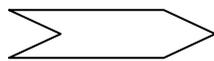




Contributions pour la commission des bonnes pratiques professionnelles du CSMP

- La règle de l'assortiment a principalement été mise en place pour désengorger les points de vente et leur permettre de recevoir une quantité de titres (largeur de l'offre) compatible avec leur longueur de linéaire développé.

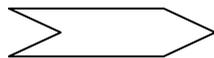
Or, l'analyse effectuée à la demande du SPM sur 49 points de vente et présentée à l'AG de MLP indique clairement qu'une minorité de points de vente atteint ou dépasse 12 titres au mètre linéaire.



L'assortiment doit donc être débrayé pour les points de vente qui n'atteignent pas les 12 titres au mètre linéaire.

En effet, ne pas procéder de la sorte aurait pour conséquence de laisser la place libre aux titres hors presse coopérative (Hors presse et encyclopédies) qui, rappelons le, ne sont pas soumis à la règle de l'assortiment.

- La FNPS avait à plusieurs reprises demandé que les titres vendeurs ne soient pas retirés des points de vente, alors que ce serait le cas aujourd'hui si l'on appliquait strictement la règle d'assortiment telle qu'elle est définie.



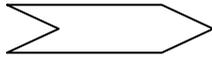
La FNPS observe donc avec bienveillance les tentatives de définition d'un titre vendeur telles que présentées par MLP ou par le SPM, et soutient l'idée d'une définition qui pourrait éviter l'exclusion des points de vente d'un certain nombre de titres petits et moyens qui ne vendent qu'une fois sur deux ou une fois sur trois.

- Nous observons que les deux messageries n'ont pas été capables en une semaine de réunir les données de plus de 49 points de vente alors que la demande d'analyse portait sur 150 points de vente, montrant ainsi la faiblesse du système d'information à disposition des coopératives et des éditeurs



La FNPS rappelle qu'elle considère que les données relative aux prises et aux ventes diffuseur par diffuseur, appartiennent aux éditeurs et non pas aux coopératives ni aux sociétés de messagerie.

- Enfin, la plupart des marchands sont rassurés par les règles de plafonnement et de mise à zéro qui résolvent le problème des quantités excessives (profondeur de l'offre). Ces règles doivent être appliquées sur l'ensemble du réseau.



L'assortiment (largeur de l'offre) doit être le résultat d'un dialogue entre le dépositaire et son diffuseur : chaque point de vente qui a demandé à être assorti doit recevoir le bilan chiffré en terme de volume et de CA de la part du commercial du dépôt et décider avec ce même commercial des titres potentiellement assortis qu'il souhaite obtenir, conserver ou éliminer, dans la limite du nombre de références et de CA supprimables.