**AVENANT A L'ACCORD INTERPROFESSIONNEL ASSORTIMENT ET
PLAFONNEMENT DU 1^{er} JUILLET 2021**

26 septembre 2022

Entre les soussignés :

L'Alliance de la presse d'information générale (APIG),

Organisation professionnelle représentative des éditeurs de presse quotidienne et hebdomadaire d'information générale et politique, dont le siège social est sis au 69, rue du Chevaleret 75013 Paris, n° SIREN 844 198 150 dûment représentée par son président M. Pierre LOUETTE.

Culture Presse,

Organisation professionnelle représentative au plan national des diffuseurs de presse, dont le siège social est sis 16, place de la République, 75010 Paris, inscrite au Bureau du travail et de la main-d'œuvre de Paris sous le matricule 16145 en date du 14 mars 1977, n° SIREN 309 541 084 dûment représentée par son président, Daniel PANETTO.

La Fédération nationale de la presse d'information spécialisée (FNPS)

Organisation professionnelle représentative des éditeurs de presse d'information spécialisée, dont le siège social est sis 17, rue Castagnary, 75015 Paris, n° SIREN 303 241 814 dûment représentée par son président, Laurent BERARD-QUELIN.

Le Syndicat des éditeurs de la presse magazine (SEPM)

Organisation professionnelle représentative des éditeurs de la presse magazine, dont le siège social est sis au 44 rue Cambonne 75015 Paris, n° SIREN 788 503 639 dûment représentée par son président, Alain AUGÉ

France Messagerie,

Société agréée de distribution de la presse, dont le siège social est sis au 87 quai Panhard et Levassor 75013 Paris, n° SIREN 884 694 886 dûment représentée par son directeur général, Sandro MARTIN

MLP,

Société agréée de distribution de la presse, dont le siège social est sis au 55 boulevard de la Noirée 38070 Saint-Quentin-Fallavier, n° SIREN 790 117 816 dûment représentée par son directeur général, José DA SILVA FERREIRA

Et en présence de :

Le Syndicat national des dépositaires de presse (SNDP)

Organisation professionnelle représentative des dépositaires de presse, dont le siège social est sis au 7 rue du 4 Septembre 75002 Paris dûment représentée par son président, Bruno AUSSANT

Le Syndicat des kiosquiers et libraires de Paris Ile de France (SKLP)

Organisation professionnelle, dont le siège social est sis au 53 Avenue Pasteur 93100 Montreuil, dûment représentée par son président, Bassam MERHI

Le Syndicat national de la librairie et de la presse (SNLP)

Organisation professionnelle dûment représentée par Sophie KAHWAJI EL AZZI

Lagardère Travel Retail France, dont le siège social est sis au 4-10 avenue André Malraux 92689 Levallois-Perret Cedex, n° SIREN 542 095 336 dûment représenté par Laurence GRESSIN-MARTIN, Directeur presse France, par délégation expresse de son directeur général, Vincent ROMET

MédiaKiosk – JCDecaux France dont le siège social est sis au 17, rue Soyer 92523 Neuilly-sur-Seine, n° SIREN 622 044 501 dûment représenté par son Directeur, Marc BOLLAERT

PREAMBULE

Pour mémoire, dans l'accord interprofessionnel du 1^{er} juillet 2021, les signataires avaient choisi dans un premier temps de conserver les dispositions de plafonnement existantes, elles-mêmes annexées à l'accord. Les dispositions prévues dans le présent document viennent ainsi remplacer celles du Titre II de l'accord professionnel du 1^{er} juillet 2021. Ces dispositions ne s'appliquent pas aux publications IPG.

Elles sont le fruit d'un travail continu des signataires depuis l'avis n° 2021-2554 rendu par l'Arcep le 7 décembre 2021 et leur applicabilité est confortée par le suivi de la mise en œuvre des règles d'assortiment effectué pendant la même période par les signataires.

Lors de ce travail collectif, les signataires ont pu capitaliser sur les contributions qui avaient été partagées avec l'Arcep dans le cadre de la consultation de 2021 sur les règles de détermination des quantités et un compromis satisfaisant toutes les organisations a pu être atteint.

En pratique, et constatant la nécessité d'une méthodologie transversale et simple à mettre en œuvre, les organisations professionnelles représentatives se sont d'abord appuyées sur **l'approche proposée par l'Arcep dans sa consultation car bien adaptée aux ventes régulières**. Cette approche est basée sur des **compléments ajoutés à une moyenne des ventes sur douze mois glissants pour obtenir le plafond autorisé**.

Néanmoins, les signataires ont convenu que dans un premier temps un assouplissement du couple [2 ; 50%] pour passer au couple [3 ; 50%] permettrait de **préserver les ventes moyennes faibles d'effets de limitation indirects et non anticipés** (voir article 5).

L'effet de ces paramètres et plus largement du plafonnement a vocation à être **suivi par la commission de suivi de l'assortiment et du plafonnement afin d'envisager d'éventuelles adaptations**. Compte tenu du démarrage concomitant de l'assortiment et du déploiement du nouveau système d'information filière, l'impact des règles de plafonnement devra être analysé en conséquence.

Outre l'approche générale basée sur les ventes moyennes, il est paru indispensable que les règles de plafonnement puissent également encadrer au mieux les situations de ventes irrégulières. Ainsi, les signataires ont souhaité intégrer dans les règles de plafonnement les principes suivants :

- ✦ **Affectation de chaque parution à une parution homologue de référence** : Les compléments seront appliqués au volume de ventes de la parution homologue si celui-ci dépasse 130% de la moyenne. L'éditeur peut adapter les parutions homologues choisies au rythme de ses parutions.
- ✦ Possibilité pour les diffuseurs de **déplafonner leur point de vente pendant une période** qu'ils définiraient afin de répondre aux périodes de fort potentiel commercial (point de vente saisonnier, modernisation, fermeture d'un point de vente voisin, etc.).
- ✦ **Déplafonnement en cas de dispositif de promotion physique** accepté par le diffuseur dans son point de vente.
- ✦ **Déplafonnement ponctuel accordé par la filière** dans certaines situations (événement exceptionnel inattendu, parution régionale, nouvelle formule avérée) **après** accord conjoint de l'organisation représentative des diffuseurs et de la SADP distribuant la codification concernée.
- ✦ **Mécanisme de mise à zéro avec accord du diffuseur pour réimplantation**.

Afin de rester conforme à l'esprit de la réforme de la loi Bichet, il a été également prévu que ces règles puissent être désactivées par le diffuseur.

Il semble également important de rappeler que ces règles permettent uniquement de définir un plafond et ne remplacent pas le réglage indispensable de l'éditeur.

ANNULE ET REMPLACE LES DISPOSITIONS DU « TITRE II – DÉTERMINATION DES QUANTITÉS » DE L'ACCORD INTRPROFESSIONNEL DU 1^{er} JUILLET 2021

CHAPITRE PREMIER – PRINCIPES GÉNÉRAUX

Article 1

Conformément aux dispositions de la loi n° 47-585, un accord professionnel conclu entre les organisations professionnelles représentatives détermine la méthode de calcul des quantités maximales autorisées pour les titres relevant du 2° de l'article 5 de la loi n° 47-585.

Article 2

Il est expressément rappelé que les journaux et publications périodiques présentant le caractère d'information politique et générale ne sont pas concernés par les limitations prévues au présent accord, et que les sociétés de presse qui les éditent conservent une latitude totale en matière de détermination des quantités servies aux points de vente.

Article 3

Les signataires estiment que les publications quotidiennes non IPG ne nécessitent pas de se voir appliquées un plafonnement des quantités. Les codifications quotidiennes non IPG sont celles dont la durée de vente est inférieure à 48 heures, telles que définies à l'article 9 de l'accord interprofessionnel assortiment et quantités du 1^{er} juillet 2021.

Ainsi seules les codifications des titres relevant du 2° de l'article 5 de la loi n° 47-585 à l'exception de celles mentionnées au début du présent article (ci-après la « Codification plafonnable » ou les « Codifications plafonnables ») se verront appliquer dispositions prévues au Chapitre II, III et IV.

Article 4

Seules les quantités maximales autorisées sont livrées aux diffuseurs, les quantités excédentaires sont retenues par les SADP. Cette prestation pourra être facturée aux éditeurs des codifications Plafonnables concernées.

CHAPITRE II – MECANISME DE PLAFONNEMENT DES QUANTITES FOURNIES

Article 5 : Principe général

Pour chaque point de vente et pour chaque Codification plafonnable, la quantité maximale d'exemplaires servis aux points de vente par parution, est définie par la formule suivante :

$\text{Plafond} = \text{Maximum (Arrondi à l'entier supérieur (Moyenne_Ventes + Nombre_Complémentaire_Faibles_Ventes)) ; Arrondi à l'entier supérieur ((1 + Pourcentage_Complémentaire_Fortes_Ventes) x Moyenne_Ventes)}$

Avec :

- *Plafond* : nombre d'exemplaires à la livraison desquels le diffuseur ne peut s'opposer pour une parution donnée P ;
- *Moyenne_Ventes* : pour une parution donnée P, moyenne des ventes dans le point de vente au cours des 12 derniers mois glissants. Les données de ventes considérées doivent couvrir la dernière donnée de vente consolidée dans les outils informatiques ainsi que celles des 12 mois

précédents celle-ci. Les parutions pour lesquelles l'éditeur n'a pas fourni d'exemplaires ne sont pas prises en compte dans le calcul de la moyenne.

- *Nombre_Complémentaire_Faibles_Ventes* : nombre d'exemplaires à ajouter à la moyenne des ventes pour les parutions à faible vente moyenne (nombre décimal positif ou nul) ;
- *Pourcentage_Complémentaire_Fortes_Ventes* : pourcentage de la moyenne des ventes à ajouter pour les parutions à fortes ventes (positif ou nul).

Le *Nombre_Complémentaire_Faibles_Ventes* est égal à 3.

Le *Pourcentage_Complémentaire_Fortes_Ventes* est égal à 50%.

Ces paramètres pourront être adaptés dans le cadre des missions de la CAP telles que décrites à l'article 45 de l'accord du 1^{er} juillet 2021.

Commentaire NAP

Dans la démarche globale auprès du point de vente, il serait opportun de recalculer les niveaux de plafonnement des codifications concernées avec chaque revue d'offre d'assortiment. Cela implique que la période de référence pour le calcul de la quantité maximale soit de 6 mois.

Dans la situation où un point de vente connaît une forte variation de chiffre d'affaires (à la hausse ou à la baisse), raccourcir la période de calcul de la vente moyenne à 6 mois permettra de mieux anticiper ces évolutions dans le calcul du plafond.

La combinaison retenue (3 ; 50%) nous paraît trop souple vis-à-vis des objectifs du dispositif assortiment et plafonnement. La finalité étant de baisser les volumes invendus (en nombre et en pourcentage).

Aussi, nous préconisons :

Un nombre complémentaire de vente faible de 2 ex.

Un pourcentage complémentaire vente forte qui fluctue de façon dégressive en fonction de la tranche de vente:

En dessous de 10 ex de vente : taux de 50%

Entre 10 et 20 ex : taux 40%

Entre 20 et 30 ex : taux de 30%

Voici une simulation comparative des 2 combinaisons :

Vente (ex)	Couple	
	(3 ex ; 50%)	(2 ex ; >10 ex: 50% ; <10 et > 20 ex: 40%; <20 ex; 30%])
1	4	3
3	6	5
8	12	12
13	20	18
18	27	25
25	38	33
40	60	52
80	120	104

Article 6 : Constitution des historiques de vente

Afin de permettre le calcul du Plafond, une Codification plafonnable donnée doit pouvoir disposer d'un historique suffisant permettant de refléter le comportement de la codification sur la période de calcul de la moyenne des ventes. Ainsi :

1° Le Plafond ne s'applique pas aux parutions des Codifications plafonnables ne pouvant justifier d'un historique de vente dans le point de vente d'au moins 12 mois et ce même si l'éditeur a décidé de ne pas fournir d'exemplaires de la codification à chacune de ses parutions.

L'historique des ventes pris en compte commence à partir de la première parution servie dans le point de vente.

Commentaire NAP

La période pour constituer un historique de vente est trop longue. Un point de vente doit pouvoir bénéficier d'un dispositif de plafonnement sur une codification sans attendre un historique d'un an. Nous proposons que la période qui constitue l'historique de vente soit variable en fonction de la périodicité de cette même codif.

Hebdomadaires : 8 parutions
Bi mensuels : 6 parutions
Mensuels : 6 parutions
Bimestriel : 4 parutions
Hors-Series : 1 an

2° Le Plafond ne s'applique à aucune des codifications d'un point de vente pendant les 12 premiers mois après l'ouverture de ce point de vente.

Commentaire NAP

De même que pour 1° ; un nouveau point de vente doit pouvoir bénéficier d'un dispositif de plafonnement sans attendre 1 an.

Pour les nouveaux diffuseurs, la filière doit être en mesure de proposer des règles de plafonnement grâce un parc miroir de points de vente similaires. La capillarité du réseau est en dégradation continue depuis des années et les nouveaux points de vente doivent pouvoir profiter de cette disposition dès leur création. Pour déterminer un point de vente miroir, nous préconisons de prendre en référence le mètre linéaire développé, complété avec des critères exogènes si nécessaire (par exemple : saisonnalité, lieu d'implantation, département...)

Article 7 : Rattachement à une Parution de référence

Afin d'absorber les pics de ventes attendus de certaines parutions, il est institué un mécanisme automatique de rattachement à une parution de référence. Pour une parution donnée, la parution de référence est celle qui est affectée au même numéro de semaine pour les hebdomadaires et au même numéro de mois pour les mensuels et les périodicités plus longues.

Article 8 : Modification de la Parution de référence

Par exception au rattachement automatique à la Parution de référence prévu à l'Article 7, l'éditeur peut choisir de modifier la Parution de référence de l'année précédente à laquelle est rattachée une parution donnée de l'année en cours.

Une Parution de référence de l'année précédente ne peut être rattachée qu'à une seule parution ultérieure. Cette exception doit permettre de considérer les situations dans lesquelles la parution de référence automatique ne reflète pas le rythme des parutions de l'année en cours (cas des dates d'un salon qui

peuvent être en fin ou en début de mois, date de parution d'un « marronnier » qui peut évoluer d'une année à l'autre, etc.).

Article 9 : Calcul du plafond sur homologue

Dans la situation où pour une parution donnée, la Parution de référence rattachée a dépassé un niveau de vente supérieur à 130% de la moyenne des ventes calculée à l'article 5 (*Moyenne_Ventes*), il est prévu un nombre d'exemplaires à la livraison desquels le diffuseur ne peut s'opposer différent de celui défini à l'Article 5.

Ce plafond est défini comme :

$$\text{Plafond_sur_homologue} = \text{Maximum (Arrondi à l'entier supérieur (Ventes_Parution_Homologue + Nombre_Complémentaire_Faibles_Ventes) ; Arrondi à l'entier supérieur ((1+ Pourcentage_Complémentaire_Fortes_Ventes) x Ventes_Parution_Homologue))}$$

Avec :

- *Plafond_sur_homologue* : nombre d'exemplaires à la livraison desquels le diffuseur ne peut s'opposer
- *Ventes_Parution_Homologue* : Ventes constatées de la parution de référence rattachée à la parution donnée dans le point de vente

Commentaire NAP

La combinaison retenue (3 ; 50%) nous paraît trop souple pour le plafond sur homologue. Aussi, nous reprenons les critères de l'article 5 pour le calcul du plafond :

Un nombre complémentaire de vente faible de 2 ex.

Un pourcentage complémentaire vente forte qui fluctue de façon dégressive en fonction de la tranche de vente:

En dessous de 10 ex de vente : taux de 50%

Entre 10 et 20 ex : taux 40%

Entre 20 et 30 ex : taux de 30%

CHAPITRE III – GESTION DES SITUATIONS EXCEPTIONNELLES

Article 10 : Période de déplafonnement pour fort potentiel commercial

Le diffuseur peut décider de ne pas appliquer les Plafond et Plafond sur homologue à l'ensemble des Codifications plafonnables qu'il recevrait pendant une période donnée que cette période soit récurrente ou non. Cette période peut être liée à la saisonnalité d'activité, à la fermeture d'un point de vente proche ou à toute autre situation qui augmenterait temporairement le potentiel commercial de son point de vente. Afin de signifier son choix à l'ensemble de la filière, le diffuseur renseigne dans le portail diffuseur une date de début et la date de fin de la période de fort potentiel commercial.

Commentaire NAP

Cet article porte à confusion dans sa rédaction. Il convient de préciser si :

Le point de vente décide de supprimer le dispositif de plafonnement à toutes les codifications plafonnables

Le point de vente décide de supprimer le dispositif de plafonnement à une partie seulement des codifications plafonnables

Le groupe NAP est favorable à la deuxième situation. Un marchand doit pouvoir choisir de désactiver le plafonnement en indiquant la ou les codifications concernées par cette exception.

Article 11 : Promotions

En donnant son accord pour participer aux dispositifs de promotions physiques en point de ventes proposés pour une ou plusieurs Codifications plafonnables, le marchand donne également son accord pour le déplafonnement des parutions concernées par ces dispositifs.

Ainsi, en donnant son accord, le diffuseur accepte de recevoir et diffuser un nombre d'exemplaires supérieur au Plafond ou au Plafond sur homologue pour la ou les parutions concernées.

Commentaire NAP

La réalité du recueil de l'accord devra être matérialisé et vérifié par le régulateur.

Article 12 : Evènements exceptionnels

En cas d'événement d'actualité exceptionnel inattendu pouvant avoir un effet positif sur les ventes, un mécanisme est mis en place afin de permettre la livraison d'un nombre d'exemplaires supérieur au Plafond et Plafond sur homologue d'une Codification plafonnable pour un éditeur qui en ferait la demande.

Pour une parution donnée et dans un délai de 15 jours après la survenue de l'évènement, la demande de déplafonnement est faite par l'éditeur à la SADP distribuant la codification concernée et à l'organisation professionnelle la plus représentative des diffuseurs de presse. En cas d'accord des deux organisations, l'agrément de déplafonnement est donné à l'éditeur et la mise en vente de la parution concernée doit avoir lieu dans le mois suivant la survenue de l'évènement. En cas de dépassement de la date maximale de mise en vente, les diffuseurs recevant une quantité d'exemplaires supérieure à celle prévue par le Plafond ou le Plafond sur homologue de la parution concernée pourront renvoyer sans délai les quantités dépassant ces plafonds.

Commentaire NAP

Dans le cas où l'évènement ne rencontre pas le succès escompté en point de vente, le marchand doit avoir la possibilité de rendre des quantités en anticipé sur la deuxième partie de la durée de vente. Les codifications dont la périodicité est hebdomadaire ne seront pas concernées par ce retour anticipé.

Afin d'avoir une gestion impartiale dans l'attribution d'une telle dérogation, le groupe NAP est favorable à ce qu'elle soit soumise et acceptée majoritairement à un collège représentant le réseau de vente, et ayant potentiellement des mandats pour la gestion de l'offre presse des marchands:

- Représentants d'enseignes spécialisées
- Représentants d'enseignes GMS
- Représentants de kiosquiers
- Organisations Syndicales représentatives ou représentant du niveau 3
- Les SADP

Article 13 : Parutions thématiques régionales

Dans la situation où une parution d'une codification traite particulièrement d'une zone géographique précise, l'éditeur de la publication peut faire une demande de déplafonnement.

La demande de déplafonnement est faite par l'éditeur à la SADP distribuant la codification concernée et à l'organisation professionnelle la plus représentative des diffuseurs de presse.

La demande doit faire apparaître le chemin de fer de la parution concernée ainsi que la liste points de vente auxquels s'appliquerait le déplafonnement.

En cas d'accord des deux organisations, l'agrément de déplafonnement est notifié à l'éditeur et la SADP distribuant la codification effectue les paramétrages nécessaires.

Commentaire NAP

Dans un souci d'impartialité, le groupe NAP est favorable à ce que la dérogation de plafonnement pour parutions thématiques régionales soit soumise aux mêmes conditions que celles proposées à l'article 12

Article 14 : Nouvelles formules

Dans la situation où une codification évolue de manière sensible et susceptible d'améliorer les ventes de celle-ci (ci-après la « Nouvelle formule »), l'éditeur de la publication peut faire une demande de réinitialisation de l'historique de vente servant à calculer la moyenne des ventes (*Moyenne_ventes*) telle que décrite à l'article 5.

La demande de réinitialisation de l'historique est faite par l'éditeur à la SADP distribuant la codification concernée et à l'organisation professionnelle la plus représentative des diffuseurs de presse.

Dans sa demande, l'éditeur doit pouvoir justifier que la Nouvelle formule avérée demandée remplit bien 3 conditions sur les 5 suivantes :

- Nouveau logo
- Nouvelle maquette
- Mention nouvelle formule sur la couverture
- Nouvelle rubrique
- Changement de format

En cas d'accord des deux organisations, la réinitialisation de l'historique pour cette codification est notifiée à l'éditeur et la SADP distribuant la codification effectue les paramétrages nécessaires.

Commentaire NAP

L'exclusion d'une nouvelle formule au dispositif de plafonnement doit être limitée dans le temps. Comme pour le cas particulier d'un nouveau diffuseur, nous pouvons préconiser les périodes suivantes, en fonction de la périodicité de la codification.

Hebdomadaires : 8 parutions

Bi mensuels : 6 parutions

Mensuels : 6 parutions

Bimestriel : 4 parutions

Hors-Series : 1 an

Un nouveau calcul de plafonnement selon les paramètres préconisés aux articles 5 et 9 sera appliqué sur le nouvel historique de vente concerné par la nouvelle formule.

Une même codification ne sera autorisée à soumettre au maximum qu'une seule dérogation pour nouvelle formule sur les 12 derniers mois glissants.

Dans un souci d'impartialité, le groupe NAP est favorable à ce que la dérogation de plafonnement pour nouvelle formule soit soumise aux mêmes conditions que celles proposées aux articles 12 et 13.

Article 15 : Participation aux dispositifs

Un diffuseur doit pouvoir indiquer dans les outils filière s'il souhaite que son point de vente bénéficie des dispositifs de déplafonnement prévus aux articles 12 à 14.

Ce souhait est présumé par défaut dans les outils filière et peut être modifié par le diffuseur.

Article 16 : Mandats

Afin de répondre aux dispositions prévues aux articles 10, 11 et 15, le diffuseur peut donner mandat à son dépositaire ou à tout autre mandataire qu'il aurait choisi.

Commentaire NAP

Il convient de reformuler la rédaction de cet article conformément à l'esprit de la loi : « *les entreprises de presse, ou leurs représentants, et les diffuseurs de presse, ou leurs représentants pourront répondre aux dispositions prévues aux articles 10, 11 et 15* »

Article 17 : Information sur le statut d'une codification

Pour chaque codification et dès que les outils filières le permettront, il est indiqué si le Plafond, ou Plafond sur homologue, s'applique à la parution en cours de commercialisation.

CHAPITRE IV – MISE À ZÉRO DES TITRES NON-VENDEURS

Article 18 : Principe général

Le principe de bon sens selon lequel les titres non-vendeurs dans un point de vente donné ont vocation à ne plus lui être servis inutilement – déjà consacré par le passé – est réaffirmé par le présent accord interprofessionnel. Il s'applique à toutes les Codifications plafonnables.

Article 19 : Désactivation de la mise à zéro par le diffuseur

Le diffuseur peut souhaiter ne pas se voir appliquer automatiquement le dispositif de mise à zéro. Pour ce faire, le marchand peut indiquer ce choix dans le portail filière.

Cette désactivation s'applique à l'ensemble des Codifications plafonnables. Par défaut, le dispositif de mise à zéro s'applique à tous les diffuseurs.

Commentaire NAP

Certains marchands sont spécialisés sur une famille de presse bien précise. Cela nécessite d'avoir une offre très large sur cette famille, incluant des titres non vendeurs. Un point de vente doit pouvoir effectivement désactiver la mise à 0, sans pour autant le faire sur l'ensemble de son offre. Aussi nous préconisons un traitement par exception de cette disposition.

Article 20 : Suspension de l'application de la mise à zéro

Les situations dans lesquelles le Plafond ne s'applique pas, telles que celles décrites aux articles 10 à 14 du présent accord, impliquent également la suspension de l'application de la mise à zéro.

Article 21 : Parutions non vendeuses

Est considéré comme non-vendeuse, une codification qui, dans le point de vente concerné, n'a vendu aucun exemplaire sur une séquence de parutions successives servies au point de vente, fonction de la périodicité du titre :

Périodicité	Séquence de parutions non-vendeuses
-------------	-------------------------------------

Hebdomadaire	6
Bimensuel	5
Mensuel	5
Bimestriel	4
Trimestriel	3

1° : Si l'éditeur interrompt la livraison de sa codification au marchand, et cette interruption n'interrompt pas le décompte de la séquence de non-vente.

2° : La mise à zéro s'effectue sous la responsabilité de la SADP concernée. A charge pour elle d'informer l'éditeur, le dépositaire et le marchand.

3° : La mise à zéro d'une codification de titre régulier n'entraîne pas automatiquement celle de ses horssérie, paraissant sous des codifications différentes.

Article 22 : Durée de mise à zéro

La mise à zéro d'une Codification plafonnable s'exerce pendant une durée équivalente à celle de la séquence de non-vente qui l'a entraînée, fonction de la périodicité et fonction du nombre de parutions. Cette durée est exposée à l'article 21 du présent accord.

Au terme de la séquence de mise à zéro, la codification peut être représentée au diffuseur qui doit donner son accord préalable à sa réimplantation.

Commentaire NAP

La durée de la mise à 0 doit être permanente et définitive. Un éditeur ne pourra pas représenter son titre au diffuseur au terme d'une quelconque séquence. Seul le marchand pourra avoir la démarche de redemander la mise en service d'une codification concernée par le dispositif de mise à zéro des titres non-vendeurs.

Points divers à définir :

- Une baisse de prix marquée (minimum 30%) : pas de plafond sur la parution concernée par le prix promotionnel
- Si un titre change de messagerie ou de codification au sein d'une même messagerie, il doit y avoir une portabilité de l'historique de vente. Un titre conserve donc son historique de vente en cas de changement de codification ou de messagerie.
- Un titre qui existe en double format et qui passe en format unique : le plafond est calculé sur la base de l'addition des ventes des 2 formats. Une fois que l'historique de vente du format unique est suffisant (au maximum 1 an après le passage en format unique), le plafond sera calculé sur la vente moyenne du format unique.
- Les compléments de mise en vente : si un éditeur souhaite effectuer un complément de mise en vente suite à un tirage supplémentaire, il s'effectuera dans les règles du plafonnement. Dans son exécution, ce complément de mise en vente passera par le système de

réapprovisionnement. Chaque point de vente concerné devra donner son accord préalable pour recevoir cette nouvelle quantité; et cet accord sera donné à travers un dialogue dans le portail filière presse.

**Alliance de la presse
d'information générale,** Pierre LOUETTE



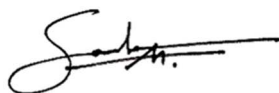
Culture Presse,
Daniel PANETTO



**Fédération nationale
de la presse d'information spécialisée,**
Laurent BERARD-QUELIN.



France Messagerie,
Sandro MARTIN



MLP,
José DA SILVA FERREIRA



**Syndicat des éditeurs de la
presse magazine,**
Alain AUGÉ



**Syndicat national des
dépositaires de presse,**
Bruno AUSSANT



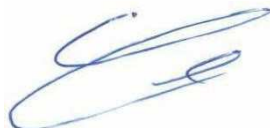
**Syndicat des kiosquiers et libraires de
paris,**
Bassam MERHI



**Syndicat national de la librairie et
de la presse,**
Sophie KAHWAJI EL AZZI



Lagardère Travel Retail France,
Vincent ROMET,
PO Laurence GRESSIN-MARTIN



Mediakiosk,
Marc BOLLAERT

