

CONTRAT D'APPLICATION
DE GROUPAGE ET DE DISTRIBUTION
« SOCIETAIRE »
MLP

«Code_Editeur»

Version au 1er décembre 2017

SOMMAIRE

CONTRAT D'APPLICATION DE GROUPEMENT ET DE DISTRIBUTION

EXPOSE	5
CHAPITRE I – DISPOSITIONS GENERALES	6/8
I.1 Définitions	6/7
I.2 Objet du contrat	8
CHAPITRE II – OBLIGATIONS DE MLP	9/13
II.1 Obligations principales de MLP	9
II.2 Etendue des obligations	9/10
- Statut de commissionnaire	
- Convention du croire	
- Obligation de moyens	10
II.3 Prise en charge	10
II.3.1 Détermination de la prise en charge	
II.3.2 Passe	
II.3.3 Cas Particulier	
II.4 Ouverture des comptes	10
II.5 Invendus	11
II.5.1 Relève et récupérations	
II.5.2 Principe de comptabilisation	
II.6 Rémunération des prestations de service MLP	12
II.6.1 Frais de distribution	
II.6.2 Frais de dossier	
II.7 Versements effectués à l'Editeur	12
II.8 Exonération de responsabilité	12/13
II.9 Assurances	13
CHAPITRE III – OBLIGATIONS DE L'EDITEUR	14/17
III.1 Généralités – Déclarations	14
III.2 Obligations principales	14
III.3 Quantité et qualité des Produits	14
III.4 Transport des Produits à MLP	15
III.5 Frais spéciaux d'expédition	15
III.6 Solde comptable débiteur	15/16
III.7 Renonciation à recours	16
III.8 Changements dans la personne de l'Editeur	16
III.9 Modifications des caractéristiques du produit	16
III.10 Paiement de la T.V.A.	16/17
III.11 Représentation fiscale	17
III.12 Garanties de l'Editeur	17
CHAPITRE IV – SPECIFICITES DE LA DISTRIBUTION EXPORT ET D.R.O.M.	18

V.1	Durée et Résiliation A/ Editeurs Usagers B/ Editeurs Sociétaires	19/20
V.2	Opposabilité A/ Editeurs Usagers B/ Editeurs Sociétaires C/ Dispositions communes à tous les Editeurs	20
V.3	Contestations	21
V.4	Clause attributive de compétence juridictionnelle	21
V.5	Droit applicable	21
V.6	Compensation	21
V.7	Election de domicile	21
V.8	Clause pénale	21
V.9	Intérêts moratoires	21
V.10	Acceptation	22
V.11	Obligations des parties	22
V.12	Confidentialité	22
V.13	Résiliation anticipée	22
V.14	Clause d'indexation	23
V.15	Accords antérieurs	23

ANNEXES AU CONTRAT DE GROUPAGE ET DE DISTRIBUTION

ANNEXE A	Détermination de la Passe	25
ANNEXE B	Règle de rappel	26/27
ANNEXE C	Consignes permanentes	28/29
ANNEXE D	Cahier des charges	30/33
ANNEXE E	Modalités et dates de calcul des versements	34/38
ANNEXE F	Définitions et Application des Produits presse et hors presse	39/41
ANNEXE G	Mesures de plafonnement des quantités	42/46
ANNEXE H	Catalogue des tarifs	47/69
	- 1. Tarifs Export	48/54
	- 2. Tarifs et Prestations annexes (gestion, logistique...)	55/57
	- 3. Barèmes des Départements et Régions d'Outre Mer	58
	- 4. Barèmes du Produit Presse	59/69

CONTRAT D'APPLICATION DE GROUPE ET DE DISTRIBUTION

ENTRE LES SOUSSIGNEES :

La société «**RAISON_SOC**», «**FORME_JURIDIQUE**» au capital de euros,
dont le siège social est fixé à «Adress1» «Adresse2» - «Code_postal» - «Ville» - «Pays»,
immatriculée sous le numéro R.C.S. «Num_RCS» («Ville»),

Représentée par «**Civilité_RL**» «**Représ_légal**», agissant aux présentes en qualité de
«Fonction», se déclarant dûment habilité aux fins des présentes.

**Ci-après dénommée l'Editeur,
De première part,**

La société MLP, société par actions simplifiée, au capital de 25.520.946 euros, dont le siège social
est situé 55, Boulevard de la Noirée - Zone d'Activités de Chesnes – 38070 Saint-Quentin-Fallavier,
immatriculée sous le numéro RCS 790 117 816 (VIENNE),

Représentée par Monsieur Laurent FRANCES, en sa qualité de Directeur Général, lui- même
représenté **par Monsieur Jean-Marc TEBOUL**, Directeur Commercial, dûment habilité aux fins des
présentes.

**Ci-après dénommée MLP,
De seconde part,**

Après avoir rappelé :

Que la société Messageries Lyonnaises de Presse est une Société Anonyme Coopérative régie par les Lois françaises, et notamment par la loi dite BICHET n°47-585 du 2 avril 1947, relative au statut des entreprises de groupage et de distribution des journaux et publications périodiques.

La société MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE assure une activité de groupage, de distribution et de transport des journaux et périodiques, presse ou hors presse édités et/ou exploités par les entreprises sociétaires ou non sociétaires de cette société coopérative, dont la diffusion est assurée par l'intermédiaire du réseau de vente de la presse, composé de dépositaires et diffuseurs de presse.

Au titre du Contrat Cadre de groupage et de distribution approuvé lors de son Assemblée Générale Mixte du 23 juin 2015, la Coopérative MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE a confié, en exclusivité et sur le Territoire, à la société MLP la réalisation des prestations de groupage et de distribution au profit de ses Sociétaires et/ou Usagers, dans le respect des dispositions légales.

L'Editeur a pour activité l'Édition et la commercialisation de Produits d'édition dont la diffusion est assurée par l'intermédiaire du réseau de vente de la presse.

Au titre du présent Contrat d'application de groupage et de distribution, l'Editeur confie à la société MLP le soin d'assurer la distribution de ses Produits aux conditions générales et particulières décrites ci-après.

La société MLP s'engage à respecter l'ensemble des dispositions de la loi n°47-585 du 2 avril 1947 et ses modifications ultérieures, les accords interprofessionnels et professionnels des agents de la vente de presse, les décisions prises par le CSMP et rendues obligatoires par l'ARDP, ainsi que les usages de la Profession.

LES PARTIES SE SONT RAPPROCHEES POUR CONVENIR ET RAPPORTER CE QUI SUIT. :

CHAPITRE I DISPOSITIONS GENERALES

I.1 - DEFINITIONS

Pour l'application et l'interprétation du présent Contrat d'application, y compris son exposé préalable, les termes et expressions figurant ci-dessous, utilisés au singulier ou au pluriel, auront la signification suivante :

« **Agents de la vente** » : La distribution et la vente des journaux et publications sont réalisées en France par un réseau d'agents de la vente au sens du décret n° 88-136 du 9 février 1988 à savoir, les dépositaires de presse, les diffuseurs de presse et les vendeurs –colporteurs de presse.

Le "**Contrat Cadre**" : désigne le contrat conclu entre MLP et la Coopérative MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE. Le Contrat Cadre définit les conditions dans lesquelles MLP réalise, de manière exclusive, les prestations de groupage et de distribution au profit, d'une part des Sociétaires de la Coopérative MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE (conformément à la Loi n°47-585 du 2 avril 1947), et des Usagers de la Coopérative.

Contrat d'application : désigne le présent Contrat de distribution et de groupage et ses annexes conclu entre un Editeur (Sociétaire ou Usager de la Coopérative Messageries Lyonnaises de Presse) et MLP.

Les "**Correspondants**" de MLP sont notamment constitués des agents de la vente au sens du décret n° 88-136 du 9 février 1988 à savoir, les dépositaires ou grossistes de presse et les diffuseurs.

Le "**C.S.M.P.**" ou **Conseil Supérieur des Messageries de Presse** est l'organe de tutelle et de contrôle de la distribution de la presse en France et est institué par la Loi du 2 Avril 1947. Il assure le bon fonctionnement du système coopératif de la distribution de la presse et son réseau. Depuis la loi du 20 juillet 2011, il veille, avec l'ARDP au respect de la concurrence et des principes de liberté et d'impartialité de la distribution. Ils sont garants du respect des principes de solidarité coopérative et des équilibres économiques du système collectif de distribution de la presse.

La "**Date de rappel**" ou "**Relève**" d'une parution sur la **métropole** identifie la date à laquelle le produit est retiré de la vente du fait, soit de l'arrivée de la parution suivante, soit du dépassement de la durée de mise en vente prévisionnelle du produit, soit, enfin, d'un événement extérieur.

"**Décret n°88-136 du 09/02/1988**" : définit les modalités de rémunération des agents de la vente et fixe notamment le taux maximum des commissions perçues sur le prix public des parutions vendues par les agents de la vente. Ce décret a été modifié par le décret N°2005-1455 du 25/11/2005 et précisé par la loi n° 2011-01 adoptée par le CSMP.

"**Editeur**" : Client de la société MLP qui lui confie la distribution d'un ou plusieurs Produits Presse ou Hors presse sur le Territoire contractuel.

"**Export**" : s'entend de la distribution des Produits **en dehors de la métropole**.

La "**Métropole**" s'entend de la France métropolitaine ainsi que des départements et des régions d'outre-mer (ou D.R.O.M.) à l'exception des collectivités d'outre-mer.

La "**Parution**" ou "**numéro de parution**" identifie un numéro du produit dans la série chronologique qui apparaît en clair, notamment sur le cartouche du code à barres (CAB).

La "**Passe**" identifie une quantité de Produits donnée systématiquement à MLP à chaque livraison d'une parution. La passe est notamment destinée à compenser partiellement la perte pour MLP des exemplaires rendus inutilisables à la suite du transport vers leurs lieux de livraison et les différences accidentelles en moins provenant du comptage effectué par les imprimeries, transitaires.

La « **Prise en charge** » est la comptabilisation de la parution dans le système comptable MLP Elle sert de base au calcul du chiffre d'affaires et du résultat net de la parution.

Le "**Produit**" : désigne tout produit Presse ou Hors presse dont la distribution est confiée par l'Editeur à la société MLP dans le cadre du présent contrat confié. Le Produit s'identifie par des termes génériques comme Publication(s), Titre(s), Marchandise(s) ou fourniture(s) ; Il est constitué d'un ou plusieurs éléments complémentaires ou/et solidaires (autrement appelé « Produit composite », dans ce dernier cas),

Le "**Produit fourni**" est le produit qui fait l'objet d'une mise en vente immédiate après son impression et pour la première fois, par opposition au **produit "invendu"**, qui se caractérise par son exploitation antérieure sur un quelconque réseau de diffusion ou par le dépassement de sa durée de mise en vente.

Par exception, les exemplaires stockés au magasin réassort sont considérés comme invendus même pendant la durée de mise en vente de la parution.

La "**Qualification du Produit**" est le processus par lequel les caractéristiques intrinsèques du produit (contenu, présentation, périodicité...) sont analysées pour être comparées aux normes édictées par le Conseil Supérieur des Messageries de Presse, en vue de lui attribuer une qualification, et de lui appliquer les conditions et le tarif de distribution correspondants.

De convention expresse, il est convenu que la **définition du produit Presse ou Hors Presse** telle qu'elle résulte de l'accord interprofessionnel élaboré sous l'égide du Conseil Supérieur des Messageries de Presse est la Loi commune des parties. (Cf. annexe F)

Une **Parution** est **réceptionnée "conforme"** dès lors qu'elle remplit les conditions qualitatives et quantitatives requises, et notamment celles définies au **Cahier des charges** de livraison. La réception conforme permet de déclencher la distribution de la parution.

Une **Réception** est **définitive** lorsque toutes les réclamations du réseau ont été traitées. C'est la réception définitive qui sert de base à la **prise en charge**.

La quantité réceptionnée définitive est la quantité réceptionnée conforme plus ou moins les quantités réclamées par le réseau sur des paquets faux, ou sur la démarque des Produits identifiés comme à risque. Il s'agit, dans ce dernier cas, de Produits composites, présentant un risque majeur de vol sur la chaîne de distribution de par leur valeur ou leur nature.

Une **parution** est stipulée "**à règlement comptant**" dès lors que sa périodicité est égale à hebdomadaire ou bi mensuelle et dès lors que sa durée de mise en vente est inférieure ou égale à 29 jours. Dans le cas d'une durée de mise en vente supérieure ou à la demande expresse de l'Editeur, la **parution** est réputée **à règlement différé**.

Le "**Résultat net**" correspond au chiffre d'affaires diminué des différents frais liés à la distribution de la **parution** : il représente l'encaissement net éditeur pour la **parution**.

Le "**Service Editeur**" s'entend de la distribution de Produits en dehors du réseau de Distribution Presse, sur demande de l'Editeur.

"**Sociétaire (s)**": désigne(nt) les éditeurs actionnaires de la société Coopérative MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE.

Le "**solde reporté**", correspond à la part du résultat net non payé et non disponible. Il s'agit d'un solde provisoire qui peut évoluer en fonction des invendus et des frais restant à comptabiliser.

Le « **Territoire** » : désigne la France métropolitaine ainsi que les Départements et Régions d'Outre-mer à l'exception des collectivités d'outre-mer.

"**Usager (s)**" : désigne(nt) les éditeurs n'ayant pas la qualité d'actionnaire de la société Coopérative MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE.

La "**Valeur faciale**" ou "**prix de couverture France**" identifie, pour la **distribution en métropole** exclusivement, le prix de vente au public d'un exemplaire qui est obligatoirement imprimé sur chaque exemplaire du **produit**. Elle sert de base, notamment, au calcul de la commission de **MLP** et des correspondants de cette dernière et, plus généralement, à la comptabilisation des parutions.

I.2 - OBJET DU CONTRAT

Le présent **contrat** a pour objet de définir les conditions de prestations de groupage et de distribution réalisées par la société **MLP**, sur **le Territoire contractuel**, dans le réseau de Distribution Presse, des **Produits** de **l'Editeur** désignés sur une « fiche titre interne », sur la base des informations et/ou renseignements communiqués par **l'Editeur**.

La distribution des **Produits relevant de la qualification « presse » est obligatoirement confiée en exclusivité à MLP sur la métropole**, dans le réseau de Distribution Presse. L'Editeur s'interdit pour la durée du contrat de confier les Produits qui relèvent de cette qualification à tout autre distributeur sur la même zone de chalandise ainsi que, sauf accord écrit et préalable de MLP, de distribuer lui-même ses Produits sur une partie du réseau de Distribution Presse.

La distribution des Produits ne relevant pas de la qualification Presse est confiée sans exclusivité à MLP.

La distribution à l'export des Produits de l'Editeur, quelle que soit leur qualification, est confiée à MLP **sans exclusivité** et relève de conditions particulières définies au chapitre IV.

CHAPITRE II OBLIGATIONS DE MLP

II.1. - OBLIGATIONS PRINCIPALES DE MLP

Les obligations principales de MLP consistent à :

- **Assurer la garde des Produits** placés sous sa responsabilité dès réception en ses locaux **jusqu'à livraison chez ses correspondants**.
- **Acheminer par tout moyen** à sa convenance et dans les meilleurs délais, **les Produits chez ses correspondants** et dans des conditions compatibles avec les règles et usages de la profession.
- **Assurer la facturation des correspondants** ainsi que la rémunération de ces derniers dans le cadre des Lois et Décrets pris en la matière.
- **Assurer la récupération** ainsi que la mise à disposition des seuls exemplaires du produit, qui, invendus, sont restitués par ses correspondants, chaque fois que l'Editeur l'aura expressément demandé.
- **Assurer la comptabilité des parutions du titre** en centralisant et traitant les informations comptables en provenance des correspondants.
- **Effectuer les règlements à l'Editeur** afférents aux ventes des publications confiées en tenant compte des résultats de vente estimés puis définitifs, selon les modalités de paiement arrêtées ci-après.
- **Mettre à disposition de l'Editeur les informations statistiques, comptables et financières**, dont elle dispose, afférentes à l'exécution des prestations effectuées pour son compte par MLP.

II.2 - ETENDUE DES OBLIGATIONS

STATUT DE COMMISSIONNAIRE

Les parties conviennent que la société MLP agit en qualité de commissionnaire de l'Editeur, conformément à l'article L.132-1 du Code de Commerce. MLP agit en son nom propre pour le compte de l'Editeur qui revêt donc la qualité de commettant vis-à-vis de MLP.

En contrepartie des prestations assurées par MLP en qualité de commissionnaire, dans les conditions définies aux présentes, MLP perçoit une rémunération sous forme de commission, telle que définie dans le catalogue des tarifs partie 4. La facturation émise dans ce cadre par MLP lui est propre et définitivement acquise quand bien même les produits restent la propriété de l'Editeur. L'Editeur, par décision du Conseil d'Administration, octroie expressément le droit à MLP de céder, en son nom et pour le compte de l'Editeur, les créances nées dans le cadre de la présente relation contractuelle.

En conséquence, et durant l'opération de cession, l'Editeur renonce expressément à se prévaloir de ses droits, de toute action qui directement ou indirectement pourrait affecter les droits du cessionnaire, et décharge le cessionnaire de toute responsabilité de quelque origine et pour quelque motif que ce soit au titre de ses relations avec la société MLP.

CONVENTION DUCROIRE

Dans ses relations avec les tiers ou les Correspondants, MLP assurera en qualité de commissionnaire du croire le recouvrement de ses factures relatives à la distribution en France métropolitaine restées impayées par ses correspondants ou tiers contractants, et supportera seule le risque de non – paiement quelle qu'en soit la cause.

OBLIGATION DE MOYENS

Les parties conviennent que la société MLP sera tenue à une obligation de moyens à l'égard de l'Editeur, pour les prestations et obligations décrites aux présentes dispositions du Contrat. Le terme « obligation de moyens » est compris comme l'obligation pour MLP de mettre en œuvre les moyens appropriés pour réaliser au mieux les prestations de distribution et de groupage confiées par l'Editeur. Il appartiendra à l'Editeur de démontrer que MLP a failli à cette obligation pour engager sa responsabilité.

La distribution en Métropole s'effectuera uniquement par les correspondants avec lesquels MLP se réserve, pour l'exécution de ses obligations, le droit de contracter, à savoir tout Dépositaire, Distributeur, Prestataire, Gestionnaire de point de ventes et Transporteur de son choix. Il est également expressément entendu entre les parties qu'il n'entre pas dans les obligations de MLP, de vendre les Produits de l'Editeur, ceux-ci demeurant par ailleurs la propriété de ce dernier jusqu'à leur acquisition par le consommateur final.

II.3 - PRISE EN CHARGE

II.3.1 - Détermination de la prise en charge (fournis)

La distribution d'un produit par MLP se définit par la prise en charge du produit. La prise en charge se caractérise par sa date, sa quantité et son montant.

La date de prise en charge est égale à la date de mise en vente de la parution du produit.

MLP se réserve la faculté de différer la prise en charge et la facturation, jusqu'à mise en conformité de la **parution**, sous la responsabilité de l'**Editeur**.

La **quantité prise en charge** correspond au nombre d'exemplaires de la **parution réceptionnés définitifs** diminué des exemplaires affectés en **passé**, en **service Editeurs** et des exemplaires prélevés par les douanes.

Le **montant** résulte de la multiplication de la quantité **prise en charge** par le prix public de vente: **valeur faciale** pour la métropole ou prix de vente local converti en euros pour les **Produits à l'export**.

II.3.2 - Passe

La **passé** est calculée dans les conditions définies à l'Annexe A du **contrat**.

La déduction des exemplaires affectés en **passé** pour déterminer la quantité **prise en charge**, ne pourra, en aucun cas, compenser les différences en moins constatées lors de la livraison. La **passé** n'est pas prise en considération ni dans le nombre d'exemplaires invendus qui sont décomptés à l'**Editeur** ni dans le nombre d'exemplaires destinés au réassort.

II.3.3 - Cas particulier : produit presse dont le taux de vente est bas

Dès lors que l'éditeur est enclin à devenir débiteur en raison d'un taux de vente sur le secteur métropole (hors DROM) inférieur à 10 % sur deux parutions consécutives, ou en raison d'une estimation en cours de vente du taux de vente inférieur à 5 % basée sur les remontées de caisse, MLP se réserve le droit de suspendre la prise en charge de la parution suivante ou de demander une garantie égale au montant du débit estimé de la dite parution et au montant du débit estimé de la parution suivante sur la base du même taux de vente estimé.

II.4 - OUVERTURES DE COMPTES

Pour chaque **parution**, il est ouvert en les livres de **MLP** un compte spécifique subdivisé en activités **France Métropolitaine, D.R.O.M. et Export**, dans lequel sont comptabilisées toutes les opérations y afférentes. Le compte rendu de ces diverses opérations est mis à disposition de l'**Editeur** sur le portail MLP mensuellement sous la forme de Compte Rendu de Distribution (C.R.D.), outre divers documents et reporting de gestion tels que présentés dans le "guide d'utilisation CECOFI".

II.5 - INVENDUS

II.5.1 - Relève et récupération

Les modalités de **relève** du **produit** en **Métropole hors D.R.O.M.** sont effectuées conformément aux accords interprofessionnels, aux usages en vigueur dans la Profession et aux dispositions prévues dans l'Annexe C du présent contrat.

L'Editeur charge **MLP** de procéder à la destruction de ces derniers. **MLP** justifiera par tout moyen des opérations de destruction sur demande expresse de **L'Editeur**.

En cas de changement décidé par **L'Editeur** quant au statut des Produits invendus, ce dernier donnera par écrit toutes instructions afférentes, dans les conditions précisées dans le Cahier des consignes permanentes et du Cahier des charges en annexe aux présentes.

Seules les dernières instructions données par écrit auront valeur entre les parties.

Dans l'hypothèse où **L'Editeur** décide par convention spéciale de **récupérer** tout ou partie des invendus, il est convenu expressément qu'il ne pourra s'agir que des seuls **Produits invendus restitués par les correspondants**. **L'Editeur** renonce par avance à revendiquer les invendus physiques sur la base de ceux déclarés comptablement par les correspondants.

Par ailleurs, **L'Editeur** ne pourra pas engager la responsabilité de **MLP** ni des intervenants à la distribution, dans le cas où l'invendu serait détérioré ou serait restitué « incomplet » s'il s'agit d'un produit composite.

Le tarif des frais de récupération des invendus figure dans le Catalogue des tarifs annexé au présent contrat.

Concernant le stockage des invendus, l'éditeur a la charge et la responsabilité de le suivre et le gérer à tout moment, par le biais du Portail MLP.

Dans le cas où le compte de l'éditeur présenterait un solde comptable insuffisant pour couvrir les frais afférents au stockage d'invendus, MLP se réserve le droit d'en informer l'Editeur par courrier recommandé avec avis de réception. A compter de la date de réception du courrier recommandé par l'Editeur, ce dernier aura un délai de trente (30) jours pour récupérer son stockage d'invendus. A l'issue de ce délai et en l'absence de sortie du stockage, le transfert de propriété desdits Produits invendus stockés interviendra au profit de MLP, ce que l'Editeur accepte expressément.

II.5.2 - Principe de comptabilisation

De **convention expresse**, conformément aux usages de la Profession, aux décisions prises par l'Assemblée Générale et du Conseil d'Administration, les parties conviennent que la détermination des **résultats de vente de chaque parution de chaque produit**, notamment nécessaire au calcul des versements, s'effectuera **sur la base du principe de décompte des invendus** comptablement déclarés par les correspondants de **MLP** et non sur la base des invendus physiquement restitués ou détruits.

MLP s'engage à ce que les invendus déduits à **L'Editeur** soient l'exacte contrepartie du nombre d'exemplaires invendus déclarés par ses correspondants, augmenté du restant comptable en magasin.

MLP ne saurait en aucune manière être tenue pour responsable d'une distorsion entre les invendus physiquement récupérés et les invendus comptablement déclarés par les correspondants. Son rôle se limite à recueillir et comptabiliser fidèlement les déclarations des correspondants.

L'Editeur reconnaît expressément que les déclarations de Produits invendus présentées par **MLP** devront être l'exact reflet de celles effectuées par ses correspondants et qu'elles seules servent de base à la détermination des résultats de vente des **Produits** et des règlements y afférents.

L'Editeur est invité à cet égard à signaler sans délai toute anomalie ou difficulté éventuelle qui pourrait se présenter.

II.6 - REMUNERATION DES PRESTATIONS DE SERVICE MLP

II.6.1 - Frais de distribution

Les **conditions de facturation** sont déterminées sur la base de la **qualification et des caractéristiques du produit** et selon des barèmes ou tarifs en vigueur au moment de la prise en charge.
Les règles de détermination du code volume sont précisées en annexe.

La rémunération de la prestation de **MLP** est calculée selon les modalités précisées dans les barèmes ou tarifs de base annexés au présent contrat.

Les prestations hors **contrat** feront l'objet d'une facturation distincte et seront facturés à **l'Editeur** sur la base d'un devis spécifique.

II.6.2 - Frais de dossier

L'Editeur acquittera à **MLP** une participation forfaitaire pour frais de dossier dont le montant est précisé dans le Catalogue des Frais Annexes, joint au présent contrat. Cette participation, soumise à T.V.A., est définitivement acquise à **MLP**, mais n'est due que pour le seul premier produit confié par **l'Editeur**. Elle sera imputée directement par **MLP** sur le premier règlement de **l'Editeur**.

II.7 - VERSEMENTS EFFECTUES A L'EDITEUR

Le versement des sommes revenant à **l'Editeur** s'effectue suivant quatre phases qui tiennent compte chacune du degré de connaissance que peut avoir **MLP** à ce moment là des résultats de vente de chaque parution, à savoir :

- acompte,
- le règlement,
- les ajustements,
- l'arrêté des comptes.

Les modalités de calcul et les dates des versements sont détaillées à l'annexe E.

L'estimation du taux de vente nécessaire notamment à la détermination des acomptes et règlements, s'effectue à partir des données comptables; les chiffres communiqués à partir de la base de données n'ont qu'un caractère statistique.

Jusqu'à l'arrêté des comptes, une provision comptable pour **invendus** "à comptabiliser" est constituée, destinée à compenser le montant des invendus non encore déclarés par les **correspondants** de **MLP**. La provision pour invendus "à comptabiliser" est égale au total des **invendus** estimés compte tenu de l'historique des ventes, diminué des invendus déjà comptabilisés.

Une provision pour frais divers est également constituée afin de tenir compte des frais divers à venir et non encore comptabilisés.

Les différents versements sont effectués par virement interbancaire ou par billet à ordre, en euro.

II.8 - EXONERATION DE RESPONSABILITE

La responsabilité de **MLP** ne saurait être engagée lorsqu'elle suspendra l'exécution de ses obligations pour des motifs constitutifs de la force majeure au sens de l'article 1148 du Code Civil.

De convention expresse entre les parties soussignées, seront notamment considérés comme constitutifs de cas de force majeure :

- Tout cas de grève, notamment des transporteurs, des **correspondants** chargés d'opérer les services de livraison ou du personnel de **MLP** ou de ses sous-traitants, ainsi que toutes circonstances, événements ou empêchements, quelle qu'en soit la cause et la nature, telles par exemple, les manifestations ou événements climatiques, entraînant un blocage temporaire des voies de transport et/ou une immobilisation des moyens de transport.

- En cas de refus par les **correspondants** d'assurer la distribution d'un produit.

MLP s'engage à mettre en œuvre toutes mesures permettant de limiter les effets de ces événements sur la continuité du présent contrat.

En outre, la responsabilité de **MLP** ne sera pas engagée à raison des pertes ou déficits économiques supportés par **l'Editeur**, résultant notamment de la mévente des publications confiées.

II.9 - ASSURANCES

MLP répond des pertes ou avaries subies par les Produits placés sous sa garde en vue de leur distribution et de tous dommages qui trouvent leur origine dans une faute commise directement par elle.

MLP doit, en conséquence, assurer les Produits pour tous dommages subis et notamment la perte, le vol, l'incendie et le dégât des eaux.

Les **fournis** seront évalués **sur la base du prix de vente valeur faciale**, diminué de la commission de **MLP**, complétée des frais habituellement applicables à **l'Editeur** ; il sera tenu compte pour l'évaluation du préjudice des résultats de vente des trois dernières parutions.

En tout état de cause, la réparation du préjudice **ne pourra excéder 25% de la valeur faciale** cumulée des exemplaires perdus ou avariés.

Les Produits **invendus**, dont la récupération a été demandée expressément par **l'Editeur**, seront évalués au jour du sinistre :

- Au prix du vieux papier à hauteur maximum de **10% de leur valeur faciale**.
- Au prix du coût de production pour les Produits multimédia et plus Produits dans la limite maximum de 10 % de leur valeur faciale.

On entend par « coût de production », le coût d'achat des matières premières consommées pour fabriquer lesdits Produits, majoré des éventuels coûts de main d'œuvre directe et autres frais directs de fabrication justifiés.

Le coût de production indemnisé doit être calculé de la façon suivante :
(Somme totale des coûts de production / nombre d'exemplaires Produits) * nombre d'exemplaires invendus détériorés.

CHAPITRE III

OBLIGATIONS DE L'EDITEUR

III.1 - GENERALITES - DECLARATIONS

L'Editeur reconnaît qu'il a eu, préalablement à la signature des présentes, toutes les informations, tant en ce qui concerne la nature que la portée des obligations respectives des parties.

L'Editeur reconnaît qu'il lui a été remis un exemplaire des Statuts de la Coopérative MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE et qu'il a pris note des droits et des obligations attachés, le cas échéant, à sa qualité de sociétaire lorsqu'il confie à MLP la distribution d'un titre presse.

Enfin, pour une parfaite information de l'Editeur, il lui sera remis au plus tard lors de la première prise en charge de ses Produits :

- Le Cahier des charges MLP décrivant les modalités pratiques de gestion des flux de Produits ainsi que les normes de conditionnement à respecter (Annexe D).
- Le Guide d'utilisation CECOFI (mis à disposition par l'intermédiaire du portail MLP).

III.2 - OBLIGATIONS PRINCIPALES

Les obligations principales de l'Editeur consistent à :

- **Livrer à MLP des Produits** conformes à la législation française en matière de presse et de distribution de la presse. A cet effet, l'Editeur est tenu de citer les mentions légales sur chaque exemplaire d'un produit soumis au dépôt légal, et certifie leur validité lors de la prise en charge du produit par MLP. (Article 2 – Loi du 29 juillet 1881; Décret n°43-1720 du 21 juin 1943; loi n°86-897 du 1^{er} août 1986 portant réforme juridique de la presse).
- **Respecter** les termes des présentes ainsi que l'ensemble des procédures MLP (dont le cahier des charges) qui sont le gage de la bonne exécution des obligations mises à la charge de MLP et constituent le prolongement du présent contrat.
- **Informé** dans les meilleurs délais MLP de tout événement de nature à affecter le processus de distribution des Produits, ainsi que de toute modification, de quelque nature que ce soit, afférente à sa situation juridique.
- **Effectuer à MLP** le règlement du **solde reporté** débiteur éventuel résultant de l'activité réalisée.

III.3 - QUANTITE ET QUALITE DES PRODUITS

L'Editeur s'oblige à mettre à disposition de MLP un planning prévisionnel des trois prochaines parutions de chaque produit et des prix correspondants.

L'Editeur définit conjointement et préalablement avec MLP, le nombre d'exemplaires du produit à distribuer, en globalité et par correspondant, compte tenu des ventes potentielles et des caractéristiques du produit.

Dans un intérêt commun, pour éviter de désorganiser la gestion des flux de Produits et de discréditer l'organisation logistique de MLP, l'Editeur s'engage à respecter strictement les procédures décrites dans le Cahier des consignes permanentes à l'annexe C concernant les conditions de distribution des Produits par MLP.

En cas de non-respect par l'Editeur des procédures MLP (annexe C) et notamment des conditions et normes de livraison du cahier des Charges (Annexe D), MLP sera amené à décaler la distribution du produit en anomalie. MLP sera également fondée à demander à l'Editeur le remboursement des coûts et/ou frais supplémentaires (stockage, frais et/ou pénalités dues aux transporteurs...) supportés en conséquence du non-respect de ces procédures.

III.4 - TRANSPORT DES PRODUITS A MLP

L'Editeur organise librement et sous sa responsabilité exclusive, avec le transporteur de son choix, l'acheminement des Produits jusqu'aux locaux de MLP

L'Editeur s'engage à payer sans retard ses transporteurs ou toute société ou entreprise prestataire auxquels il sera fait appel pour livrer les Produits et, de manière générale, s'engage à ce que la personne qui effectue le transport soit payée.

En cas de demande de paiement à l'encontre de MLP poursuivi en qualité de destinataire par un transporteur ou toute autre société à laquelle il a été fait appel pour le transport des Produits, MLP aura la faculté de retenir sur les sommes dues à l'Editeur (et définies à l'article V. 6 du présent contrat), une somme suffisante pour payer le transporteur, ce que l'Editeur accepte expressément.

En cas de poursuites judiciaires diligentées contre MLP, l'Editeur relèvera et garantira MLP de toutes condamnations qui pourraient éventuellement être prononcées à son encontre.

L'Editeur expédie en effet la marchandise à ses frais, franco de port et de toute taxe, à destination des locaux de MLP ou à toute adresse qui serait éventuellement conjointement définie et sous l'incoterm "D.D.P¹" (Delivered Duty Paid), dès lors que la marchandise est en provenance d'un pays autre que la France.

L'Editeur sera seul responsable de toute infraction douanière susceptible d'avoir été commise dans l'accomplissement des formalités de dédouanement et supportera intégralement le coût de toute amende, indemnité transactionnelle, charge et pénalité qui serait mise à la charge de MLP en qualité de destinataire final des Produits.

Le transitaire, choisi par l'Editeur, assure la relation avec le transporteur chargé de la livraison, dans les locaux de MLP, de la marchandise, dédouanée, frais et taxes portuaires notamment dûment acquittés.

Chaque livraison de Produits devra être accompagnée d'un bon de livraison régulier, des justificatifs afférents au dédouanement et tenir compte du nombre d'exemplaires annoncé par l'Editeur conformément aux procédures décrites dans le cahier des charges en annexe D.

La marchandise voyage aux risques et périls de l'Editeur jusqu'au déchargement dans les locaux MLP. MLP a la responsabilité du déchargement en ses locaux des Produits qui lui sont confiés.

L'Editeur livre les publications convenues à l'annonce de livraison en quantité suffisante sur le ou les sites d'exploitation choisis.

A titre exceptionnel, et en accord avec MLP, l'Editeur pourra, pour de petites quantités, ne livrer qu'un seul des sites. Cette dérogation entraîne un délai de traitement supplémentaire de 24 heures que l'Editeur accepte par avance.

III.5 - FRAIS SPECIAUX D'EXPEDITION

Chaque fois que l'Editeur demandera à MLP d'utiliser un mode de transport lui occasionnant des frais supplémentaires à ceux définis ci-dessus, ces derniers seront à la charge de l'Editeur. Si le mode de transport choisi par MLP occasionne des frais supplémentaires, ces derniers sont à la charge de MLP sauf accord de l'Editeur pour les supporter.

III.6 - SOLDE COMPTABLE DEBITEUR

Si l'analyse financière du titre, effectuée à partir de l'examen du résultat des ventes fait apparaître un solde débiteur reporté et que celui-ci ne pourra pas être compensé par le résultat de la vente d'une ou de plusieurs parutions dont les résultats sont définitifs et positifs :

- L'Editeur sera tenu d'en régler le montant dans les dix (10) jours calendaires suivant la réception de l'avis de présentation de la lettre recommandée avec accusé de réception, l'invitant à effectuer ce versement ;

¹ Incoterm Chambre de Commerce Internationale 2000

- MLP sera fondée à interrompre la distribution du produit, dès constatation du solde débiteur et information à l'Editeur. Il en sera de même chaque fois que le résultat de vente du titre sera insuffisant pour couvrir les frais sur invendus et les frais divers notamment.

Le solde débiteur reporté ne pourra pas être compensé par le résultat de la vente non définitif de parutions en cours de vente.

La distribution reprendra, sans qu'il y ait eu de rupture du contrat de diffusion ni faculté pour l'Editeur de prétendre à une indemnisation quelconque, dès perception du montant du solde débiteur.

Dans le cas où le compte de l'Editeur se situerait en position débitrice avec interruption de parution, il est expressément convenu que, par ce seul fait, MLP disposera d'un droit de gage sur tous les Produits qu'elle détiendra dans ses locaux et disposera, bien entendu, de la valeur de leur vente.

III.7 - RENONCIATION A RECOURS

L'Editeur renonce à exercer une quelconque voie de recours contre MLP dès lors que le préjudice invoqué par lui trouvera son origine dans une faute ou négligence commise par un des correspondants de MLP.

L'Editeur s'oblige à agir contre le ou les présumés responsables, solidairement avec MLP. Il s'oblige, en outre, à informer préalablement MLP de toute action qu'il s'apprêterait à engager et à signaler immédiatement à cette dernière toute anomalie qu'il aurait découverte et qui aurait pu lui échapper, afin de permettre une action conjointe appropriée.

III.8 - CHANGEMENTS DANS LA PERSONNE DE L'EDITEUR

En cas de changement dans la personne de l'Editeur par suite notamment de cession, apport de société, fusion, création ou transformation de société, les nouveaux propriétaires, sociétaires, les sociétés nouvelles ou transformées seront tenues par les obligations en cours. L'Editeur s'oblige à imposer aux participants à ces accords la continuation de ses engagements avec MLP ; il en est ainsi, notamment, du règlement des éventuels soldes débiteurs résultant de la distribution du produit.

Une convention de "reprise de titre" sera ainsi systématiquement élaborée entre l'Editeur cédant, le repreneur et MLP afin d'arrêter précisément les conditions de la cession.

En outre, l'Editeur se doit d'informer MLP et dans les meilleurs délais, de tout événement entrant dans le champ d'application de la Loi n° 86-897 du 1er août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse.

III.9 - MODIFICATION DES CARACTERISTIQUES DU PRODUIT

Chaque fois que l'Editeur décidera de modifier l'une des caractéristiques essentielles d'un produit spécifiées sur la fiche titre correspondante, il devra préalablement et obligatoirement en informer MLP par écrit.

Il en sera ainsi, notamment, lors de toute modification du produit susceptible d'entraîner une modification de sa qualification.

MLP ne pourra être tenue pour responsable des éventuels préjudices subis par l'Editeur dans l'hypothèse où ce dernier ne l'aurait pas informé en temps utile d'une modification des caractéristiques essentielles du produit.

III.10 - PAIEMENT DE LA T.V.A.

Les opérations de distribution effectuées pour le compte de l'Editeur par MLP et ses correspondants (grossistes et points de vente) ne donnant pas lieu au paiement de la T.V.A., l'Editeur devra acquitter le montant de la T.V.A. sur le prix de vente au public de la totalité des exemplaires vendus, dans les conditions décrites aux articles 298 *undecies* et suivants du code Général des Impôts.

L'Editeur est seul responsable des déclarations de T.V.A. qu'il opère ainsi que du choix du taux de T.V.A. qu'il applique à son produit.

L'Editeur acquittera à MLP sur présentation des factures correspondantes, le montant de la T.V.A. afférente aux prestations annexes effectuées pour son compte. Le montant de celle-ci pourra être directement prélevé sur le compte de l'Editeur.

III.11 - REPRESENTATION FISCALE

- **L'Editeur établi hors de la Communauté Européenne** est tenu légalement de désigner un représentant fiscal, à moins qu'il en ait déjà désigné un.

L'Editeur s'engage à communiquer à MLP, les coordonnées de son représentant fiscal en FRANCE chargé d'accomplir, pour son compte, les obligations fiscales résultant notamment des dispositions en matière de T.V.A. intra-communautaire, et découlant des opérations qu'il réalise.

- **L'Editeur établi dans la Communauté Européenne** n'est plus tenu de désigner un mandataire fiscal. Il a la possibilité d'en désigner un chargé d'exécuter à sa place tout ou partie des formalités déclaratives lui incombant et d'acquitter, le cas échéant, la taxe en son nom. Le mandataire reste sous la responsabilité de l'Editeur mandant.

Dans l'hypothèse où MLP serait désignée par contrat spécifique et autonome, "représentant fiscal" de l'Editeur, la rémunération de MLP sera majorée selon les conditions exposées dans le Catalogue des Tarifs « Partie 2. Frais et Prestations annexes », afin de rémunérer cette prestation.

III.12 - GARANTIES DE L'EDITEUR

L'Editeur garantit à MLP et aux correspondants de cette dernière, que les publications ne contiennent ni ne sont accompagnées de matériel qui enfreigne ou viole la propriété ou les droits d'un tiers (Cf. art.III.2). Il garantit également que ses publications ne sont, ni diffamatoires, ni obscènes, ni indécentes ni calomnieuses ni contraires aux dispositions du nouveau Code Pénal. Dans le cas contraire, la responsabilité de MLP, agissant en qualité de distributeur, ne saurait être engagée à raison des actes précités.

L'Editeur dédommagera "euro pour euro" MLP de toute action, réclamation et préjudice subis du fait d'actions en justice engagées contre elle suite à une quelconque infraction ou à une accusation résultant du fait de l'Editeur. Il pourrait s'agir, notamment, d'actions consécutives à la contestation des droits de l'Editeur au regard des dispositions légales et réglementaires relatives à la propriété littéraire et artistique.

CHAPITRE IV

SPECIFICITES DE LA DISTRIBUTION EXPORT ET D.R.O.M.

MLP confie principalement les prestations de facturation, de recouvrement et logistiques de distribution à l'Export et dans les D.R.O.M à un prestataire extérieur. MLP assure également directement la gestion de la totalité des flux pour la Belgique et l'Espagne.

La plupart des conditions techniques de cette prestation de distribution sont fixées par ce prestataire.

L'Editeur qui décide de confier la distribution de ses Produits à l'Export et dans les D.R.O.M., en informe expressément MLP, indique la ou les destinations vers lesquelles il envisage une distribution ainsi que le prix appliqué au produit par destination concernée.

En l'absence d'instruction expresse de l'Editeur, MLP pourra proposer les marchés à prospecter ainsi que les lignes de prix à mettre en œuvre à partir du Prix de Couverture France.

MLP préconise dans l'intérêt de l'Editeur, sauf demande expresse de ce dernier, le mode de routage (surface ou air) le plus approprié compte tenu de la périodicité du produit, de sa saisonnalité et du mode de transport communément utilisé pour chaque destination concernée.

MLP informe préalablement l'Editeur de tout changement pouvant intervenir dans le mode de routage et/ ou concernant le Prix de Vente Local.

Les quantités de Produits distribués sont déterminées par les distributeurs locaux qui acceptent ou non le produit après prospection et éventuellement proposent le prix par référence aux Produits concurrents.

- **OUVERTURE DE COMPTES EXPORT ET D.R.O.M.**

Pour chaque parution, il est ouvert, en les livres de MLP, un compte spécifique subdivisé en activités France métropolitaine, D.R.O.M. et Export, dans lequel sont comptabilisées toutes les opérations afférentes.

Le compte rendu de ces diverses opérations est mis à disposition de l'Editeur mensuellement sous la forme de Compte Rendu de Distribution (C.R.D.) sur le portail MLP, outre divers documents et reporting de gestion tels que présentés dans le "Guide d'utilisation CECOPI".

- **INVENDUS PHYSIQUES**

Il est rappelé que dans le cadre de l'Export et des D.R.O.M., la récupération des Produits invendus est possible mais seulement sur certains marchés et de manière exceptionnelle, conformément à un devis. Par défaut, les invendus sont détruits localement.

- **INVENDUS COMPTABLES**

Les exemplaires invendus remontés informatiquement et comptablement après le solde comptable d'une parution (autrement appelés " trop vieux") auprès de MLP par notre prestataire extérieur seront refacturés euro pour euro à l'éditeur.

- **CONFORMITE LEGALE**

Outre le respect des dispositions de l'article III.12 du présent contrat, l'Editeur doit livrer à MLP des Produits conformes à la législation des lieux de distribution en matière de presse et de distribution de la presse.

Afin de pouvoir pénétrer certains marchés étrangers, certaines mentions légales doivent figurer sur les Produits.

- **TAUX DE COMMISSION**

Le taux de commission et le coût réseau éventuel appliqués en rémunération de la prestation de MLP sont fonction de la destination, et s'appliquent sur le prix de vente local (P.V.L.) converti en euro HT. De ce montant net sont déduits les frais de transport de MLP vers le lieu de distribution, calculés par kilogramme de produit transporté et compte tenu du mode de routage utilisé.

Les taux de commission et frais de transport sont mentionnés, à titre indicatif, dans les barèmes D.R.O.M. et les tarifs exports. Ces tarifs et barèmes peuvent être révisés à la hausse ou à la baisse périodiquement par MLP afin de tenir compte, notamment, de l'évolution du coût du transport.

En cas de changement, les modifications apportées seront indiquées à l'Editeur par tout moyen.

CHAPITRE V DISPOSITIONS COMMUNES

V.1 - DUREE ET RESILIATION

A/ EDITEURS « USAGERS »

Le présent contrat est conclu pour une durée indéterminée, à compter de la date de la première prise en charge d'un produit de l'Editeur. En conséquence, chacune des parties pourra y mettre fin, à tout moment, sans avoir à justifier sa décision. La résiliation sera faite par lettre recommandée avec accusé de réception et prendra effet à l'issue d'une période de préavis d'une durée de trois (3) mois minimum à compter de la date de la première présentation de la lettre recommandée notifiant la résiliation à l'autre Partie. Pendant la durée du préavis, les obligations et conditions du Contrat demeurent en vigueur pour chaque partie, pour le ou les Produits qui font l'objet de la résiliation. Au terme du préavis susvisé, MLP cessera la distribution du ou des produit(s) résiliés.

Ce même préavis devra être respecté dans le cas où l'une des parties souhaiterait mettre fin au contrat pour un ou plusieurs Produits, sans que pour autant soit affectée la continuité du présent contrat pour les autres Produits confiés à MLP.

A défaut de respecter le préavis par l'Editeur, MLP se réserve le droit de suspendre tous les versements exigibles au titre des Produits en cours de distribution sur le réseau jusqu'à l'arrêt de son compte.

Si l'Editeur ne confie plus de Produits à MLP pendant une période continue de dix-huit (18) mois calendaires, les parties conviennent expressément que le présent Contrat sera résilié automatiquement et ce sans notification de ladite résiliation.

B/ EDITEURS « SOCIETAIRES »

A la date de signature du Contrat, les règles professionnelles de préavis de résiliation sont fixées par la décision du C.S.M.P. du 21 février 2012 rendue exécutoire par la délibération ARDP n°2012-03 du 16 mars 2012.

« I - Tout éditeur d'un journal ou d'une publication périodique qui entend mettre fin, pour un ou plusieurs de ses titres, aux prestations de groupage et de distribution assurées par une société coopérative » comme MLP telle que « visée à l'article 4 de la loi n° 47-585 du 2 Avril 1947, doit notifier sa décision « par lettre recommandée adressée au siège social » en respectant, pour chaque titre, un délai de préavis dont la durée, fonction de la période pendant laquelle ces prestations ont été antérieurement réalisées pour ce titre par la société coopérative « MLP » du nombre annuel moyen d'exemplaires de ce titre mis en distribution au cours des trois précédentes années calendaires, est fixée comme suit :

DUREE PENDANT LAQUELLE LES PRESTATIONS DE GROUPEGE ET DE DISTRIBUTION DU TITRE ONT ETE EFFECTUEES ANTERIEUREMENT	NOMBRE ANNUEL MOYEN D'EXEMPLAIRES MIS EN DISTRIBUTION AU COURS DES 3 PRECEDENTES ANNEES CALENDAIRES		
	(a) Supérieur ou égal à 500.000	(b) Inférieur à 500.000 et supérieur ou égal à 200.000	(c) Inférieur à 200.000
Moins de 3 ans	3 mois	3 mois	3 mois
Moins de 4 ans	4 mois	4 mois	4 mois
Moins de 5 ans	5 mois	5 mois	5 mois
Moins de 6 ans	6 mois	6 mois	6 mois
Moins de 7 ans	7 mois	7 mois	
Moins de 8 ans	8 mois	8 mois	
Moins de 9 ans	9 mois	9 mois	
Moins de 15 ans	10 mois		
15 ans et au-delà	12 mois		

Il est précisé que (...) les délais de préavis définis dans la colonne (b) ci-dessus ne sont applicables que si le nombre annuel moyen total d'exemplaires mis en distribution pour l'ensemble des titres de l'Editeur, calculé sur les trois précédentes années calendaires, est inférieur ou égal à 500.000 et supérieur à 200.000 et les délais de préavis définis dans la colonne (c) ci-dessus ne sont applicables que si le nombre annuel moyen total d'exemplaires mis

en distribution pour l'ensemble de ces titres, calculé sur les trois précédentes années calendaires, est inférieur ou égal à 200.000 par an.

II - Par dérogation aux dispositions du I, le délai de préavis est de trois (3) mois pour tout éditeur qui, à la date de notification de sa décision de mettre fin aux prestations de groupage et de distribution, fait l'objet d'une procédure de sauvegarde, de redressement judiciaire ou de liquidation judiciaire. »

En conséquence, le préavis prend effet à compter de la date de première présentation de la lettre recommandée notifiant la résiliation à l'autre Partie. Pendant la durée du préavis, les obligations et conditions du Contrat demeurent en vigueur pour chaque partie, pour le ou les Produits qui font l'objet de la résiliation. A l'issue du préavis susvisé, MLP cessera la distribution du ou des produit(s) résiliés.

V 2 - OPPOSABILITE

A/ EDITEURS « USAGERS »

Les présentes conditions générales de distribution s'appliquent sans réserve à tous les Editeurs usagers confiant la distribution à MLP d'un produit dit HORS PRESSE (Hors presse, Encyclopédie, Produit Multimédia), tel que défini par le CSMP dans l'annexe F des présentes. MLP se réserve le droit de déroger à certaines clauses des Conditions Générales ou conditions tarifaires, en fonction des négociations menées avec l'Editeur, par l'établissement de conditions particulières matérialisées par un avenant au Contrat.

Le président de MLP peut amender à tout moment les dispositions du Contrat d'application, ses Annexes et/ ou Catalogues des tarifs dits Hors presse, ce que l'Editeur accepte expressément et sans réserve.

En cas de modifications susvisées, ou application de la clause d'indexation visée à l'article V.14 des présentes, MLP communique aux Editeurs, par tout moyen, les modifications apportées au Contrat et ses Annexes, ou/et Catalogues des tarifs et qu'à défaut d'opposition de leur part à ce changement, les modifications sont réputées acceptées à compter d'un délai de soixante (60) jours calendaires à compter de la décision du président.

B/ EDITEURS « SOCIETAIRES »

Les dispositions ci-dessous s'appliquent aux seuls Editeurs Sociétaires propriétaires de Produits Presse, ayant adhéré par ailleurs aux statuts de la coopérative MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE. Par cette adhésion, les Editeurs sont automatiquement liés par les dispositions du Contrat et ses annexes pour les Produits Presse confiés à MLP.

Conformément à l'article 12 de la Loi du 2 Avril 1947 et aux statuts de la coopérative MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE, toutes modifications apportées au Catalogue des tarifs de base Presse annexé aux présentes, s'imposeront à l'Editeur sociétaire dès lors que ces dernières seront décidées par l'Assemblée Générale de la coopérative MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE.

De même l'Editeur Sociétaire est lié aux modifications du présent Contrat d'application de Groupage et de Distribution apportées par le président de MLP, dans la limite de ses pouvoirs.

En cas de modifications susvisées et approuvées par le président, ou application de la clause d'indexation visée à l'article V.14 des présentes, MLP communique aux Editeurs, par tout moyen, les modifications apportées au Contrat et ses Annexes, ou/ et barèmes Presse, et qu'à défaut d'opposition de leur part à ce changement, les modifications sont réputées acceptées à compter d'un délai de soixante (60) jours calendaires à compter de la décision du président.

C/ DISPOSITIONS COMMUNES A TOUS LES EDITEURS

Dans le but d'améliorer la qualité de ses prestations et de s'adapter aux différentes mesures interprofessionnelles, légales, réglementaires imposées par le CSMP, l'ARDP afférentes à l'usage par l'Editeur du réseau de distribution presse, MLP pourra modifier automatiquement les annexes du Contrat, ce que l'Editeur accepte expressément.

V.3 - CONTESTATIONS

De convention expresse, à défaut de laquelle elles n'auraient pas contracté, les parties conviennent comme essentiel que tout document comptable émanant de MLP, sera réputé définitivement accepté, à défaut pour l'Editeur de l'avoir contesté dans le délai de trois mois à compter de sa date d'émission ou de sa mise à disposition sur le portail MLP.

V.4 - CLAUSE ATTRIBUTIVE DE COMPETENCE JURIDICTIONNELLE

Par dérogation aux dispositions des articles 48 et suivants du Code de Procédure civile, les parties conviennent que tout litige relatif à la validité, l'interprétation, l'exécution du présent contrat relèvera de la compétence du Tribunal de Commerce de Lyon.

V.5 DROIT APPLICABLE

Le présent contrat sera régi, pour son exécution et son interprétation, par le droit français.

Le présent contrat est rédigé en langue française. Il est ici précisé que pour le cas où une traduction des présentes serait effectuée, seule la version française, signée par les parties, prévaudra en cas de divergence entre les deux versions.

V.6 - COMPENSATION

La compensation légale prévue aux articles 1289 et suivants du Code Civil s'opérera de plein droit entre les différents titres et parutions de l'Editeur. Les sommes résultant des acomptes, règlements, ajustements ou arrêtés de compte seront affectées en priorité au comblement des soldes débiteurs constatés par les C.R.D. et avant tout versement à l'Editeur. La compensation s'opérera par ailleurs de plein droit entre les deux parties à l'acte.

V.7 - ELECTION DE DOMICILE

Les parties élisent domicile en leurs sièges sociaux respectifs, tels qu'ils transparaissent en préliminaire des présentes, ou, en cas de changement, à la dernière adresse notifiée par lettre recommandée avec demande d'avis de réception ou par lettre remise en mains propres contre décharge.

V.8 - CLAUSE PENALE

Il sera appliqué à tout compte débiteur durant un mois et à compter de la date de mise en demeure requérant le paiement, adressée en lettre recommandée avec demande d'avis de réception, et restée infructueuse, une pénalité égale à 10 % du montant requis.
Cette pénalité s'ajoutera de droit aux intérêts moratoires.

V.9 - INTERETS MORATOIRES

En outre, en cas de retard de paiement, les parties s'obligent respectivement au règlement des intérêts moratoires, calculés, au *pro rata temporis*, au taux d'intérêt légal majoré de quatre points, sans que les parties aient à effectuer de mise en demeure.

V.10- ACCEPTATION

Il est ici convenu et bien précisé que les stipulations des présentes seront réputées acceptées et s'appliqueront sans réserve, même en l'absence de signature par l'Editeur, dès la première prise en charge d'un produit de l'Editeur par MLP

V.11 - OBLIGATIONS DES PARTIES

Les parties s'engagent à exécuter de bonne foi les obligations qui leur incombent aux termes du présent contrat.

En outre, elles s'efforceront de régler à l'amiable autant que faire se peut, tout différend résultant de l'interprétation ou de l'exécution des présentes.

Les obligations respectives des parties, telles que définies aux présentes, s'entendent et s'appliquent de façon autonome pour chacun des Produits distribués.

V.12 - CONFIDENTIALITE

Les parties soussignées reconnaissent et conviennent du caractère strictement confidentiel de l'ensemble des informations et/ou renseignements de toute nature dont elles auraient pris connaissance à l'occasion de la négociation et de l'exécution des présentes.

Elles s'engagent à ne pas divulguer ces informations et s'engagent à prendre toutes les mesures nécessaires à l'égard de leurs employés, pour en assurer la confidentialité.

L'Editeur veillera, notamment, à ce que les codes d'accès aux services d'informations télématiques ou par Internet qui lui sont attribués soient toujours utilisés par les membres habilités de son personnel.

V.13 - RESILIATION ANTICIPEE

A / Inexécution fautive

Le présent contrat pourra être résilié par anticipation, par l'une ou l'autre des parties, en cas d'inexécution de l'une quelconque des obligations y figurant et/ou de l'une quelconque des obligations inhérentes à l'activité exercée.

Sauf stipulations du présent contrat prévoyant une résiliation immédiate lorsqu'il n'est pas possible de remédier au manquement, la résiliation anticipée interviendra un (1) mois après une mise en demeure signifiée par lettre recommandée avec demande d'avis de réception à la partie défaillante, indiquant l'intention de faire application de la présente clause, restée sans effet.

B/ Cessation d'activité

Le présent contrat pourra également être résilié par anticipation dès lors que l'Editeur n'aura livré aucun produit dont la périodicité est inférieure à semestrielle, durant les six mois qui suivent la dernière livraison faite à MLP.

V.14 - CLAUSE D'INDEXATION

Les parties conviennent expressément que les tarifs fixés pour les Frais annexes logistiques (chapitre 2 du catalogue des tarifs) et les prestations dites complémentaires (Chapitre 4 du Catalogue des tarifs) varieront en hausse comme en baisse suivant la combinaison et les fluctuations des indices suivants :

- Indice des coûts logistiques retenus par la Fédération des Entreprises de Transport et Logistique de France et publié sur le site <http://www.tl-a.net>, l'indice de référence étant celui de la moyenne annuelle calculé sur la base des derniers indices trimestriels publiés.
- Indices CNR synthétiques « Longue distance » et « Régional » relatifs aux coûts du transport routier tel que publiés par le Comité National Routier sur son site <http://www.cnr.fr> ; l'indice de référence étant celui de la moyenne annuelle calculé sur la base des derniers indices trimestriels publiés.

L'indice sera calculé suivant la formule suivante : ((moyenne annuelle indice coûts logistiques * 55%) + (Moyenne annuelle indice CNR régional * 25%) + (moyenne annuelle indice CNR longue distance * 20%))

La révision sera prise en compte et appliquée automatiquement le 1^{er} janvier de chaque année.

V.15 - ACCORDS ANTERIEURS

Les clauses et conditions prévues au présent contrat prévalent sur toutes autres clauses et conditions contenues dans toutes correspondances, accords ou écrits antérieurs à la signature du présent contrat.

Bon pour acceptation des conditions ci-dessus, des annexes visées et des barèmes ou tarifs ci-joints.

**Fait à Saint-Quentin Fallavier,
En deux exemplaires originaux,
Le «Date_envoi»**

**Pour l'Editeur
«Représ_légal»**

**Pour MLP
Jean-Marc TEBOUL**

CACHET DE L'EDITEUR

Les parties apposeront la signature de leur représentant légal respectif, ainsi que le sceau de leur société sur cette dernière page.

- ANNEXE A - Détermination de la passe**
- ANNEXE B - Règle de rappel**
- ANNEXE C - Consignes permanentes**
- ANNEXE D - Cahier des charges**
- ANNEXE E - Modalités et dates de calcul des versements**
- ANNEXE F - Définitions et application des Produits presse et hors presse**
- ANNEXE G - Mesures intercoopératives**
- ANNEXE H - Catalogue des tarifs/ barèmes**

ANNEXE A

DETERMINATION DE LA PASSE

Le nombre d'exemplaires prélevés par **MLP** est déterminé *avec un minimum de 4 exemplaires*, suivant application du barème et des formules de calcul suivantes :

Ainsi :

Quantité prise en charge \leq 1.000 exemplaires

alors **Passe** = 4

1.000 exemplaires \leq à Quantité prise en charge \leq 30 .000

alors **Passe** = $4/1000 \times Q$

30.000 exemplaires \leq à Quantité prise en charge \leq 60.000

alors **Passe** = $2/1000 \times Q + 60$

60.000 exemplaires \leq Quantité prise en charge \leq 120 000

alors **Passe** = $1/1000 \times Q + 120$

120.000 exemplaires \leq à Quantité prise en charge

alors **Passe** = $0,75/1000 \times Q + 150$

Ces formules ne sont valables que pour les prises en charge en **Métropole hors D.R.O.M.** .

En ce qui concerne les prises en charge **Export et D.R.O.M.**, la passe sera, quelle que soit la quantité, égale à quatre pour mille (4/1000).

ANNEXE B

RAPPEL DES PRODUITS EN METROPOLE (HORS D.R.O.M.)

OBLIGATION DE RAPPEL

MLP donne toutes instructions à ses correspondants aux fins de faire retirer de la vente les Produits dont la durée de mise en vente prévisionnelle est dépassée. Elle effectue les rappels en appliquant les règles issues des accords interprofessionnels ainsi que des usages de la profession.

Au cas où l'Editeur déciderait en accord avec MLP de déroger à ces règles, ponctuellement ou habituellement, il devra en informer expressément MLP par courrier ou télécopie circonstanciée.

DEFINITION

La mise en œuvre de ces règles, compte tenu de la périodicité du produit concerné, détermine la durée pendant laquelle un produit reste en vente.

Le **produit peut être rappelé** soit à échéance de sa date de mise en vente prévisionnelle, soit par rappel "forcé" suite à notification d'une décision de justice ou administrative dans le cadre notamment des dispositions visées par la Loi de 1881.

LES PRODUITS REGULIERS

Il s'agit des Produits dont la périodicité déclarée par l'Editeur lors de la prise en charge du produit est inférieure ou égale à trimestrielle ; on rencontrera donc les types de produit suivants :

- hebdomadaires,
- bimensuels,
- mensuels,
- bimestriels,
- trimestriels.

Le principe général est que la parution d'un produit est retirée de la vente dès lors que le numéro immédiatement suivant est lui-même mis en vente (facturé aux correspondants); cette règle est plus communément connue sous l'appellation "**Un numéro chasse l'autre**".

Dès lors qu'un titre ne respecte pas sa périodicité ou qu'il cesse de paraître, **MLP procède systématiquement à la relève** du **produit** selon les règles suivantes :

- pour un hebdomadaire = 7 jours
- pour un bimensuel = 15 jours
- pour un mensuel = 30 jours
- pour un bimestriel = 60 jours
- pour un trimestriel = 90 jours

Les diffuseurs disposent, pour déclarer leurs invendus, d'un délai de 35 jours pour les parutions régulières et de 63 jours pour les autres. En cas de libellé ambigu non détecté avant la date de rappel, le délai est prorogé jusqu'au solde comptable de la parution. Dans tous les cas, des modifications sont possibles jusqu'à la date de solde comptable notamment en cas de problème de transfert de fichiers informatiques non imputable au diffuseur.

LES PARUTIONS IRRÉGULIÈRES DE PRODUITS RÉGULIERS

- **Cas du numéro spécial** : il est systématiquement identifié par le **suffixe S** ; le numéro spécial d'un produit remplace un numéro de parution d'un titre régulier et provoque ainsi le rappel du numéro précédent. En revanche, le numéro de parution spéciale sera rappelé au bout de 56 jours de vente maximum.
- **Cas du numéro irrégulier** : il est systématiquement identifié par le **suffixe H**, la parution d'un produit H ne provoque pas le rappel du numéro précédent. La parution en H sera rappelée au bout de 56 jours de vente maximum.

PRODUITS A PÉRIODICITÉ SUPÉRIEURE À TRIMESTRIELLE OU IRRÉGULIERS

Il s'agit des Produits dont la périodicité déclarée par l'**Editeur** est supérieure à trimestrielle. Ce sera le cas des Produits dénommés semestriels, annuels, uniques ou totalement irréguliers.

Le rappel des parutions de ces Produits s'effectue au bout de 56 jours de vente maximum.

Ces **Produits** sont également identifiés par le **suffixe H**.

Cas des trimestriels :

Les titres à périodicité trimestrielle annoncée par l'**Editeur** seront rappelés au bout de 56 jours :

- Pour les deux premières parutions,
- Pour deux parutions, dans le cas où la périodicité trimestrielle n'aurait pas été respectée.

MODIFICATION DES RÈGLES DE RAPPEL DES PRODUITS

Les parties rappellent que les règles qui viennent d'être énoncées **sont susceptibles de modifications aux fins d'adaptation aux nouvelles conditions du marché notamment. Elles conviennent de se soumettre aux nouvelles règles de gestion qui pourraient être instaurées entre les différents partenaires professionnels de la distribution de la Presse.**

ANNEXE C

CONSIGNES PERMANENTES

Les Consignes permanentes décrivent les procédures essentielles à suivre pour assurer la qualité de la distribution des Produits par **MLP**. Elles sont suivies d'un Cahier des charges indiquant les modalités pratiques de gestion des flux de Produits ainsi que les normes de conditionnement à respecter.

Dans un intérêt commun, afin de vous assurer le maximum de fiabilité de traitement de votre titre, nous vous demandons de respecter les procédures énoncées ci-dessous.

1 - POUR TOUT NOUVEAU TITRE CONFIE A MLP

- Vous nous remettez le livret titre **MLP** dûment complété, ainsi que les pièces et/ou renseignements qui vous sont demandées. Ces informations vont notamment nous permettre de procéder à la fabrication des codes à barres indispensables à la distribution de votre produit, outre la préparation de la première répartition.
- Si vous souhaitez diffuser votre produit à l'export, vous devez nous demander d'effectuer des prospections auprès des distributeurs étrangers.

2 - LA PLANIFICATION DES PARUTIONS ET FABRICATION DES C.A.B.

La planification des parutions dépend de la périodicité de votre produit : elle permet ainsi de générer automatiquement l'envoi de vos commandes de code à barres (C.A.B.).

Votre produit doit obligatoirement comporter un C.A.B. visible et conforme au Cahier des charges défini par la norme internationale "GENCOD"*. A défaut de code à barres conforme, nous serions contraints de différer la distribution jusqu'à mise en conformité. L'absence ou l'impossibilité de lire le code à barres entraînera un pastillage du produit à vos frais et après vous avoir informé.

Il n'existe pas de création automatique de C.A.B. . Vous devez impérativement nous les commander par écrit avant la livraison de votre produit.

2.1 Si votre titre est irrégulier :

La commande de vos C.A.B. doit nous parvenir au plus tard 15 jours avant la livraison.

2.2 Si votre titre paraît régulièrement :

Nous assurons à réception de votre commande :

- La mise à disposition de votre C.A.B. numérique sur notre site Internet ;
- La fabrication et l'expédition de votre matrice.

Pour chaque parution, vous devez nous renvoyer la commande de C.A.B. en confirmant tous les éléments du Numéro de parution concerné. Dans la semaine qui suit cette confirmation, vous recevrez le C.A.B. correspondant.

**MLP vous le met à disposition sous forme numérique (coût compris dans le forfait de mise en distribution) ou sous forme de matrice (tarif figurant dans le catalogue des frais annexes).*

2.3 Mentions devant obligatoirement apparaître en couverture avec le C.A.B. :

- La lettre **L** + le numéro de **codification à 5 chiffres**,
- Le **prix** de couverture France,
- Le **numéro de parution** + le **suffixe**, N pour normal, H pour irrégulier, S pour spécial,
- **RD** (règlement différé) pour tous les titres presse dont la périodicité est supérieure ou égale au mois,
- **AL ou PP** pour les Produits **hors presse**, **PM ou PZ** pour les Produits **multimédia**,

Pour les Produits faisant l'objet de la prestation EXPORT ou D.R.O.M., les exemplaires devront comporter obligatoirement, outre le prix français, les prix pour les pays suivants : la Suisse (franc suisse), le Maroc (dirham), le Canada (dollar canadien) ainsi que pour toutes les destinations de la zone Euro, DROM et Tahiti compris (Autriche, Belgique, Allemagne, Guadeloupe, Guyane, Martinique, Réunion, St-Martin, Espagne, Finlande Grèce, Irlande, Italie, Luxembourg, Mayotte, Pays-Bas, Portugal, St-Pierre et Miquelon).

Nous vous demandons d'être particulièrement vigilants afin que les mentions appropriées apparaissent clairement sur le code à barres.

En cas d'erreur, nous ne pouvons pas vous faire parvenir une nouvelle matrice conforme. Seules des étiquettes, pour repastillage du produit, pourront vous être fournies aux conditions financières exposées dans l'Annexe F au présent contrat.

3 - LA GESTION DE LA REPARTITION

La répartition établie pour le premier numéro diffusé est susceptible d'évoluer avec les modifications de services demandées par les dépositaires ou pour répondre à vos propres besoins.

- **Vous devez donc consulter la répartition qui est en cours :**
 - 15 jours minimum avant livraison des titres non hebdomadaires,
 - 1 semaine avant livraison des titres hebdomadaires.
- **Nous pourrions alors convenir de la quantité à livrer sur chaque site MLP en plus ou en moins, pour le numéro à paraître. Cette quantité comprend :**
 - la quantité totale de la répartition en cours,
 - la quantité attribuée au magasin réassort,
 - la passe.

ANNEXE D

CAHIER DES CHARGES CONDITIONS ET NORMES DE LIVRAISON

Ces conditions et normes de livraison sont susceptibles d'être modifiées par **MLP** de manière exceptionnelle ou durable, ce dont vous seriez informés au préalable.

1/ LA MISSION DE MLP

MLP se doit d'assurer l'acheminement optimal des Produits, confiés par les éditeurs. Durant cet acheminement, les Produits devront supporter plusieurs traitements lesquels exigent un strict respect des normes de conditionnement et de livraison décrites ci-dessous.

En cas de non-respect des conditions et normes de livraison du cahier des Charges, MLP pourra se voir dans l'obligation de décaler la distribution du produit en anomalie et/ou facturer des frais supplémentaires à l'Editeur.

2/ LES PRODUITS

Les Produits devront comporter :

- Pour les Produits presse et hors presse (AL ; Para Presse, Catalogue ; Encyclopédie ; Produit Multimédia) : Leur **code à barres** en 1ère couverture ainsi qu'en clair leur **codification, prix, titre de manière non équivoque et numéro de parution**. Ce code à barres devra être lisible, que le titre soit distribué sur la métropole ou destiné à l'exportation. Ces mentions ne doivent pas être cachées par un éventuel élément complémentaire (plus produit). Tout produit doit comporter un conditionnement assez résistant pour assurer son intégralité jusqu'au diffuseur.

- On doit trouver également à l'intérieur de la publication des **mentions légales** facilement repérables.

- Dimensions maximales du Produits :

Longueur : 425 mm

Largeur : 305 mm

Hauteur : 120 mm

3/ LE CONDITIONNEMENT

A - LE CONDITIONNEMENT DES PALETTES

- **Dimension et poids de la palette**

Les dimensions correspondent impérativement aux standards européens :

- largeur = 800 mm
- longueur = 1200 mm
- hauteur maxi = 1600 mm
- poids maxi = 800 kg

La palette, type palette perdue, doit être solide et en bon état. Les palettes perdues doivent être facilement comptabilisables :

- 6 planches minimum
- claire-voie entre les planches de 5 cm maximum
- bords rasants

- **Confection de la palette**

Une seule parution par palette : même codification, même numéro, même prix, même édition.

Le montage de la palette doit être uniforme par lot réceptionné :

- le nombre de rangs et de paquets par rang est constant
- pas de vide au centre du montage

Une stabilité et solidité sont assurées par des palettes cerclées ou banderolées serrées : un film transparent doit permettre la visibilité et la transparence du contenu de la palette.

Les palettes filmées comportent une coiffe : film protecteur également transparent.

Si des palettes sont écroulées, ou risquent de s'écrouler, MLP se réserve le droit de refuser de décharger le camion.

- **Identification de la palette**

La palette est identifiée sur ses quatre faces par la codification, le numéro de parution et le libellé du titre. Elle est également suffixée lorsqu'elle comporte un numéro et un intitulé d'édition particulière. Si le produit comporte une édition particulière, l'identification est impérative, y compris sur les quatre faces de la palette.

Quantité par palette et type de palettisation :

- nombre de paquets x nombre de rangs
- paquetage
- nombre d'exemplaires

- **Bordereau de livraison**

Pour chaque titre, voire chaque édition, le bordereau de livraison doit préciser :

- le libellé du produit ;
- la codification et le numéro du produit ;
- les éditions éventuelles ;
- les coordonnées de l'imprimeur et/ou du brocheur ;
- le décompte : nombre de palettes, de paquets, d'exemplaires ;
- les différentes destinations possibles : export, réassort, etc.

Alors, le chauffeur remettra à la réception du site MLP, avec le bordereau de livraison :

- L'exemplaire témoin,
- Le certificat de dédouanement (CMR) pour les titres en provenance de l'étranger.

B - LE CONDITIONNEMENT DES PAQUETS

Il convient de préciser que tout changement de paquetage devra faire l'objet d'une information auprès du Responsable titre avant la livraison.

- **Contenu du paquet**

- Une seule parution par paquet : même codification, même numéro, même prix.
- Cas d'éditions multiples pour une même parution : une identification de chaque édition sur chaque paquet, et un seul et unique conditionnement pour une même édition.
- Un nombre constant d'exemplaires par paquet (= paquetage)
- Un paquetage multiple de 5 et inférieur à 50 exemplaires, conforme à celui annoncé

+Poids de l'exemplaire	Paquetage
ex. < 100 g.	50
100 g. < ex. < 150 g.	
150 g. < ex. < 200 g.	25
200 g. < ex. < 250 g.	20
250 g. < ex. < 350 g.	15
350 g. < ex. < 500 g.	10
500 g. < ex. < 1 kg.	5

* calculs réalisés pour limiter le poids du paquet à 5 kg maximum

Le double conditionnement est proscrit (exemple : deux paquets déjà filmés, regroupés par un lien).

- **Dimensions et poids du paquet (ou carton)**

Le poids des paquets ne devra pas excéder **12 Kg**, et les dimensions maximum sont les suivantes :

Longueur : 500 mm - Largeur : 340 mm - Hauteur : 330 mm

• Conditionnement du paquet

L'objectif est d'assurer une protection optimum des Produits, grâce à un conditionnement solide et stable. Les Produits reçus passent systématiquement un test de solidité mécanique, destiné à simuler les contraintes supportées par le paquet depuis la réception à MLP jusqu'à la livraison chez le diffuseur.

Les **paquets** devront être tous **conformes au paquetage annoncé**, ainsi que ficelés en croix **avec coiffe**, filmés ou en carton :

1) DES LIENS EN CROIX, AVEC COIFFE

- deux liens plats, soudés
- largeur du lien au minimum 5 mm
- serrage du lien ajusté au paquet
- coiffe résistante, disposée en diagonale du paquet, afin de protéger les Produits aux points de contact des liens.

2) UN FILM

Ce mode de conditionnement est accepté pour les Produits fragiles ou à valeur faciale élevée :

- une couverture maximale et totale, sur les 6 faces impérativement ;
- un film totalement rétracté sur le paquet, pour obtenir un conditionnement parfaitement ajusté ;
- un film polyéthylène transparent.

Si le film apparaît fragile, il est recommandé de le renforcer par des liens en croix.

3) UN CONDITIONNEMENT EN CARTON POUR LES PRODUITS COMPOSITES (AVEC PLUS-PRODUIT)

Ce mode de conditionnement est exigé pour des Produits composites (petits formats, publications avec plus-Produits volumineux, présentoirs...).

- identification extérieure impérative: codification de la publication + numéro de la parution + édition ;
- remplissage optimum du carton, sans vide et équilibré ;
- fermeture solide, capable de supporter le poids des Produits.

4/ CONDITIONS DE LIVRAISON

A – CONFIRMATION AVANT LA LIVRAISON

Pour chaque **produit**, l'Editeur doit nous informer par écrit, **AU PLUS TARD 3 jours ouvrés avant la livraison** auprès de MLP, des éléments de livraison suivants :

- les caractéristiques de la parution: poids, quantité devant être livrée, paquetage, conditionnement, palettisation (nombre de rang, nombre de paquet par rang...);
- les quantités exactes par plate-forme de livraison ;
- les consignes de répartition;
- toutes autres instructions ou particularités (éléments complémentaires d'un produit composite, ...);
- conditions tenant à la livraison :
 - Coordonnées de l'imprimeur, du brocheur;
 - Coordonnées du transporteur, date et heure de livraison constituant le "Rendez-vous", confirmé par MLP, au sens des dispositions de la Loi du 1er février 1995 et de l'article 32 de la L.O.T.I.
- sort des invendus: modification du statut des invendus, quantités, prestations particulières, etc;

En cas de non-respect de ce délai de prévenance ou de non-respect de la date de livraison annoncée dans ce cadre, MLP pourra prolonger la mise en distribution d'une parution de 72 heures au maximum en jours ouvrés francs, et/ou, si l'Editeur souhaite maintenir la date de mise en vente initiale, lui facturera le coût d'une prestation de traitement accéléré (cf. Catalogue des tarifs – Partie 4. II)

L'absence de prise de rendez-vous (date et heure de livraison compatibles avec celles fixées au cahier des charges) constitue une cause exonératoire de responsabilité, en cas d'immobilisation prolongée du transporteur.
--

B – HORAIRES DE LIVRAISON

↪ A St-Quentin Fallavier :

Zone d'Activités de Chesnes
55, bd de la Noirée
38070 ST QUENTIN-FALLAVIER

Du lundi au vendredi de 6 h à 16 h

↪ A Villabé :

ZAC des Brateaux
Rue des quarante-quatre arpents – Bâtiment E
91100 VILLABE

Du lundi au vendredi de 6 h 00 à 20 h 00

5/ LES INVENDUS

A - MODALITES DE RECUPERATION DES INVENDUS

Dans l'hypothèse où vous avez demandé par écrit la récupération des Produits invendus, vous devez impérativement nous préciser :

L'étendue de la récupération du produit :

- récupération totale (tri au numero ou sans tri)
- récupération d'un quota par parution

Des modalités d'enlèvement :

- enlèvement des invendus par l'**Editeur** sur un ou plusieurs sites
- expédition par **MLP** à la charge de l'**Editeur**

Des modalités de rapatriement :

Dans le cas où vous demandez la récupération totale de vos invendus à partir d'un seul site, les frais de rapatriement d'un site sur l'autre seront à votre charge selon le prix en vigueur au catalogue des tarifs. (cf. 2. Frais et Prestations Annexes).

B - PLATES-FORMES DE RECUPERATION DES INVENDUS

↪ À **Saint-Quentin-Fallavier** : **MLP**, Zone d'Activités de Chesnes
55, bd de la Noirée – 38070 Saint-Quentin-Fallavier
du lundi au vendredi de 6 h à 15 h
☎ **04.74.82.14.14**

↪ À **Saint-Barthélemy d'Anjou** : **MLP**, Zone Industrielle -2, Rue du Paon – 49124 Saint-Barthélemy d'Anjou
du lundi au vendredi de 15 h 00 à 21 h 00
☎ **02.41.27.53.00**

La société MLP doit être informée par l'éditeur 48 heures avant la récupération des invendus.

A défaut, **MLP** ne garantit ni la mise à disposition, ni le chargement.

6/ FRAIS ADMINISTRATIFS

L'absence de conformité au cahier des charges « Normes et livraison » oblige la société MLP à y remédier par la mise en œuvre de moyens logistiques et humains. Compte tenu de ces surcoûts injustifiés et engendrés par le non-respect des conditions de livraisons susvisées (livraison non conforme aux caractéristiques qualitatives et/ ou quantitatives annoncées par l'Editeur, règles de conditionnement..), MLP se réserve le droit d'appliquer à l'Editeur des frais de gestion indiqués dans le Catalogue des Tarifs – partie 4 - II.

ANNEXE E

CALCUL ET DATES DES VERSEMENTS A L'EDITEUR

1 - DETERMINATION ET PAIEMENT DES ACOMPTES (METROPOLE HORS D.R.O.M.)

Les acomptes ne concernent que le secteur Métropole (hors DROM).

Les versements des acomptes ne sont consentis qu'en cas de livraisons régulières. Pour toute parution d'un produit dont l'historique de résultat de vente est connu et si l'ensemble des comptes de l'Editeur présente un niveau de **solde créditeur reporté** suffisant, un acompte sera effectué dans les conditions qui suivent.

Les périodicités semestrielles et annuelles ne bénéficient pas d'acompte.

Les versements effectués à l'Editeur tiennent compte du type de facturation « au réseau », comptant ou différé, de la périodicité de la parution, de la durée de mise en vente et de la qualification du produit (cf. art. I.1 du contrat et annexe F).

Les échéances des règlements, décrites ci-dessous, sont valables si la parution respecte la durée de mise en vente associée à sa périodicité initiale (durée de mise en vente telle que définie par le CSMP suivant sa décision N°2013-01). Si la durée de mise en vente réelle de la parution est supérieure à la durée de mise en vente fixée par le CSMP, les échéances de règlements appliquées seront en conséquence celles d'une périodicité supérieure.

A titre d'exemple : une parution mensuelle dont la durée de mise en vente initiale est de 30 jours et qui reste en réalité 38 jours en vente sur le réseau bénéficiera des échéances de règlement d'une parution bimestrielle.

A/ PRODUITS PRESSE (cf. Définition Annexe F)

➤ **Parution à périodicité hebdomadaire :**

Pour une prise en charge entre le 1 et le 10 du mois M : Acompte payé le 25 du mois M

Pour une prise en charge entre le 11 et le 20 du mois M : Acompte payé le 5 du mois M+1

Pour une prise en charge entre le 21 et le dernier jour ouvré du mois M : Acompte payé le 15 de M+1

→ Le paiement est établi par virement ou chèque.

➤ **Parution à périodicité bimensuelle :**

Pour une prise en charge entre le 1 et le 10 du mois M : Acompte payé le 27 du mois M

Pour une prise en charge entre le 11 et le 20 du mois M : Acompte payé le 7 du mois M+1

Pour une prise en charge entre le 21 et le dernier jour ouvré du mois M : Acompte payé le 17 de M+1

→ Le paiement est établi par virement ou chèque.

➤ **Parution à périodicité mensuelle :**

Pour une prise en charge entre le 1 et le 10 du mois M : Acompte payé le 5 du mois M+1

Pour une prise en charge entre le 11 et le 20 du mois M : Acompte payé le 15 du mois M+1

Pour une prise en charge entre le 21 et le dernier jour ouvré du mois M : Acompte payé le 25 de M+1

→ Le paiement est établi par virement ou chèque.

➤ **Parution à périodicité bimestrielle :**

Pour une prise en charge entre le 1 et le 10 du mois M : Acompte payé le 27 du mois M

Pour une prise en charge entre le 11 et le 20 du mois M : Acompte payé le 7 du mois M+1

Pour une prise en charge entre le 21 et le dernier jour ouvré du mois M : Acompte payé le 17 de M+1

→ Le paiement est établi par billet à ordre à 30 jours.

➤ **Parution à périodicité trimestrielle :**

Pour une prise en charge entre le 1 et le 10 du mois M : Acompte payé le 27 du mois M

Pour une prise en charge entre le 11 et le 20 du mois M : Acompte payé le 7 du mois M+1

Pour une prise en charge entre le 21 et le dernier jour ouvré du mois M : Acompte payé le 17 de M+1

→ Le paiement est établi par billet à ordre à 60 jours.

➤ **Parution à périodicité irrégulière :**

a) Si la durée de mise en vente de la parution est inférieure ou égale à 33 jours :

Pour une prise en charge entre le 1 et le 10 du mois M : Acompte payé le 5 du mois M+1

Pour une prise en charge entre le 11 et le 20 du mois M : Acompte payé le 15 du mois M+1

Pour une prise en charge entre le 21 et le dernier jour ouvré du mois M : Acompte payé le 25 de M+1

b) Si la durée de mise en vente de la parution est strictement supérieure à 33 jours :

Pour une prise en charge entre le 1 et le 10 du mois M : Acompte payé le 27 du mois M +1

Pour une prise en charge entre le 11 et le 20 du mois M : Acompte payé le 07 du mois M+2

Pour une prise en charge entre le 21 et le dernier jour ouvré du mois M : Acompte payé le 17 de M+2

→ Le paiement est établi par virement ou chèque.

B/ PRODUITS HORS PRESSE (cf. Définition Annexe F – Décision n°2013-01 du CSMP)

➤ **Parution à périodicité hebdomadaire ou bimensuelle ou mensuelle :**

Pour une prise en charge entre le 1 et le 10 du mois M : Acompte payé le 5 du mois M+1

Pour une prise en charge entre le 11 et le 20 du mois M : Acompte payé le 15 du mois M+1

Pour une prise en charge entre le 21 et le dernier jour ouvré du mois M : Acompte payé le 25 de M+1

→ Le paiement est établi par virement ou chèque.

➤ **Parution à périodicité bimestrielle :**

Pour une prise en charge entre le 1 et le 10 du mois M : Acompte payé le 27 du mois M

Pour une prise en charge entre le 11 et le 20 du mois M : Acompte payé le 07 du mois M+1

Pour une prise en charge entre le 21 et le dernier jour ouvré du mois M : Acompte payé le 17 de M+1

→ Le paiement est établi par billet à ordre à 60 jours.

➤ **Parution à périodicité trimestrielle :**

Pour une prise en charge entre le 1 et le 10 du mois M : Acompte payé le 27 du mois M+2

Pour une prise en charge entre le 11 et le 20 du mois M : Acompte payé le 7 du mois M+3

Pour une prise en charge entre le 21 et le dernier jour ouvré du mois M : Acompte payé le 17 de M+3

→ Le paiement est établi par virement ou chèque.

➤ **Parution à périodicité irrégulière:**

Pour une prise en charge entre le 1 et le 10 du mois M : Acompte payé le 27 du mois M

Pour une prise en charge entre le 11 et le 20 du mois M : Acompte payé le 7 du mois M+1

Pour une prise en charge entre le 21 et le dernier jour ouvré du mois M : Acompte payé le 17 de M+1

→ Le paiement est établi par billet à ordre à 60 jours.

➤ **Parution à périodicité unique**

Pour un produit pris en charge entre le 1^{er} et le dernier jour ouvré du mois M : Acompte payé le 25 du mois de M+4 sous réserve de disposer des résultats de vente au moment du paiement.

→ Le paiement est établi par virement ou chèque.

C/ DETERMINATION DU MONTANT

PRODUITS PRESSE

L'acompte, est calculé en fonction du pourcentage de vente estimé, selon les modalités suivantes :

- Si le pourcentage est supérieur à 35%, l'acompte sera de 75% du **résultat net** de vente estimé de la **parution**.
- Si le pourcentage est inférieur ou égal à 35%, l'acompte sera de 65% du **résultat net** de vente estimé de la **parution**.

La différence entre le montant du **résultat net** estimé et l'acompte constitue le **solde créditeur reporté**.

PRODUITS HORS PRESSE

L' **acompte**, est calculé en fonction du pourcentage de vente estimé, selon les modalités suivantes :

- Si le pourcentage est supérieur strictement à 35%, l'acompte sera de 75% du **résultat net** de vente estimé de la **parution**.
- Si le pourcentage est compris entre 25 % et 35%, l'acompte sera de 65% du **résultat net** estimé de la **parution**.
- Si le pourcentage est inférieur strictement à 25%, l'acompte sera de 45% du **résultat net** de vente estimé de la **parution**.

La différence entre le montant du **résultat net** estimé et l'acompte constitue le **solde** créditeur **reporté**.

2 - DETERMINATION ET PAIEMENT DES REGLEMENTS

Le règlement correspond au versement à l'**Editeur** du **solde** créditeur **reporté**, de la **parution**. Il ne peut être effectué que si **MLP** a pris en charge la parution suivante et à condition que l'ensemble des comptes de l'**Editeur** présente un niveau de **solde** créditeur **reporté** suffisant.

A/ PAIEMENT DES REGLEMENTS (METROPOLE HORS DROM)

1°) PRODUIT PRESSE (cf. Définition Annexe F)

➤ **Périodicité hebdomadaire et bimensuelle**

La parution fait l'objet d'un règlement par virement le 25 du mois qui suit sa relève si la parution suivante est en vente au moment du paiement du règlement. Ce règlement interviendra au plus tôt le 25 du mois suivant la prise en charge de la parution par virement ou chèque.

➤ **Périodicité mensuelle, bimestrielle, trimestrielle, unique, semestrielle et annuelle**

La parution fait l'objet d'un règlement le 25 du mois qui suit sa relève si la parution suivante est mise en vente au moment du paiement du règlement. Ce règlement interviendra au plus tôt :

- le 25 du deuxième mois suivant la prise en charge de la parution pour les mensuels
- le 25 du troisième mois suivant la prise en charge pour les bimestriels et irréguliers
- le 25 du quatrième mois suivant la prise en charge de la parution pour les trimestriels

Les modalités de paiement sont les suivantes :

- Par billet à ordre à 30 jours pour les périodicités mensuelles (sous réserve de disposer d'un compte bancaire en France ou par virement à échéance), bimestrielles et irrégulières,
- Par billet à ordre à 45 jours pour les périodicités trimestrielles (sous réserve de disposer d'un compte bancaire en France ou par virement à échéance dans le cas contraire).

Les modalités de paiement sont les suivantes :

Par billet à ordre à 30 jours pour les périodicités mensuelles (sous réserve de disposer d'un compte bancaire en France ou par virement à échéance), et irrégulières,

Par virement pour les périodicités bimestrielles et trimestrielles.

En cas de cessation de fourniture par changement dans la société éditrice, le règlement intervient à l'arrêté des comptes.

Cas particuliers des parutions cessées (hors transferts et liquidation judiciaire) :

En cas de cessation de fourniture par arrêt de parution (le titre n'est plus distribué sur le réseau presse de la vente au numéro), et sous réserve de la présence d'au moins une autre parution presse régulière en cours de vente sur le compte de l'Editeur au moment du règlement, un règlement à hauteur de 85 % du solde reporté de la dernière parution distribuée interviendra dès connaissance de la cessation du titre et au plus tôt :

- le 25 du deuxième mois suivant la prise en charge de la parution pour les hebdomadaires et les bimensuels
- le 25 du quatrième mois suivant la prise en charge de la parution pour les mensuels et les bimestriels
- le 25 du cinquième mois suivant la prise en charge de la parution pour les trimestriels et irréguliers

Le règlement sera émis par virement ou chèque.

Le règlement définitif interviendra à l'arrêté des comptes.

2°) PRODUIT HORS PRESSE (cf. Définition Annexe F – Décision n°2013-01 du CSMP)

La parution fait l'objet d'un règlement le 25 du mois qui suit sa relève si la parution suivante est en vente au moment du paiement du règlement.

Ce règlement interviendra au plus tôt :

- le 25 du deuxième mois suivant la prise en charge pour les hebdomadaires, bi mensuels et mensuels,
- le 25 du troisième mois suivant la prise en charge pour les bimestriels,
- le 25 du quatrième mois suivant la prise en charge de la parution pour les trimestriels et irréguliers,
- Le 25 du sixième mois suivant la prise en charge pour les uniques,
- le 25 du huitième mois suivant la prise en charge pour les annuels et semestriels.

Les modalités de paiement sont les suivantes :

Par billet à ordre à 30 jours pour les périodicités hebdomadaires, bimensuelles et mensuelles et irrégulières,

- Par billet à ordre à 75 jours pour les périodicités bimestrielles et trimestrielles (sous réserve de disposer d'un compte bancaire en France ou par virement à échéance),
- Par billet à ordre à 60 jours pour les périodicités annuelles et semestrielles (sous réserve de disposer d'un compte bancaire en France ou par virement à échéance dans le cas contraire).
- Par virement pour les périodicités unique.

En cas de cessation de fourniture par arrêt de parution ou changement dans la société éditrice notamment, le règlement intervient à l'arrêt des comptes.

B/ Paiement des règlements EXPORT et DROM (hors pays export livrés en direct par MLP)

- Pour les **parutions à règlement immédiat**, le paiement interviendra au plus tôt le **25 du troisième mois** suivant le mois de prise en charge de la parution.
- Pour les **parutions à règlement différé**, le paiement interviendra au plus tôt le **25 du quatrième mois** suivant le mois de prise en charge de la parution.

C/ Paiement des règlements Pays export livrés en direct par MLP

- Pour la société **Tondeur Diffusion** : si la parution est clôturée par ce distributeur, l'échéance de règlement interviendra au plus tôt le **25 du troisième mois** suivant le mois de mise en vente de la parution.
- Pour la société **AMP** : si la parution est clôturée par ce distributeur, l'échéance de règlement interviendra au plus tôt le **25 du troisième mois** suivant le mois de mise en vente de la parution.
- Pour la société **SGEL** : si la parution est clôturée par ce distributeur, l'échéance de règlement interviendra au plus tôt le **25 du quatrième mois** suivant le mois de mise en vente de la parution.

3 - DETERMINATION ET PAIEMENT DES AJUSTEMENTS

Après échéance du règlement de la parution, en fonction de l'évolution des ventes constatée de cette parution, **MLP** procède à l'actualisation du **résultat net** ; il en résulte des ajustements sur le règlement en plus ou en moins. Ces ajustements peuvent être compensés avec les règlements d'une autre parution ou d'un autre titre de **l'Editeur**. Les ajustements peuvent intervenir jusqu'à l'arrêt des comptes de la parution.

Les modalités de paiement sont les mêmes que celles des règlements (en fonction de la qualification concernée).

4 - L'ARRETE DES COMPTES

Afin de permettre une comptabilité exhaustive des **Produits invendus** et des frais afférents, un arrêté des comptes intervient aux échéances suivantes :

- le 30 du cinquième mois comptable suivant celui du rappel définitif de la parution, pour les quantités prises en charge sur la **Métropole hors D.R.O.M.** ;
- le 30 du neuvième mois comptable suivant celui de la date effective de retrait de la vente en France Métropolitaine, pour les quantités prises en charge sur **l'Export et dans les D.R.O.M.** .

Ces modalités s'appliquent sous réserve de l'absence de stock géré. En effet, dans le cas contraire, l'arrêt de compte ne pourra intervenir que le mois suivant le déstockage définitif.

5 - L'ARRETE DES COMPTES EN CAS DE TRANSFERT DE MESSAGERIE DE PRESSE / ARRET DE DISTRIBUTION OU LIQUIDATION JUDICIAIRE

- **En cas de transfert partiel des titres de l'Editeur** pour le compte d'une messagerie autre que MLP, l'ensemble des paiements sera suspendu, pour chaque titre pris séparément, à compter du 1^{er} jour du mois de mise en vente de la dernière parution à MLP et jusqu'à l'arrêté des comptes du dernier secteur (France Métropolitaine, D.R.O.M. ou Export) de la dernière parution.
- **Dans l'hypothèse où l'Editeur interrompt ou transfère l'ensemble de la distribution de ses titres** confiés initialement à MLP, l'ensemble des paiements sera suspendu à compter du 1^{er} jour du mois de mise en vente de la dernière parution pour chaque titre à MLP jusqu'à l'arrêté des comptes du dernier secteur (France Métropolitaine, D.R.O.M. ou Export) ~~de la dernière parution~~ du portefeuille titres.

ANNEXE F

DEFINITIONS ET APPLICATION DES PRODUITS PRESSE ET HORS PRESSE

Définitions publiées en 1992 par le Conseil Supérieur des Messageries de Presse, et actualisées en Septembre 2006 et suivant décision n°2013-01 du CSMP rendue exécutoire le 30/04/2013 par l'ARDP

PRODUIT PRESSE

1°) L'accès aux conditions de distribution des Produits « presse » proposées par les sociétés coopératives de messageries de presse n'est ouvert aux journaux et publications périodiques que s'ils satisfont aux critères définis par le Conseil supérieur en 1992 et actualisés en septembre 2006, ci – après reProduits selon le texte validé dans la décision 2013-01 du CSMP :

1° « *Le produit de presse se caractérise par la régularité de sa périodicité, le rythme de parution n'étant pas inférieur à quatre fois par an. Principalement consacré à l'écrit, sous un titre défini permettant de l'identifier, il est présenté sur support papier, et son contenu est tel qu'il appelle la succession des parutions dans le temps, numéros ordinaires et spéciaux, sans que sa fin soit envisagée. Le produit de presse est vendu au public à un prix marqué. Il peut éventuellement être accompagné de suppléments, de Produits complémentaires ayant un lien avec son objet, ou de Produits échappant à la définition ci-dessus lorsque ceux-ci conservent, par rapport à la publication qu'ils accompagnent, un caractère manifestement accessoire. Toutefois l'éditeur peut adjoindre à sa publication le ou les Produits qui contribuent, avec le concours du réseau de vente, à la réussite d'une opération promotionnelle.* »

2°) La durée de mise en vente d'un produit « presse » varie en fonction de la périodicité de sa parution, selon la grille suivante :

PERIODICITE	DUREE DE MISE EN VENTE
Hebdomadaire	7 jours
Bimensuelle	15 jours
Mensuelle	30 jours
Bimestrielle	60 jours
Trimestrielle	90 jours

Toutefois, pour les titres de périodicité trimestrielle, la durée de mise en vente de 90 jours n'est acquise qu'après qu'il a été vérifié le respect effectif de cette périodicité. Pour ces titres, la durée de mise en vente des deux premières parutions est limitée à 56 jours ; De même, si par la suite cette périodicité trimestrielle n'a pas été respectée pour une parution, la durée de mise en vente des deux parutions suivantes est également limitée à 56 jours.

➤ HORS SERIES

3°) L'accès aux conditions de distribution des Produits « presse » proposées par les sociétés coopératives de messageries de presse n'est ouvert aux hors- séries des journaux et publications périodiques satisfaisant aux critères rappelés au 1° ci – dessus, que si lesdits hors-séries satisfont aux critères définis par le Conseil supérieur en 1992 et actualisés en septembre 2006, ci – après reProduits selon le texte validé dans la décision 2013-01 du CSMP :

° « *Un hors-série doit se rattacher à une publication de presse nécessairement préexistante et dont la périodicité est vérifiée. Il doit être distribué par la même coopérative que la publication à laquelle il est rattaché. Le hors-série doit paraître sous le même titre, le même logo, et dans une présentation proche de celle de la publication principale. L'indication de l'événement ou du sujet traité ayant provoqué la parution peut figurer en sous-titre. Il doit porter la mention « hors-série ».*

Le recours aux hors-séries s'exerce dans les limites suivantes, en fonction de la périodicité de la publication principale :

- *Périodicité trimestrielle : quatre hors-série par année civile*
- *Périodicité bimestrielle : six hors-série par année civile*
- *Périodicité mensuelle : douze hors-série par année civile*
- *Périodicité inférieure à mensuelle : dix-huit hors-série par année civile*

Les hors-série ne respectant pas ces conditions ne peuvent être traités aux conditions commerciales des Produits presse.

4°) La durée de mise en vente des Hors-séries ne peut excéder 56 jours.

➤ TITRES NOUVEAUX – DECISION 2013-01 DU CSMP

5°) « Si une société coopérative institue des conditions tarifaires particulières pour les titres nouveaux, le bénéfice de ces conditions particulières n'est ouvert qu'après que le titre nouveau a, conformément aux critères rappelés au 1° ci-dessus, fait la preuve de la régularité de sa périodicité. Cette régularité est réputée établie à compter de la 6^e parution, dans la série pour les titres de périodicité quotidienne, de la 5^e parution dans la série pour les titres de périodicité hebdomadaire, bimensuelle ou mensuelle et de la 4^e parution dans la série pour les titres de périodicité supérieure à mensuelle.

6°) Pour bénéficier des conditions tarifaires particulières visées au 5° ci-dessus, une publication doit être éditée sous un titre présentant un caractère de nouveauté effectif. Les « nouvelles formules » de titres existants ne peuvent être regardées comme des titres nouveaux. »

PRODUITS HORS PRESSE – DECISION N°2013-01 DU CSMP

7°) Outre les Produits « PRESSE », peuvent être distribués par les messageries de presse, dans le cadre du contrat de mandat, les Produits « Hors presse » entrant dans l'une des quatre catégories définies par le Conseil Supérieur dans les termes ci-après :

➤ 7°-a ENCycLOPEDIES

« Les encyclopédies sont des collections de référence, sur un thème intemporel, s'adressant au grand public. Composées d'éléments destinés à former un tout, les encyclopédies comprennent un fascicule doté d'un contenu substantiel tant en ce qui concerne sa matière éditoriale que son nombre de pages rédactionnelles qui ne saurait être inférieur à onze. Ce fascicule peut être accompagné d'un produit correspondant à son objet. Les encyclopédies sont diffusées exclusivement chez les marchands de journaux pour leur vente au numéro.

La périodicité des encyclopédies est régulière : elle peut être hebdomadaire ou bimensuelle, voire mensuelle, cette dernière périodicité représentant un maximum.

Une encyclopédie comporte par principe un minimum de vingt-quatre parutions successives et ce quelle que soit sa périodicité, ce nombre pouvant être réduit à douze dès lors que chaque fascicule comporte un minimum de deux cent cinquante pages rédactionnelles. »

➤ 7°-b PRODUITS MULTIMEDIA

« Le produit multimédia est caractérisé par la dématérialisation de son contenu. Son élément essentiel est constitué d'un support numérique ou magnétique (DVD, VHS, CD AUDIO, Casette audio, CD ROM, etc...). »

➤ 7° - c PRODUITS ASSIMILES LIBRAIRIE

« Est qualifié d'assimilé librairie tout produit principalement consacré à l'écrit, qui, du fait de ses caractéristiques (contenu, présentation, périodicité...), ne peut être considéré comme une parution ou un hors-série d'un titre de presse.

Entrent notamment dans cette catégorie :

1. les collections dont la régularité de la périodicité n'est pas assurée, et celles paraissant moins de quatre fois par an ;
2. les ouvrages thématiques comportant majoritairement le traitement d'un sujet et n'appelant pas de parutions successives, sauf s'ils s'inscrivent dans la catégorie des hors-série d'une publication de presse ;
3. les ouvrages s'apparentant à des guides n'appelant pas de parutions successives et comportant majoritairement l'accumulation des renseignements pratiques nécessaires à leurs utilisateurs ;
4. les catalogues ou les magazines portant d'un organisme de vente par correspondance, d'une entreprise ou d'une marque, et destinés principalement à faciliter ou à promouvoir des transactions commerciales ;
5. les ouvrages qui ont pour objet principal la recherche et le développement des transactions d'une entreprise commerciale, industrielle, bancaire ou d'autre nature, ou d'un groupe d'entreprise, ou qui sont en réalité les instruments de publicité, de promotion ou de communication. »

➤ 7°-d PRODUITS PARA PAPETERIE

« Le produit para papeterie ne relève pas des autres catégories définies par la profession : presse, assimilé librairie, multimédia, encyclopédie. Il est offert au public à un prix marqué.

Sont notamment considérés comme relevant de cette qualification les Produits évoqués ci-dessous :

1. les Produits de jeux, tels que les albums de coloriage, découpage, pliage, gommettes, loisirs créatifs etc..., qui ne recourent à l'écrit que pour une part minoritaire ou pour la définition de leur mode d'emploi ;
2. les affiches, posters – dès lors qu'ils n'accompagnent pas un contenu rédactionnel constituant majoritairement le produit vendu – les calendriers et les agendas ;

3. les vignettes et toutes cartes ainsi que les albums et autres collecteurs destinés à les recevoir, que ces éléments soient vendus ensemble ou séparément ;

4. les remises en vente de publications de presse ou de Produits « assimilés librairie », les albums et recueils d'inventaires de publications de presse ou de Produits « assimilés librairie » ;

5. les pochettes, homogènes ou non, constituées d'exemplaires de publications de presse ou de Produits « assimilés librairie » déjà mis en vente dans le réseau presse. »

8°) La durée de mise en vente des Produits « Hors presse » ne peut excéder 56 jours. Toutefois à titre exceptionnel, une durée de mise en vente supérieure peut être convenue pour certains Produits dont la nature le justifie, par accord entre l'entreprise remettante et la messagerie distributrice après avis favorable du ou des organisations professionnelles représentatives des diffuseurs de presse.

9°) Les Produits Hors presse visés au 7° ci-dessus peuvent être distribués par les messageries de presse aux agents de la vente dans le cadre des contrats de mandat. Néanmoins l'accès de ces Produits à chaque point de vente est subordonné à un accord préalable du diffuseur concerné. Il peut être proposé un diffuseur de donner son accord pour la diffusion d'une gamme de Produits « hors presse » à condition que les différents Produits composant cette gamme présentent une cohérence et que le choix proposé ne soit pas de nature à compromettre ou limiter excessivement la possibilité pour le diffuseur d'opérer une sélection effective entre les Produits qu'il accepte et ceux qu'il n'accepte pas.

10°) Les messageries de presse portent à la connaissance des entreprises qui souhaitent leur confier la distribution des Produits dans le cadre des contrats de mandat, les critères de qualification rappelés dans la décision n°2013-01 du CSMP. Sous réserve des vérifications effectuées par la messagerie conformément au 11° ci-dessous, les conditions de distribution appliquées aux Produits correspondent aux qualifications effectuées par les entreprises remettantes sous leur responsabilité propre.

11°) La messagerie de presse peut à tout moment vérifier, de sa propre initiative ou à la demande de toute personne intéressée, qu'un produit dont elle assure la distribution est conforme aux critères correspondant à la catégorie de Produits sous laquelle ledit produit lui a été remis.

12°) En cas de doute sur la conformité d'un produit aux critères correspondant à la catégorie de Produits sous laquelle ce produit a été remis, toute personne intéressée peut saisir le Président du Conseil Supérieur d'une demande d'avis par lettre recommandée avec demande d'avis de réception. La demande d'avis est accompagnée de quatre exemplaires du produit en cause et de tous documents ou pièces utiles pour apprécier la qualification du produit. Une copie de la demande doit être adressée à la messagerie concernée, sauf si la demande émane de celle-ci, ainsi qu'à l'entreprise remettante, sauf si la demande émane de celle-ci.

Le président transmet la demande d'avis à un groupe technique de trois personnalités qualifiées, choisies sur une liste qu'il arrête annuellement après consultation de l'Assemblée du Conseil Supérieur. Sur proposition du groupe technique, le Président rend un avis dans la semaine suivant la réception de la demande, ce délai pouvant être porté à deux semaines si nécessaire. Si le sens de l'avis est que le produit ne correspond pas à la qualification émanant de l'entreprise remettante, le Président indique le ou les critères qui ne sont pas satisfaits au regard des définitions rappelées dans la présente décision. L'avis est notifié à la messagerie concernée, à l'entreprise remettante et, si la demande n'émanait pas de l'une d'elles, à l'auteur de celle-ci.

Si un destinataire de l'avis est en désaccord avec le sens de celui-ci, il peut entamer une procédure de règlement de différend conformément aux dispositions des articles 18-11 et 18-12 de la loi du 2 avril 1947 susvisée. Jusqu'à ce que ce différend ait fait l'objet d'un règlement amiable ou ait été tranché par une décision exécutoire, la messagerie concernée se conforme à l'avis rendu par le Président du Conseil Supérieur.

ANNEXE G

MESURES DE PLAFONNEMENT DES QUANTITES

Les mesures initialement mises en place à compter du 1er février 2006 sous l'égide du Conseil Supérieur des Messageries de Presse afin de réguler les quantités distribuées sur le territoire métropolitain hors DROM sont remplacées par les mesures suivantes :

- Décision CSMP N° 2013-04 relative à la régulation des quantités distribuées dans le réseau collectif de distribution de la presse ;
- Décision CSMP N° 2014-02 suspendant provisoirement l'application de la décision 2013-04 relative à la régulation des quantités distribuées dans le réseau collectif de distribution de la presse.

Compte-tenu de ces décisions, les mesures de régulation des quantités en vigueur reposent sur les 3 critères suivants :

A) PLAFONNEMENT DES QUANTITES FOURNIES AUX MESSAGERIES DE PRESSE (N1)

Les titres d'information politique et générale ne sont pas soumis à cette mesure de plafonnement.

Les titres* dont il est constaté que les fournitures excèdent sur plusieurs parutions successives les seuils définis par tranches par la grille de référence ci-dessous se verront appliquer au niveau de la messagerie un plafonnement des quantités fournies selon le calcul suivant:

*pour toute la suite du document : par « titre », entendre « codification »

o Grille de référence en métropole

Tranches de vente en exemplaires	Nombre maximum de fournis autorisés
moins de 2 500	0 + 5.550 fournis par ex. vendu
de 2 501 à 5 000	15 313 + 2.205 fournis par ex. vendu > 2 500 ^{ème}
de 5 001 à 10 000	22 898 + 2.380 fournis par ex. vendu > 5 000 ^{ème}
de 10 001 à 15 000	38 284 + 1.665 fournis par ex. vendu > 10 000 ^{ème}
de 15 001 à 20 000	49 000 + 1.935 fournis par ex. vendu > 15 000 ^{ème}
de 20 001 à 25 000	59 393 + 1.755 fournis par ex. vendu > 20 000 ^{ème}
de 25 001 à 30 000	69 017 + 1.746 fournis par ex. vendu > 25 000 ^{ème}
de 30 001 à 35 000	78 611 + 1.737 fournis par ex. vendu > 30 000 ^{ème}
de 35 001 à 40 000	88 176 + 1.728 fournis par ex. vendu > 35 000 ^{ème}
de 40 001 à 45 000	97 510 + 1.629 fournis par ex. vendu > 40 000 ^{ème}
de 45 001 à 50 000	106 012 + 1.431 fournis par ex. vendu > 45 000 ^{ème}
de 50 001 à 62 500	113 425 + 1.404 fournis par ex. vendu > 50 000 ^{ème}
de 62 501 à 75 000	132 574 + 1.368 fournis par ex. vendu > 62 500 ^{ème}
de 75 001 à 100 000	150 925 + 1.350 fournis par ex. vendu > 75 000 ^{ème}
de 100 001 à 175 000	187 739 + 1.410 fournis par ex. vendu > 100 000 ^{ème}
de 175 001 à 250 000	294 167 + 1.370 fournis par ex. vendu > 175 000 ^{ème}
de 250 001 à 375 000	397 081 + 1.346 fournis par ex. vendu > 250 000 ^{ème}
de 375 001 à 500 000	563 652 + 1.235 fournis par ex. vendu > 375 000 ^{ème}
de 500 001 à 750 000	715 331 + 1.128 fournis par ex. vendu > 500 000 ^{ème}
de 750 001 à 1 000 000	990 564 + 1.108 fournis par ex. vendu > 750 000 ^{ème}

o Séquences de dépassement

Les titres concernés par cette mesure devront avoir dépassé le seuil de fournis maximum par tranche de façon successive :

- 6 fois pour un hebdomadaire,
- 5 fois pour un mensuel et bimensuel,
- 3 fois pour les autres périodicités

Pour les nouveautés, cette mesure s'appliquera après un délai de carence de trois mois.

○ **Calcul des fournis maximum autorisés**

Une fois le dépassement constaté après la séquence correspondant à la périodicité du titre, une moyenne de vente est calculée sur les bases suivantes, la dernière parution N prise en compte étant celle du constat du dépassement :

- Moyenne de vente des 6 derniers numéros pour un hebdomadaire,
- Moyenne de vente des 5 derniers numéros pour un mensuel et un bimensuel,
- Moyenne de vente des 4 derniers numéros pour un bimestriel,
- Moyenne de vente des 3 derniers numéros pour un trimestriel.

Prise en compte du numéro homologue :

Si la vente du numéro homologue de l'année précédente de la parution à partir de laquelle s'appliquera la régulation (soit le numéro N + 2*) dépasse de 30 % la moyenne de vente ainsi calculée, celui-ci est considéré comme seule base du calcul de la vente de référence. L'éventuelle prise en compte du numéro homologue se fera à la demande expresse de l'Editeur. (On entend par numéro homologue la parution à la même date de l'année précédente ou la parution avec un thème rédactionnel identique et mise en vente dans la même période de calcul de la moyenne de vente que l'année précédente). En appliquant le coefficient défini par la grille à la vente du numéro homologue de l'année précédente, on obtient la quantité de fournis maximum autorisés.

**voir ci-dessous cas particulier des hebdomadaires et des bimensuels.*

○ **Mise en œuvre**

Pendant la parution N + 1, la société de messageries annoncera à l'Editeur la quantité de fournis maximum autorisés.

Si les quantités réceptionnées se révèlent supérieures aux fournis maximum autorisés, la société de messagerie devra prévenir l'Editeur. Si celui-ci n'a pas pris ses dispositions pour récupérer la part excédentaire dans les 48 heures, la société de messagerie sera autorisée à détruire l'excédent.

Cette mesure sera applicable à la parution N + 4 pour les hebdomadaires, N + 3 pour les bimensuels et N + 2 pour les autres périodicités.

○ **Durée d'application**

La limitation des fournis s'appliquera pendant un nombre de parutions déterminé selon la périodicité du titre :

- 7 parutions pour un hebdomadaire,
- 6 parutions pour un bimensuel,
- 5 parutions pour un mensuel,
- 4 parutions pour un bimestriel,
- 3 parutions pour un trimestriel.

L'Editeur s'engage à réaliser un réglage sur la base des quantités autorisées. A défaut, la société de messageries le fera réaliser et cette prestation sera facturée à l'Editeur.

Un nouveau constat sera effectué lors de la parution du deuxième numéro suivant la période de fournis maximum autorisés. Si le dépassement est à nouveau avéré, une nouvelle quantité de fournis maximum autorisés sera calculée sur les mêmes bases et la durée d'application sera doublée.

B) MISE A ZERO DE LA FOURNITURE AU POINT DE VENTE DES TITRES EXPOSES POUR LESQUELS AUCUNE VENTE N'A ETE CONSTATEE SUR UNE SUITE DE PARUTIONS DETERMINEE

Les titres d'information politique et générale ne sont pas concernés par cette mesure.

Un titre ne vendant aucun exemplaire dans un point de vente :

- 6 fois de suite pour un hebdomadaire,
- 5 fois de suite pour un bimensuel,
- 5 fois de suite pour un mensuel,
- 4 fois de suite pour un bimestriel,
- 3 fois de suite pour un trimestriel,

Verra automatiquement sa fourniture mise à zéro dans ce point de vente pour la parution N + 2, la parution N étant la dernière de la séquence observée de non vente. La constitution de la séquence se poursuit en cas de changement éventuel de société de messageries.

Les Editeurs devront être informés par la société de messagerie du nombre de points de vente mis à zéro et du service global qu'ils représentaient à la parution N.

Cette mise à zéro de la fourniture, qui sera coordonnée en central par les messageries pour son application par les dépositaires, **ne saurait intervenir dans les cas suivants** :

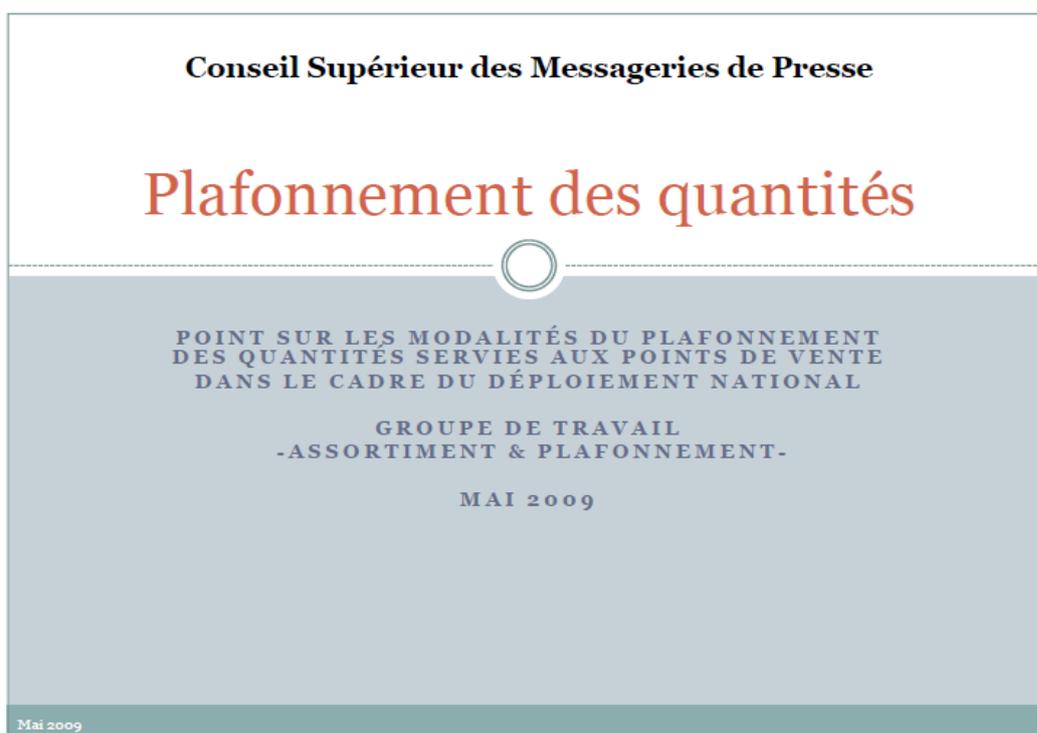
- demande expresse du diffuseur auprès de son dépositaire pour recevoir le titre,
- fermeture temporaire du point de vente,
- points de vente purement saisonniers,
- non mise en vente avérée,
- nouvelle formule avérée ⁽¹⁾ (à la demande argumentée de l'Editeur),
- dossier rédactionnel local annoncé en couverture (à la demande argumentée de l'Editeur),
- hebdomadaires d'information politique et générale tels que déterminés par le décret n° 93-37 du 17 janvier 1997.

Dans les points de vente permanents à forte activité saisonnière, la mise à zéro de la fourniture ne s'applique pas si l'historique de vente de la saison précédente fait apparaître des ventes (cette exception sera gérée avec les dépositaires).

- **Durée d'application**

Cette mise à zéro de la fourniture intervient à compter de la parution N + 2 pour une durée de trois mois pour les hebdomadaires et bimensuels, de quatre mois pour les mensuels et de six mois pour les autres périodicités (bimestriels, trimestriels). Si, lors du retour du titre dans le point de vente, il est à nouveau constaté les séquences de non vente précisées ci-dessus, la mise à zéro de la fourniture s'effectuera pour une durée identique à la première fois.

C) PLAFONNEMENT DES QUANTITES FOURNIES AU POINT DE VENTE (CF.TEXTES DE REFERENCES DU CSMP)



La méthode

- Périimètre : les titres réguliers (publications), hors titres d'information générale et politique, y compris titres « AL » et « PP » de périodicité régulière.
- Les principes :
 - Définition pour chaque parution et chaque point de vente d'une fourniture maximale à ne pas dépasser.
 - Cette quantité maximale est calculée en fonction des ventes passées du titre et d'une grille de plafonnement, et ne peut être inférieure à la vente maximum constatée sur la période considérée.
 - Pour chaque titre, chaque parution, chaque point de vente, un contrôle vérifie que la quantité prévue n'excède pas la quantité maximale autorisée.
 - Le plafonnement s'applique sur la quantité prévue pour le point de vente, quelle que soit son origine : service de base, réglage éditeur, modifications du dépôt, etc. sauf cas de « déplafonnement » autorisé (voir plus loin)...
 - Seules les quantités autorisées sont livrées dans vos points de vente, les quantités excédentaires sont retenues au dépôt (ou le cas échéant la plate-forme MLP).

Mai 2009

4

La grille

La grille généralisée sera celle actuellement en service dans les dépôts test. D'autres grilles pourront être testées sur un ou quelques dépôts.

Tranche de vente		Plafond
de	à	
0	0	0
0	0,75	2
0,75	1	3
1	1,5	4
1,5	2	5
2	3	7
3	3,5	9
3,5	4	9
4	5	12
5	6	14
6	7	16
7	20	56%
20	99999	45%

Exemple

Parution	vente
11	5
12	4
13	6
14	3
15	5
moyenne	4.6
plafond	12 ex

Remarque : Dans le cas de déclinaison ponctuelle (ex : un titre accompagné une fois sur deux d'un DVD), le plafond doit être calculé sur la somme des ventes de toutes les déclinaisons.

Mai 2009

6

Les parutions prises en référence

- Nombre de parutions prises en compte pour la vente de référence :
 - Hebdomadaire : moyenne des 6 derniers numéros
 - Bimensuel : moyenne des 5 derniers numéros
 - Mensuel : moyenne des 5 derniers numéros
 - Bimestriel : moyenne des 4 derniers numéros
 - Trimestriel : moyenne des 3 derniers numéros

Les parutions du 20 juin au 25 août sont exclues.

- Parution sur laquelle s'applique le plafonnement (P étant la dernière parution prise en compte dans le calcul) :
 - Parution P+3 pour les hebdomadaires et les bimensuels.
 - Parution P+2 pour toutes les autres périodicités.

Mai 2009

8

Les cas de déplafonnement

- Déplafonnement sur l'ensemble du réseau :
 - Les titres d'information générale et politique.
 - Les nouveautés et nouvelles formules.
 - ✦ Les parutions ne sont pas plafonnées pendant les six premiers mois.
 - Les parutions pour lesquelles la parution « homologue » a réalisé des ventes de 30% supérieure aux dernières parutions.
 - ✦ La parution homologue est déclarée par l'éditeur.
 - Les parutions qui font l'objet d'une publicité sur une télévision nationale (chaînes hertziennes) ou une radio nationale.
 - Les parutions pour lesquelles l'UNDP accepte une dérogation.

Mai 2009

9

Les cas de déplafonnement

- Déplafonnement sur une partie du réseau :
 - Tout point de vente qui en fait la demande :
 1. Pour l'ensemble des produits ou certains produits particuliers
 - Pour toutes les parutions, les points de vente que les dépôts décident d'exclure du plafonnement
 1. Points de vente à très forte variation saisonnière, créations, modernisations, ..
 - Les parutions qui adhèrent à un dispositif de promotion et d'affichage (minimum deux 30X40) mis en œuvre sur les points de vente presse par les messageries, les sociétés prestataires de services, les enseignes et autres.
 1. Le déplafonnement porte sur les points de vente concernés par la promotion / l'affichage.
 - Les promotions organisées localement par les éditeurs et les dépôts.
 1. Le déplafonnement concerne tous les diffuseurs des dépôts concernés. Ce sont les dépôts qui procèdent à sa mise en œuvre, via une procédure très simple dans P2000.
 2. Les éditeurs doivent transmettre les demandes aux dépôts.
 3. Le dépôt peut décider de lui-même le déplafonnement s'il a connaissance d'un événementiel particulier.
 - Les points de vente pour lesquels la dernière vente du titre sur la période de référence est en rupture.
 1. Le déplafonnement ne porte que sur le point de vente.

Mai 2009

10

Cas des déclinaisons ponctuelles : Modalité transitoire

- Rappel de la règle retenue : dans le cas de déclinaison ponctuelle (ex : un titre accompagné une fois sur deux d'un DVD), le plafond doit être calculé sur la somme des ventes de toutes les déclinaisons.
- A court terme, cet automatisme n'est pas gérable via Presse 2000. Il pourra l'être lors de la mise en place de la version 1 de Syprès (septembre).
- Conséquence : à court terme, les parutions qui comprennent dans leur historique une déclinaison ponctuelle ne seront pas plafonnées.
- La demande sera faite par l'éditeur à la messagerie qui déplafonnera automatiquement l'ensemble des dépôts.
- Un message apparaîtra sur le BL.

Mai 2009

11

ANNEXE H

CATALOGUE DES TARIFS

SOCIETAIRE

Version au 1^{er} octobre 2017

1. TARIFS EXPORT AU 1^{er}/10/2017

A - TARIFS ET CONDITIONS DE TRAITEMENT POUR LA BELGIQUE

- Distribution sur la Belgique : l'Editeur peut confier la distribution de ses produits soit à la société AMP soit à la société Tondeur Diffusion. L'Editeur notifiera par courrier à MLP son choix en précisant titre par titre et devra, en cas de changement de distributeur, respecter également un préavis de six (6) mois auprès de son présent distributeur.
- L'Editeur confie en exclusivité la distribution pour un titre sur le territoire belge au distributeur préalablement sélectionné.
- Les expéditions vers la Belgique sont réalisées par MLP du lundi au vendredi.
- Les mises en ventes ont lieu dans les 72 heures suivant la livraison locale pour AMP (hors week end et jours fériés) et chaque vendredi pour Tondeur Diffusion pour les parutions réceptionnées en Belgique avant le mardi matin.
- Frais à la parution : Un frais administratif « MLP » est fixé à 45€ par parution. Ces frais sont majorés de 15€ si le nombre d'exemplaires fournis sont inférieurs à 800 exemplaires. Ce frais n'est facturé qu'une seule fois pour l'ensemble des expéditions export gérées par MLP et n'est donc pas cumulable.

- La société TONDEUR DIFFUSION permet d'optimiser la rentabilité des titres en effectuant la remise en vente d'invendus de certaines parutions. Le choix des parutions concernées est à la discrétion du distributeur, notamment le contenu doit être intemporel. Pour la mise en œuvre de cette prestation, les invendus sont alors conservés pour une remise en vente ultérieure sur le marché belge.
Le coût de récupération et de tri des invendus susmentionnés ne sont facturés que lorsque le résultat des ventes de la remise en vente d'invendus est connu et que le chiffre d'affaires généré couvre au moins ces frais.
Les conditions tarifaires restent les mêmes que celles des mises en ventes initiales, y compris la facturation d'un frais à la parution de 50€ pour ces remises en vente.
L'éditeur pourra mettre fin à cette prestation à tout moment et sans qu'il soit nécessaire de justifier sa décision, par lettre recommandée avec accusé réception, sous réserve du respect d'un préavis raisonnable et en précisant le premier numéro de parution concerné.
Les remises en ventes d'invendus donneront lieu à des prises en charge et communications de résultats de vente au même titre que les mises en ventes initiales.
L'éditeur devra donc indiquer à MLP s'il souhaite que Tondeur Diffusion puisse activer cette possibilité. En l'absence de réponse de la part de l'éditeur, MLP considèrera que l'éditeur refuse cette option.

1) TARIFS POUR LA DISTRIBUTION VIA TONDEUR DIFFUSION

La rémunération de la prestation MLP se décompose de la façon suivante :

1.1 Le tarif de base

- Un frais à la parution de 50€ pour le distributeur belge, qui vient s'ajouter aux frais à la parution fixés par MLP indiqués ci-dessus.
 - un taux de commission de base de 52%
 - une remise annuelle au titre en fonction du Chiffre d'Affaires (CA) titre atteint
 - une remise annuelle éditeur en fonction du Chiffre d'Affaires (CA) éditeur atteint

1.2 Grille des remises au titre

NIVEAU DE CA EN EURO	REMISE ANNUELLE (en points)
< 10.000	0
entre 10.000 et 50.000	0,5
entre 50.000 et 100.000	1
entre 100.000 et 1.000.000	1,5
entre 1.000.000 et 2.000.000	2
> 2.000.000	2,5

1.3 Grille des remises éditeur

NIVEAU DE CA EN EURO	REMISE ANNUELLE (en points)
entre 100.000 et 1.000.000	0,5
entre 1.000.000 et 2.000.000	1
> 2.000.000	1,5

1.4 Prix des prestations annexes

- transport vers la Belgique : 80€ par tonne transportée. Ce tarif pourra évoluer.
- frais sur invendus récupérés (sans plus produit) : 0,30€ par exemplaire
- Frais sur invendus récupérés (avec plus produit) : 0,38€ par exemplaire
- Frais de restickage : 0,12€ par exemplaire
- les autres frais Tondeur étant sur devis, ils seront refacturés à l'éditeur avec un frais de 46 € permettant de couvrir les frais administratifs.

2) TARIFS POUR LA DISTRIBUTION VIA AMP

La rémunération de la prestation MLP se décompose de la façon suivante :

- un taux de commission de base de 51%
- un frais de transport vers la Belgique de 80 € par tonne transportée. Ce tarif pourra évoluer.

Les prestations annexes d'AMP telles que les opérations de promotion, la récupération d'invendus (liste non exhaustive) feront l'objet d'un devis et d'une validation préalable de l'Editeur. Elles seront refacturées à l'éditeur majorées des frais de recouvrement export.

B - TARIFS ET CONDITIONS DE TRAITEMENT POUR L'ESPAGNE

La distribution sur le territoire espagnol continental et insulaire est réalisée par la Sociedad General Espanola de Libreria ou SGEL. L'Editeur confie en exclusivité la distribution pour un titre sur ces territoires au distributeur local.

Les expéditions vers l'Espagne sont réalisées par MLP chaque mercredi pour une livraison au plus tard le jeudi matin en fonction de l'éloignement des divers points de livraison (Gérone, Barcelone et Madrid).

La rémunération de la prestation MLP se décompose de la façon suivante :

- un taux de commission de base de 57.5%
- un frais de transport vers l'Espagne de 355€ par tonne transportée. Ce tarif pourra évoluer.

Frais à la parution : Un frais administratif « MLP » est fixé à 45€ par parution. Ces frais sont majorés de 15€ si le nombre d'exemplaires fournis sont inférieurs à 800 exemplaires. Ce frais n'est facturé qu'une seule fois pour l'ensemble des expéditions export gérées par MLP et n'est donc pas cumulable.

Les prestations annexes de la SGEL telles que les opérations de promotion, la récupération d'invendus (liste non exhaustive) feront l'objet d'un devis et d'une validation préalable de l'Editeur. Elles seront refacturées à l'éditeur majorées des frais de recouvrement export.

C - TARIFS ET CONDITIONS DE TRAITEMENT POUR LES AUTRES PAYS DISTRIBUES VIA PRESSTALIS

ZONE	DEVISE FACTURATION	CODE PAYS	PAYS	TAUX DE COMMISSION EN %	TARIF TRANSPORT A LA TONNE					
					Publications françaises subventionnées par la DGMIC ⁽¹⁾		Paquets douanes, publications non subventionnées		Paquets remise autres titres	
					MLP	AVION	SURFACE	AVION	SURFACE	AVION
AFRIQUE	CFA	284	BENIN	51	4581		7645		7783	
	CFA	236	BURKINA FASO	51	5913		9311		9449	
	CFA	302	CAMEROUN *	53	4048	1 264	6514	1 264	6652	1 402
	EUR	375	COMORES	56	14674		14674		14812	
	CFA	318	CONGO (Brazza)	51	6962	666	6962	666	7100	804
	EUR	322	CONGO (République Démocratique)	51	5522		5522		5660	
	CFA	272	COTE D'IVOIRE *	53	3 696	1 250	6123	1 250	6261	1 388
	EUR	338	DJIBOUTI	56	11457		11457		11595	
	CFA	314	GABON *	53	3976	1 227	6380	1 227	6518	1 365
	EUR	260	GUINEE	51	9586		9586		9724	
	EUR	370	MADAGASCAR *	53	3604	1 105	6132	1 105	6270	1 243
	CFA	232	MALI	51	4585		7662		7800	
	EUR	373	MAURICE (ILE) *	56	4105	580	4105	580	4243	718
	CFA	240	NIGER	51	6132		9447		9585	
	EUR	324	RWANDA	51	4004		4004		4142	
CFA	248	SENEGAL *	53	4037	1 590	4037	1 590	4175	1 728	
CFA	280	TOGO	51	4905		7382		7520		
AMERIQUE DU NORD	CAD	404	CANADA *	59	2 071	372	2071	372	2611	912
	USD	400	ETATS UNIS *	69	6162	372	6162	372	6300	510
	USD	452	HAITI	65	5 339		5339		5477	
	EUR	456	REP. DOMINICAINE	53	6620		6620		6758	
AMERIQUE DU SUD	EUR	508	BRESIL *	60	3452	358	3452	358	3590	496
	USD	512	CHILI	59	8223		8223		8361	

⁽¹⁾ Les pays en gras bénéficient d'une subvention du Fonds d'Aide à la distribution de la presse par la Direction Générale des Médias et des Industries Culturelles (DGMIC).

* Pays sélectionnés pour bénéficier de la Boni Vente (voir le détail page suivante)

				TAUX COMMISSION EN %	TARIF TRANSPORT A LA TONNE					
					Publications françaises subventionnées par la DGMIC ⁽¹⁾		Paquets douanes, publications non subventionnés		Paquets remise autres titres	
ZONE	DEVISE FACTURATION	CODE PAYS	PAYS	MLP	AVION	SURFACE	AVION	SURFACE	AVION	SURFACE
ASIE-OCEANIE	AUD	800	AUSTRALIE *	69	7536	938	7536	938	7674	1076
	USD	696	CAMBODGE	63	4341		4341		4479	
	EUR	720	CHINE *	63	2874		2874		3012	
	EUR	728	COREE DU SUD	63	2870		2870		3008	
	EUR	740	HONG-KONG	65	4292		4292		4430	
	EUR	700	INDONESIE	63		967		967		1105
	JPY	732	JAPON *	63	2 550		2550		2688	
	EUR	706	SINGAPOUR	63	4188		4188		4326	
	EUR	736	TAIWAN	63	3356		3356		3494	
PAYS ET COLLECTIVITES D'OUTRE-MER	XPF	809	NOUVELLE CALEDONIE*	54	9 940	709	9940	709	10078	847
	XPF	822	POLYNESIE FRANCAISE *	54,8	8506	922	8506	922	8644	1 060
	EUR	408	ST PIERRE MIQUELON	47	2071	2 499	2071	2 499	2209	2 637
EUROPE FRANCOPHONE	EUR	043	ANDORRE	51		855		855		1003
	EUR	013	LUXEMBOURG *	57		206		206		334
	CHF	026	SUISSE Alémanique	56,5		181		181		319
	CHF	016	Suisse Romande Premium	56,5		176		176		314
	CHF	036	Suisse Romande Low cost	56,5		158		158		314
MAGHREB	EUR	208	ALGERIE *	53	1974	132	3918	132	4046	270
	MAD	204	MAROC *	56	1400	281	2993	281	3131	419
	TNM	212	TUNISIE *	53	1493	279	3175	279	3313	417
MOYEN- ORIENT	EUR	646	ABU DHABI	59	2060		2060		2198	
	EUR	640	BARHEIN	59	11 279		11 279		11 417	
	EUR	220	EGYPTE *	59	3440		3440		3578	
	EUR	645	DUBAI	59	2060		2060		2198	
	ILS	624	ISRAEL *	66	1594		1594		1732	
	LBP	604	LIBAN	63	2052		2052		2190	
	EUR	644	QATAR	59	6237		6237		6375	

ZONE	DEVISE FACTURATION	CODE PAYS	PAYS	MLP	TARIF TRANSPORT A LA TONNE						
					TAUX DE COMMISSION EN %	Publications françaises subventionnées par la DGMIC ⁽¹⁾		Paquets douanes, publications non subventionnés		Paquets remise autres titres	
						AVION	SURFACE	AVION	SURFACE	AVION	SURFACE
UNION EUROPEENNE	EUR	004	ALLEMAGNE *	67		507		507		645	
	EUR	038	AUTRICHE *	59	2578	1154	2578	1154	2716	1292	
	EUR	600	CHYPRE	63	34307	4560	34307	4560	34307	4698	
	DKK	008	DANEMARK	61	4745	955	4745	955	4883	1093	
	EUR	032	FINLANDE *	63	9573	678	9573	678	9711	816	
	EUR	009	GRECE *	59	2011	277	2011	277	2149	415	
	EUR	064	HONGRIE	63		2389		2389		2527	
	EUR	015	ITALIE Premium*	58	4842	385	4842	385	4980	523	
	EUR	005	ITALIE Low Cost*	58	4842	244	4842	244	4980	523	
	MTL	046	MALTE	63	5637		5637		5775		
	EUR	003	PAYS BAS *	63		711		711		849	
	EUR	060	POLOGNE *	61	7399	610	7399	610	7537	748	
	EUR	010	PORTUGAL *	57	3996	226	3996	226	4134	364	
	CSK	062	REP. TCHEQUE *	65		1167		1167		1305	
	EUR	066	ROUMANIE *	63	5846	630	5846	630	5984	768	
	GBP	006	ROYAUME UNI *	64		379		379		517	
	EUR	091	SLOVENIE *	65		810		810		948	
	EUR	063	SLOVAQUIE	65		1533		1533		1671	
SEK	030	SUEDE *	65		503		503		641		
EUROPE HORS U. E.	EUR	024	ISLANDE	61	7467		7 467		7605		
	NOK	028	NORVEGE *	63	4700		4700		4838		
	EUR	052	TURQUIE *	61	3093	813	4640	813	4778	951	

PRINCIPES DE LA BONI VENTE:

- Elle concerne tous les titres et s'applique à tous les pays marqués par un (*) dans les barèmes export.
- Elle est versée à la parution.
- Le taux de la boni vente est plafonné suivant les pays cités ci-dessous : il se déduit de la commission et s'applique sur le chiffre d'affaires des ventes en montants HT.
- Le taux est proportionnel au volume des ventes.

1 – Boni Vente Suisse

Le Taux de boni vente est plafonné à 5%, pour des ventes comprises entre 0 et 8 000 exemplaires. Au-delà de 8 000 exemplaires, le taux est de 5 %.

➡ Formule de calcul du taux = (ventes en exemplaires à la parution X 0,000625)

Exemple : pour 4000 ventes, le taux de boni vente sera de 2,5 %

2 – Boni Vente Autres pays sélectionnés

Le Taux de boni vente est plafonné à 5%, pour des ventes comprises entre 0 et 800 exemplaires. Au-delà de 800 exemplaires, le taux est de 5 %.

➡ Formule de calcul du taux = (ventes en exemplaires à la parution X 0,00625)

Exemple : pour 400 ventes, le taux de boni vente sera de 2,5 %

Important : La boni vente est la conséquence du reversement des bonis qui nous sont octroyés par PRESSTALIS-Export. Dans l'hypothèse où PRESSTALIS changerait son mode de calcul ou supprimerait ces bonis, la société MLP serait amenée à en faire de même.

FRAIS ANNEXES EXPORT

FRAIS A LA PARUTION

- 167 € si le nombre de fournis est strictement inférieur à 800 exemplaires ;
- 151 € si le nombre de fournis est supérieur ou égal à 800 exemplaires.

FRAIS DE DOSSIER POUR RECOUVREMENT des frais spécifiques hors barème engagés par les distributeurs locaux: 46 €

FRAIS DE TRANSPORT

Les parutions livrées directement à notre prestataire export ou directement chez les distributeurs export bénéficieront d'une remise de 30€ par tonne dans les pays d'Europe francophone et de 40€ par tonne pour les autres pays.

RECUPERATION DES INVENDUS EXPORT

Les invendus exports peuvent dans certains pays faire l'objet d'une récupération physique. Les frais de récupération des distributeurs locaux seront fournis sur demande et refacturés aux éditeurs via les CRD.

Les frais de transport retours feront également l'objet d'un devis devant être validé par l'éditeur au cas par cas et seront également refacturés via CRD. Selon le pays d'origine, des frais de douane pourront apparaître en complément.

FRAIS DE RECUPERATION DES INVENDUS EXPORT SUR DEMANDE DE L'ÉDITEUR

Si l'éditeur souhaite que MLP stocke ses produits, des frais de récupération seront facturés à l'éditeur :
22€ par palette

FRAIS DE STOCKAGE ET GESTION DES STOCKS ENTREE/SORTIE DES INVENDUS

Pour ces frais, il convient de se reporter au catalogue des tarifs « 2 .Frais et Prestations annexes - IV ».

FRAIS DE RAPATRIEMENT DES INVENDUS EXPORT

Il s'agit des frais concernant le retour des palettes d'invendus allant du site de F3P aux sites de St-Quentin-Fallavier et/ou St-Barthélémy d'Anjou.
Soit 27,92€ par palette.

FRAIS DE DESTRUCTION ET FRAIS DE TRI POUR LES PRODUITS MULTIMEDIAS EN SUISSE

- Frais de tri et de destruction de 0,30 CHF par exemplaire
- Frais de récupération de 0,50 CHF par exemplaire

FRAIS DE TRAITEMENT DES PAQUETS REMISE

- Frais de transport à hauteur de 96€ par tonne transportée pour tous les pays sauf les DROM 136 €.
- Frais de dossier : 47€

FRAIS DE TRAITEMENT DES AFFICHETTES

- 87€ les 1000 exemplaires traités
- Frais de dossier : 47€

2. FRAIS ET PRESTATIONS ANNEXES

I- FRAIS DE REPRESENTATION FISCALE

Dans l'hypothèse où MLP serait désignée " représentant fiscal " d'un éditeur assujetti à la TVA et établi hors de France:

- Frais de la prestation : 150€ HT par parution facturée
- Frais de dossier : 255 € HT

II – FACTURATION DES JOURS FERIES

Un coût forfaitaire de 65.000 euros (frais de structure compris) par jour férié sera facturé aux éditeurs utilisateurs.

Ce tarif est valable pour les quantités suivantes :

8 titres travaillés maximum

Pour 0 palettes expédiées maximum

Pour 1 million d'exemplaires traités maximum

III – FRAIS DE GESTION

Virement étranger UE	31,01 € HT
Virement étranger hors UE	155,10 € HT
Guide CECOFI	15,13 euros HT (1 ^{er} exemplaire gratuit)
Frais de dossier en cas de gestion par MLP de demande CPPAP	180€ HT
Frais de traitement Billet à ordre ou chèque manuel	Forfait annuel : 0 € HT (comprend un maximum de 50 BO ou chèques par an : au-delà facturation à l'unité)
Frais de traitement Billet à ordre ou chèque manuel ponctuel	15 € HT / BO ou chèque
Frais de dossier pour un produit confié à MLP	167,04 € HT
VCOM	0,125 % du montant du VCOM
Frais d'envoi de CDROM pour les documents comptables (selon périodicité d'envoi)	Envoi mensuel : 40€ HT /mois Envoi trimestriel : 80€ HT/ trimestre Envoi annuel : 250€ HT/ an
Rédition des documents comptables à la demande de l'éditeur	0,70 euros l'exemplaire + refacturation des frais postaux engagés
Frais de traitement de dossiers particuliers (Liste non exhaustive : délégation de paiement, suivi saisies, relais de trésorerie...)	150€ HT par dossier
Frais pour l'archivage des documents comptables sur CDROM	Archive 1 mois = 50 € HT Archive 3 mois = 100 € HT Archive 6 mois = 150 € HT Archive 12 mois = 250 € HT
	Montant virement < 2 500 € : frais fixe : 5,5€ par parution + commission de 0,225 % du montant du virement + taux intérêt : Euribor 3 mois + 2,7 points Montant virement 2 500 € <= virement < 5 000 € : frais fixe 6€ par parution + commission de 0,225 % du

Frais de virement immédiat en remplacement d'un billet à ordre à échéance	<p>montant du virement + taux intérêt : Euribor 3 mois + 2,7 points</p> <p>Montant virement 5 000 € <= virement < 10 000 € : frais fixe : 6,5 € par parution + commission de 0,240 % du montant du virement + taux intérêt : Euribor 3 mois + 2,7 points</p> <p>Montant virement 10 000 € <= virement < 20 000 € : frais fixe 7€ par parution + commission de 0,255 % du montant du virement + taux intérêt : Euribor 3 mois + 2,7 points</p> <p>Montant virement >= 20 000 € : frais fixe 7,5€ par parution + commission de 0,350 % du montant du virement + taux intérêt : Euribor 3 mois + 2,7 points</p> <p>Une remise de 2€ sera appliquée sur les frais fixes et de 0,1 point sur la commission pour les éditeurs ayant souscrit à l'augmentation de capital 2013</p>
---	--

IV - FRAIS ET PRESTATIONS ANNEXES LOGISTIQUES

Le "**pastillage**" est l'opération indispensable avant la distribution du produit : cela permet de coller sur chaque exemplaire d'un produit une étiquette pouvant comporter par exemple le code à barres lorsque celui imprimé sur la parution est erroné.

	TYPE DE FRAIS	QUANTITE	TARIFS HT
FLUX ALLER	Pastillage, Etiquetage, CAB	1000 Exemplaires	134,79 €
	Frais d'étiquettes	1000 Exemplaires	20,87€
	Traitement du plateau en bois sur palette	La palette	5,20€
	Re-palettisation	100 Paquets complets	20,87€
	Sortie réassort	Forfait	234,16€
	Stockage réassort de parutions antérieures	Forfait	De 1 à 80 exemplaires : Forfait de 55,80€ Dès le 81 ^e exemplaire = 50,91€/1000
	Déconditionnement	100 Paquets complets	37,10 €
	Reconditionnement	100 Paquets complets	33,08 €
	Double repastillage	1000 Exemplaires	Sur devis
	Palette > 1,60m	La palette	5,20€
	Palette > 750KG	La palette	5,20€
	Identification paquets (hors étiquetage)	100 Paquets complets	27,01€
	Tri qualité	1000 Exemplaires	113,92€
	Envoi de circulaires sans répartition	1000 Exemplaires	21,85€
	Envoi de circulaires avec répartition	1000 Exemplaires	34,40€
	Transfert hors cadre	La palette	25,62€
	Service Editeur sur papier frais	Forfait	21,50 € + frais de transport
	Conception de circulaires	1000 Exemplaires	36,62 €
Frais de stockage	La palette	10 jours calendaires avant le Plan de Travail Prévisionnel (PTP) = compris offre de base. A compter du 11 ^{ème} jour = 1,07€/ palette/ jour	

	Frais de stockage en transit/ Frais d'entrée et de sortie transit (<i>Palettes en attente d'être expédiées vers des tiers</i>)	Forfait	Forfait de 16,88€/palette dès entrée en réception + 1,07€ / Jour
FLUX RETOUR	Destruction d'invendus après tri	La palette	47,85€
	Certificat de destruction par MLP ou Prestataire	Le certificat	97€
	Regroupement de 2 palettes sur une palette	Le regroupement	8€
	Regroupement produit dans un box	Le box	168€
	Rapatriement des invendus (métropole)	La palette	27,92€
	Rapatriement des invendus (export)	La palette	27,92€
	Prélèvement d'exemplaires invendus sur palette	1000 Exemplaires	417,42€
	Prélèvement de paquets invendus sur palette	Le paquet	885,75€ pour 1000 paquets
	Récupération colis	Par tranche de 30 KG	24,90€
	Récupération invendus export	La palette	21,38€
	Tri des invendus avec diverses	La destination	21,50€
	Frais de stockage palette d'invendus	Forfait	0,38 €/ jour Frais de stockage de la palette facturés (après 7 jours calendaires de carence) dès son entrée jusqu'à sa sortie
	Conditionnement des invendus en Box	Le Box	10€
	Entrée et sortie des stocks d'invendus (divers)	La palette	5,63€
	Entrée palette en GSE	La palette	5,63€
	Recommande de CAB numérique	La matrice	10,46 €
Frais de fabrication CAB numériques	La matrice	Produits Hors presse : 30,44€ Autres produits : Inclus forfait de base de distribution	
Produits non recyclable polluants (Art. L 541-2 du code de l'environnement)	Forfait	Frais de récupération totale invendus et prestations spécifiques de tri et traitement	

3. BAREMES DES DEPARTEMENTS ET REGIONS D'OUTRE MER

A/ COUT RESEAU ET TAUX DE COMMISSION:

- Le coût réseau facturé est fixé à **41,20 % (sauf Mayotte et St Martin à 39,6%)**.
- Le taux de commission de base dans les Départements et Régions d'Outremer est fixé à **9%** des ventes valorisées.

Zone	Devise facturation	Code pays	Pays	Taux de commission en %
DROM	EURO	458	GUADELOUPE	9
		459	ST MARTIN	
		496	GUYANE FRANCAISE	
		462	MARTINIQUE	
		372	REUNION (ILE)	
		377	MAYOTTE	

B/ FRAIS DE TRANSPORT AU 01/01/2017

Zone	Devise facturation	Code pays	Pays	Tarif transport à la tonne Tous titres		Tarif transport à la tonne Paquets remises Autres titres	
				Avion	Surface	Avion	Surface
DROM	EURO	458	GUADELOUPE	3 059	934	3 197	1072
		496	GUYANE FRANCAISE	7 340	857	7 478	995
		462	MARTINIQUE	3 055	917	3 193	1055
		372	REUNION (ILE)	4 453	614	4 591	752
		377	MAYOTTE	6 058		6 196	
		459	ST MARTIN	6 109	1212	6 247	1350

Ces tarifs peuvent être révisés à la hausse ou à la baisse périodiquement par MLP afin de tenir compte, notamment, de l'évolution du coût du transport.

En cas de changement, les modifications apportées seront indiquées à l'**Editeur** par tout moyen.

C/ BONI VENITE D.R.O.M.

Une bonification vente est appliquée aux parutions des Départements et Régions d'Outre-Mer dont les ventes sur le secteur sont supérieures ou égales à 1000 exemplaires.

Le taux de la bonification est au minimum de 0.5% et est plafonné à 6%.

Il se calcule selon la formule suivante :

Taux calculé = (Ventes en exemplaires du secteur D.R.O.M. * 0.0022) - 1.7

Le taux est alors appliqué sur le Chiffre d'Affaires (CA) réalisé par la parution sur le secteur D.R.O.M. selon la formule (CA * taux calculé / 100).

D/ Frais à la parution :

Dans l'hypothèse où une parution ne serait facturée que sur les D.R.O.M., il est facturé des frais à la parution qui se calculent de la manière suivante :

- 60 € si le nombre d'exemplaires fournis est inférieur à 800 exemplaires ;
- 45€ si le nombre d'exemplaires fournis est supérieur ou égal à 800 exemplaires.

4. BAREMES PRODUIT PRESSE

BAREMES METROPOLE HORS D.R.O.M.

I. LES BAREMES DE BASE (Au 01/07/2017)

Le barème général Produit Presse homologué le 24/03/2017 sur délibération de l'ARDP n+2017-01 s'applique aux parutions distribuées à compter du 1^{er} juillet 2017 pour l'ensemble des titres Presse des sociétaires.

Le barème détaillé ci-après ainsi que tous les termes associés (fournis, invendus, taux de vente, prix, mois de prise en charge, etc.) s'entend exclusivement pour le **secteur métropole hors D.R.O.M. (Départements et Régions d'outre-mer)**.

❖ CONTRIBUTIONS FILIERE

Les contributions filière que les éditeurs sont tenus de couvrir et verser au réel, en leur qualité de Mandant de MLP, sur décision du CSMP (et validation de l'ARDP), seront isolées sur un poste de barème spécifique.

A ce jour, les contributions filière identifiées sont :

- **La Péréquation entre Messageries et/ou Coopératives de presse** que doit acquitter MLP sur facturation du CSMP et qui se calcule de la manière suivante :

((Charge de péréquation facturée par le CSMP/Chiffre d'Affaires Ventes Prix Fort Presse total de MLP) x 100) x Chiffre d'Affaires Ventes Prix fort Métropole hors D.R.O.M. de la parution))

Conformément aux Dispositions de la décision du CSMP N°2012-05, « l'assiette des surcoûts est ainsi répartie entre les sociétés coopératives messageries de presse au prorata de leurs montants annuels respectifs de ventes en montant fort des journaux et publications. » sur la base des éléments communiqués par le CSMP.

Les différences, à la hausse ou à la baisse, entre le montant déjà facturé aux sociétaires et le montant réel constaté par le CSMP sont répercutées à chaque Editeur.

- **La redevance P2000** que doit acquitter MLP (conformément à la décision N°08-D-04 du 25/02/2008 du Conseil de la Concurrence) afin de permettre aux dépositaires d'accéder à cet outil pour la distribution des titres MLP. Elle est facturée à l'Editeur, pour chaque parution de chaque publication, sur la base d'un taux qui résulte de la facturation Presstalis de cette charge de redevance proportionnelle à la part de marché en valeur de MLP. Elle est exprimée en pourcentage rapporté au chiffre d'Affaires Ventes Prix Fort de la parution.

- **Frais de fonctionnement du CSMP**: conformément à la loi n°47- 585 du 02/04/1947 (art.18-5), ces frais sont calculés pour couvrir les charges de fonctionnement du CSMP. Ils sont proportionnels à la part de marché en valeur de MLP et facturés à l'Editeur pour chaque parution de chaque publication. Ils sont exprimés en pourcentage rapporté au chiffre d'Affaires Ventes Prix Fort de la parution.

Les taux appliqués pour facturer les frais de fonctionnement du CSMP, ainsi que la redevance P2000, seront révisés au moins une fois par année civile sur décision du Conseil d'Administration et sur la base des sommes réellement facturées par le CSMP et/ou en prévision de modifications réglementairement attendues, par exemple la variation de la part de marché ayant une incidence sur les modalités de calcul.

En raison de la nature et des modalités de calculs de ces contributions filière, des réajustements rétroactifs peuvent être effectués à la hausse comme à la baisse, sur les montants facturés aux sociétaires pour les périodes antérieures.

La liste des postes de charge sera mise à jour sur la base des décisions prises par le CSMP, et après validation du Conseil d'Administration qui informera les sociétaires de ces modifications par tout moyen.

Contribution filière au 1er juillet 2017 :

- *Péréquation :* 1,43% du CA
- *Contribution P2000 :* 0,35% du CA
- *Frais de fonctionnement du CSMP :* 0,20% du CA

❖ **COÛT D'ACCÈS AU RÉSEAU DE VENTE**

Le coût d'accès au réseau de vente comprend les commissions versées aux diffuseurs (I), la rémunération des intermédiaires de la distribution (II) ainsi que les frais de livraison versés à ces derniers pour assurer la distribution sur les zones géographiques qui leur sont confiées (III). Les frais spécifiques aux régions sont facturés en sus. *Par intermédiaires de la distribution sont désignés les dépositaires, les plateformes logistiques, les niveaux 2 quelle que soit leur fonction (plate-forme régionale, plateforme locale, dépositaire standard), quelle que soit leur nature (dépositaire indépendant, SAD, etc) et quelle que soit leur appartenance capitalistique.*

En raison de leur évolution fréquente, chacun de ces coûts (I, II et III) est susceptible d'être révisé par le Conseil d'Administration de MLP en fonction de la réalité des coûts constatés. Ces évolutions seront notifiées aux éditeurs par tous moyens.

Si les sommes prélevées aux Éditeurs sur la période analysée s'avèrent supérieures à celles versées aux agents de la vente, alors l'enveloppe correspondant à la différence entre les deux montants sera réallouée à la période suivante et permettra alors, sauf modification des règles interprofessionnelles appliquées, de diminuer le taux pris en compte.

Dans le cas contraire, les taux seront réévalués à la hausse pour compenser les prélèvements insuffisants de la période antérieure.

I. COÛT RÉSEAU DIFFUSEURS (DIT NIVEAU 3 OU N3)

Un taux de commission est facturé à tout Éditeur pour chacune de ses parutions afin de couvrir les commissions versées aux diffuseurs de presse à Paris et en Province. Les 6 catégories de diffuseurs et les taux de commission qui leur sont associés sont définis par le CSMP :

Les concessions, les kiosques, les diffuseurs traditionnels spécialisés, les diffuseurs traditionnels non spécialisés, les rayons intégrés et points de vente de capillarité.

Au 07/02/2017, le document de référence est la décision N°2014-03.

Le coût réseau diffuseurs total facturé résulte du calcul suivant, et ce pour chacune de ces 6 catégories déterminées.

[Taux réseau par catégorie * Ventes valorisées réalisées par ladite catégorie]

La somme de ces calculs constituera le coût réseau N3 facturé à l'Éditeur.

Les taux pris en compte pour ces catégories sont constitués de différents éléments susceptibles d'évoluer en fonction des décisions réglementaires et/ou interprofessionnelles, en particulier celles adoptées par le CSMP et rendues exécutoires par l'ARDP. Les taux utilisés résultent de la prise en compte des éléments suivants : commission de base + tous compléments de rémunération spécifiques + frais variables ad hoc liés à la distribution sur ces points de vente.

En cas de changement des conditions de rémunération des agents de la vente, consécutif à des dispositions légales, réglementaires ou à des accords interprofessionnels, ces taux « réseau » sont de plein droit et à tout moment corrigés par décision du Conseil d'Administration ou du Président.

Compte-tenu de la variabilité des critères relatifs aux coûts de ces 6 catégories de diffuseurs, les taux de commission du niveau 3 facturés aux éditeurs seront redéfinis chaque année par le Conseil d'Administration au plus tard au mois de décembre de l'année N pour l'année N+1. Ainsi, pour l'année

2017, les modalités devront au plus tard être fixées au mois de décembre 2016 et seront communiqués aux éditeurs.

II. COUT RESEAU DES INTERMEDIAIRES DE LA DISTRIBUTION (DIT NIVEAU 2 OU N2)

Le coût réseau des intermédiaires de la distribution tels que définis au paragraphe liminaire de la présente partie comprend les commissions et les frais de livraison versés à ces derniers pour assurer la distribution sur les zones géographiques qui leur sont confiées.

i. TAUX DE COMMISSION ET REMUNERATION DES INTERMEDIAIRES DE LA DISTRIBUTION

Les conditions suivantes s'appliquent aux intermédiaires assurant les missions de dépositaires dans le cadre du schéma directeur du CSMP en France métropolitaine hors D.R.O.M.

Les taux de commissions appliqués sont ceux définis par les décisions interprofessionnelles, réglementaires et/ou légales avec quatre catégories distinctes :

1. Les intermédiaires de la distribution correspondant aux établissements SAD,
2. Les intermédiaires de la distribution ayant un mandat de distribution pour les diffuseurs de la Ville de Paris, à l'exception des points de vente du groupe Lagardère Travel Retail,
3. Les intermédiaires de la distribution ayant un mandat de distribution pour les diffuseurs des autres villes de Banlieue et Province (autres que Grandes Villes et Paris),
4. Les intermédiaires de la distribution en charge de la distribution pour les points de vente du groupe Lagardère Travel Retail à Paris et en Province

En cas de changement des conditions de rémunération et de charges variables spécifiques des intermédiaires de la distribution, consécutif à des dispositions légales, réglementaires ou à des accords interprofessionnels, ces taux réseau seront de plein droit corrigés en conséquence par décision du Conseil d'Administration ou du Président afin que les charges de mandataire de MLP soient couvertes pas ses mandants.

ii. COUT DE TRANSPORT VERS LE N3 DIT COUT AU DROP

Depuis le 1^{er} janvier 2013, le CSMP (Décision n° 2012-06 du 30/11/2012 rendue exécutoire par l'ARDP le 8 janvier 2013) a institué une «rémunération à l'unité d'œuvre de la mission logistique-transport des dépositaires» (« Coût au drop »). Ce coût au DROP a modifié la décision n°2011 – 01 du CSMP qui fixe notamment les conditions de rémunération des dépositaires de presse.

Le coût est facturé à l'Editeur, pour chaque parution de chaque publication, sur la base d'un frais par diffuseur servi, par chaque intermédiaire de la distribution, hors réassort.

Les frais de livraison sont susceptibles d'être révisés, sur Décision du Conseil d'Administration ou du Président, sur la base des chiffres connus de MLP. Ces évolutions seront notifiées aux éditeurs par tous moyens.

Les différences, à la hausse ou à la baisse, entre le montant déjà facturé aux sociétaires et le montant réel constaté, sont répercutées à chaque Editeur.

iii. CALCUL DU COUT RESEAU

Le coût réseau total de la distribution facturé résulte du calcul suivant par parution :

- [(Taux de commission SAD * Ventes valorisées réalisées par les SAD)
+ Autres charges variables ou spécifiques relatives aux SAD, dont régies.
- +
- [(Taux de commission MLP Paris * Ventes valorisées réalisées par MLP Paris)
+ Autres charges variables ou spécifiques relatives à MLP Paris.
- +
- [(Taux de commission Dépôts * Ventes valorisées réalisées par les Dépôts)
+ Autres charges variables ou spécifiques relatives aux Dépôts, dont régies.

+
[(Taux de commission Dépôts * Ventes valorisées réalisées par les points de vente du groupe Lagardère Travel Retail à Paris et en Province)
+ Autres charges variables ou spécifiques relatives aux Dépôts, dont régies.

= Coût des Intermédiaires de la Distribution

Auquel il faut ajouter le coût des diffuseurs sur la base des 6 segments définis par le CSMP :

[(Taux de commission Concessions * Ventes valorisées réalisées par les Concessions)
+ Autres charges variables ou spécifiques relatives aux Concessions.
+
[Taux de commission Kiosques * Ventes valorisées réalisées par les Kiosques]
+ Autres charges variables ou spécifiques relatives aux Kiosques.
+
[Taux de commission Diffuseurs Traditionnels Spécialisés * Ventes valorisées réalisées par les Diffuseurs Traditionnels Spécialisés]
+ Autres charges variables ou spécifiques relatives aux Diffuseurs Traditionnels Spécialisés.
+
[Taux de commission Diffuseurs Traditionnels Non Spécialisés * Ventes valorisées réalisées par les Diffuseurs Traditionnels Non Spécialisés]
+ Autres charges variables ou spécifiques relatives aux Diffuseurs Traditionnels Non Spécialisés.
+
[Taux de commission Rayons Intégrés * Ventes valorisées réalisées par les Rayons Intégrés]
+ Autres charges variables ou spécifiques relatives aux Rayons Intégrés.
+
[Taux de commission Points de Vente de Capillarité * Ventes valorisées réalisées par Points de Vente de Capillarité]
+ Autres charges variables ou spécifiques relatives aux Points de Vente de Capillarité.

= Coût du Niveau 3

Auquel il faut ajouter le coût du DROP, établi selon la formule suivante :

[Nombre de (Concessions + Kiosques + Diffuseurs Traditionnels Spécialisés + Diffuseurs Traditionnels Non Spécialisés + Rayons Intégrés + Points de Vente de Capillarité) servis par parution lors de la 1^{ère} distribution plus les éventuels Compléments de Mise en Vente] * Coût unitaire du DROP.

La somme [Coût des Intermédiaires de la Distribution + Coût du Niveau 3 + DROP] = Coût d'accès aux réseaux de vente.

Coût d'accès au réseau de vente au 1^{er} juillet 2017:

- *Intermédiaires de la distribution*
 - *Grandes Villes* 10.10% du CA
 - *Paris hors Lagardère Travel Retail* 9.00% du CA
 - *Autres Intermédiaires et Lagardère Travel Retail* 7.10% du CA
- *Coût Réseau des diffuseurs*
 - *Concessions* 30,30% du CA
 - *Kiosques* 24.00% du CA
 - *Diffuseurs traditionnels spécialisés* 20.10% du CA
 - *Rayons Intégrés* 15.10% du CA

- *Diffuseurs traditionnels non spécialisés* 13.90% du CA
- *Points de ventes de capillarité* 13,00% du CA
- *Coût au DROP* 0.181€ par diffuseur servi

III. CAS PARTICULIER DES BAISES PROMOTIONNELLES DU PRIX DE VENTE

Les ventes en exemplaires (fournis – invendus déclarés par les agents de la vente) sont valorisées sur la base du prix facial de la parution sauf en cas de baisse de prix promotionnelle telle que définie par le CSMP dans la Décision n°2013-03 du 28 mars 2013 rendue exécutoire par l'ARDP le 30 avril 2013. Dans ce cas, la rémunération des agents de la vente (dépositaires et diffuseurs) sera calculée sur le prix de référence du titre et non sur le prix promotionnel correspondant au prix facial.

Cette disposition s'applique à partir de la :

- Sixième parution des titres quotidiens,
- Cinquième parution pour les titres hebdomadaires,
- Troisième parution pour les titres bi mensuels et mensuels,
- Deuxième parution pour les titres bimestriels et trimestriels.

Le prix de référence d'un titre correspond au prix public communément observé sur la série, hors prix promotionnels. Il doit être déclaré par l'éditeur à la messagerie en charge de la distribution de sa publication au plus tard au moment de la facturation de la première parution éligible à ce principe de calcul et lors de toute modification durable du prix de référence.

Les messageries sont chargées de contrôler l'exactitude des données transmises par l'éditeur. En l'absence de ces données, les messageries déterminent le prix de référence du titre qu'elles notifient à l'éditeur. Il est expressément entendu que pour le calcul des barèmes comme des tarifs pour l'éditeur, le prix utilisé demeure le prix de vente facial. Les écarts de commission à verser aux agents de la vente, diffuseurs et dépositaires, sont à la charge de l'éditeur et donc refacturés par les messageries.

❖ COUT D'INTERVENTION MLP (NIVEAU 1 OU N1)

A - FRAIS DE MISE EN DIFFUSION - NIVEAU 1

Les frais de mise en diffusion niveau 1 (N1) sont composés, d'une part, de frais de gestion à la parution (I) auxquels s'ajoutent des coûts de traitement (exemplaires, paquets et transport) (II) et, d'autre part, de frais additionnels optionnels (III) qui découlent directement des choix de distribution de l'éditeur (traitement des appoints vers les intermédiaires de la distribution et éditions régionales).

Le mode de traitement standard retenu pour le flux aller est ainsi défini : livraison dans le respect du cahier des charges standards MLP par l'éditeur des exemplaires de la parution nécessaires à la distribution et définis sur la base de la répartition sur un site au choix de l'éditeur : SQF établi à Saint Quentin Fallavier (38) et/ou IDF établi à Villabé (91).

Les sites de livraison peuvent être modifiés à tout moment moyennant un préavis minimum de 30 jours par décision du Conseil d'Administration.

La livraison vers le Niveau 2 (N2) et les diffuseurs parisiens interviendra 2 jours après la livraison de l'éditeur sous réserve du respect du cahier des charges et des horaires de livraison.

La date de livraison sur le site MLP devra avoir été confirmée par l'éditeur au minimum 72 heures au préalable. La préparation et la livraison au réseau de vente des exemplaires destinés au réassort sont également inclus.

Les quantités réparties et destinées aux intermédiaires de la distribution sont par défaut arrondies au paquet complet.

Une parution standard est constituée d'une seule et unique édition. La distribution d'éditions supplémentaires (éditions régionales) donnera lieu à facturation.

La mise en vente de la parution chez les diffuseurs de presse a lieu :

- A J+1, J étant le jour de traitement MLP, pour les diffuseurs servis en direct
- A J+1 ou J+2, J étant le jour de livraison par MLP des intermédiaires de la distribution, selon que la publication est en flux chaud (J+1) ou en flux froid (J+2) et sous réserve de modification du cahier des charges définis par les instances professionnelles .

MLP s'engage à suivre et mettre tout moyen en œuvre pour que les intermédiaires de la distribution respectent la date de mise en vente déterminée par l'éditeur, mais ne peut en aucun cas être tenue responsable des éventuels délais supplémentaires de leur fait ou de la modification du cahier des charges supervisée par les instances interprofessionnelles.

Les exemplaires invendus des parutions distribuées feront, par défaut, l'objet d'une destruction, sauf demande expresse et écrite de l'éditeur. Dans ce cas et pour mémoire, les exemplaires invendus peuvent être récupérés selon un niveau de quantité et de prestation défini par l'éditeur, suivant les tarifs des prestations complémentaires.

I. LE FRAIS DE GESTION A LA PARUTION (N1)

Le forfait à la parution (N1) est composé d'une partie fixe d'un montant de **290,00€** auquel il faut ajouter un frais par point de vente servi par parution.

Au 1^{er} avril 2017, ce frais s'élève à 0,094€ par point de vente servi.

II. LES COÛTS DE TRAITEMENT- N1

Les charges logistiques de distribution du N1 sont dépendantes du nombre d'exemplaires manipulés, du nombre de paquets traités et du nombre de palettes transportées. Les frais de mise en diffusion niveau 1 sont assis sur ces trois inducteurs logistiques.

i. FRAIS DE TRAITEMENT DES EXEMPLAIRES

Le frais de traitement des exemplaires s'applique à l'ensemble des exemplaires d'une parution, pour chaque édition, livrés par l'éditeur après déduction de la passe et des exemplaires destinés aux D.R.O.M. et à l'export.

Les coûts sont exprimés en coût à l'exemplaire selon 6 tranches de nombre d'exemplaires et sont les suivants :

- Le coût applicable aux 4 999 premiers exemplaires de la parution est de 0,09€ par exemplaire,
- Le coût applicable aux 10 000 exemplaires suivants (soit de 5 000 à 14 999 exemplaires) est de 0,075€ par exemplaire,
- Le coût applicable aux 15 000 exemplaires suivants (soit de 15 000 à 29 999 exemplaires) est de 0,060€ par exemplaire,
- Le coût applicable aux 20 000 exemplaires suivants (soit de 30 000 à 49 999 exemplaires) est de 0,045€ par exemplaire,
- Le coût applicable aux 30 000 exemplaires suivants (soit de 50 000 à 79 999 exemplaires) est de 0,030€ par exemplaire,
- Au-delà des 79 999 premiers exemplaires, le coût applicable est de 0,015€ par exemplaire

La somme des calculs effectués pour chaque tranche constituera le frais de traitement des exemplaires total facturé pour une parution donnée.

Les quantités excédentaires livrées par l'éditeur, après application des règles de plafonnement, seront comprises dans l'assiette de fournis prise en compte pour calculer le montant facturé, et ce même si leur destination est une zone de stockage.

ii. FRAIS DE TRAITEMENT DES PAQUETS

Le frais de traitement des paquets s'applique sur l'ensemble des paquets réceptionnés pour une parution, pour chaque édition, après déduction des paquets destinés aux D.R.O.M. et à l'export. Il est bien entendu que le conditionnement des paquets doit impérativement respecter le cahier des charges tel que défini au paragraphe 3.B de l'annexe D du Contrat d'application de groupage et de distribution.

Le frais de traitement appliqué sera de 0,30€ par paquet à l'exception de ceux conditionnés en cartons pour lesquels le tarif sera de 0,60€ par paquet.

iii. FRAIS DE TRANSPORT VERS LES INTERMEDIAIRES DE LA DISTRIBUTION

Les dispositions d'application du contrat de groupage et de distribution prévoient les conditions de mise à disposition des exemplaires par l'éditeur auprès de MLP selon un cahier des charges accepté par l'éditeur par le fait de son adhésion comme sociétaire. Il est notamment stipulé que les exemplaires des publications doivent être conditionnés en paquets homogènes et livrés en palettes (une seule parution par palette : même codification, même numéro, même prix, même édition - Le montage de la palette doit être uniforme par lot réceptionné).

Dès lors que le conditionnement est ainsi constitué, la palette devient l'unité logistique de référence dès la livraison à MLP.

Les frais de transport sont fixés à **105€ par palette** et sont calculés de la façon suivante :
(Nombre de palettes livrées par l'éditeur pour la distribution en France métropolitaine hors D.R.O.M x 105 €)

Le nombre de palettes pris en référence sera celui constaté physiquement par MLP à réception. Les documents de transport et bons de livraison des prestataires de l'éditeur ne seront pas pris en compte pour ce calcul.

Ce frais de transport peut bénéficier d'une remise lissage activité pour les titres de périodicité bimestrielle ou plus dont le tirage est strictement inférieur à 10.000 exemplaires par parution si l'éditeur laisse la possibilité à MLP d'un traitement à minima en 96 heures.

Le montant de cette remise est égal à 15% du frais de transport.

III. FRAIS ADDITIONNELS OPTIONNELS

En fonction de ses spécificités éditoriales, de fabrication ou pour toute autre raison, MLP peut, en contrepartie d'une facturation complémentaire pour la parution concernée, modifier le cahier des charges standard pour les trois critères suivants à la demande de l'éditeur :

i. TRAITEMENT ET PREPARATION D'APPOINTS A DESTINATION DES INTERMEDIAIRES DE LA DISTRIBUTION

Il est rappelé que les appoints correspondent à la part des services, établis par l'éditeur ou son prestataire, préparés à l'unité et non au paquet complet

Les produits doivent être normalement fournis en multiples de paquets complets pour chaque intermédiaire de la distribution. Les appoints constatés sur les services de ces derniers font l'objet de frais de traitement fixés à **0,20€ l'exemplaire**. Les quantités préparées pour les diffuseurs servis en direct par MLP ne seront donc pas soumises à cette tarification. Il est rappelé que les appoints correspondent à la part des services, établis par l'éditeur ou son prestataire, préparés à l'unité et non au paquet complet.

Le frais se calcule ainsi : (0,20€ x (nombre d'exemplaires en appoints pour les intermédiaires de la distribution)).

ii. AJOUT D'EDITIONS REGIONALES

L'éditeur peut décomposer la distribution de sa parution en différentes éditions régionales. Les frais de gestion sont fixés à 150€ par édition. Les frais sont ainsi calculés :

$$(150,00 \text{ €} \times ((\text{nombre d'Éditions Régionales Traitées}) - 1))$$

Seules les Editions destinées à la distribution en France Métropolitaine hors D.R.O.M. sont prises en compte dans l'assiette de calcul.

iii. DELAIS DE TRAITEMENT ET FRAIS DE TRAITEMENT ACCELERES

L'éditeur peut demander à MLP la modification du délai de traitement standard vers le Niveau 2 et les diffuseurs, fixé à 48 heures à compter de la livraison conforme et complète des exemplaires prévus par une parution donnée. Sous réserve de validation de la faisabilité par MLP, le délai de traitement pourra être réduit.

Les frais de traitement sont compris dans la prestation de base pour les périodicités courtes, à savoir les hebdomadaires et les bimensuels et n'entraîneront donc pas de facturation.

Pour les autres périodicités (mensuels ou plus) et à la demande de l'éditeur, les frais de traitement 24 H et 48 H sont les suivants :

Traitement 24H :

Des frais complémentaires de traitement fixés à 99,00€ par palette réceptionnée seront facturés à l'éditeur dès lors que le traitement sera effectué dans la journée même de la livraison (traitement 24h) selon la formule suivante :

$$(99,00\text{€} \times (\text{nombre de palettes constatées en réception toutes éditions confondues}))$$

Traitement 48H :

Des frais complémentaires de traitement fixés à 49,00€ par palette réceptionnée seront facturés à l'éditeur dès lors que le traitement sera effectué dans la journée suivant la livraison (traitement 48h) selon la formule suivante :

$$(49,00\text{€} \times (\text{nombre de palettes constatées en réception toutes éditions confondues})) \gg$$

B – REMISES ANNUELLES

L'éditeur peut bénéficier de 2 remises qui viennent en réduction de son coût de distribution à la condition expresse que l'exclusivité de distribution soit donnée à MLP, et ce pour toutes les parutions facturées sur l'exercice pris en compte pour les calculs.

I. REMISE SUR DEVELOPPEMENT DU CHIFFRE D'AFFAIRES

Cette remise est **relative à la croissance du Chiffre d'Affaires (CA) prix fort métropole hors D.R.O.M. par titre (codification)**. Elle concerne tous les titres presse distribués par MLP, dès lors qu'ils affichent une évolution positive de leur Chiffre d'Affaires. Le Chiffre d'Affaires considéré pour le calcul est celui réalisé par les parutions mises en vente en France métropolitaine hors DROM sur une année civile donnée.

La remise sur Développement du CA s'applique au Chiffre d'Affaires additionnel d'un titre qui correspond à la différence de Chiffre d'Affaires d'une année civile donnée *versus* l'année civile précédente.

La remise est plafonnée à 150 000€ par titre et par année civile.

Elle est composée d'un forfait de 1.000€ majoré d'une remise supplémentaire fonction du pourcentage d'évolution positive du Chiffre d'Affaires Titre et se calcule selon la formule suivante :

1.000€ + ((CA titre constaté sur l'année A – CA titre constaté sur l'année A-1)*3%)

Pour bénéficier de cette remise sur développement du Chiffre d'Affaires additionnel, le titre doit respecter au 31 décembre de chaque année au moins **l'une des deux** conditions suivantes :

- la dernière parution de l'année civile sur laquelle porte l'application du bonus a été distribuée sur le réseau presse par MLP et n'est pas relevée de la vente au 31/12 de l'année concernée,
- Le titre a cessé sa distribution au sein de MLP en cours d'année et il n'est plus distribué sur le réseau presse de la vente au numéro,

En cas de non-respect de l'une des conditions ci-avant, le montant de cette remise reste acquis à la coopérative MLP.

II. REMISE GROUPE ENGAGEMENT ET FIDELITE

Principe :

Cette remise est le prolongement du bonus coopératif Groupe Engagement et Fidélité mis en place en date du 1er janvier 2015. Elle se calcule par cycle de 1,2 ou 3 ans (années civiles).

A compter du 1er janvier 2015, la remise est, par défaut, appliquée sur la base d'une durée d'engagement de l'éditeur de 3 années civiles pour tous les titres de l'éditeur y compris les nouveaux titres résultant de lancements ou de transferts vers MLP en cours de cycle et ce quel que soit leur date de première mise en vente.

Le premier cycle de 3 ans arrive à échéance le 31 décembre 2017. Par conséquent, pour le cycle suivant (démarrant le 1^{er} janvier 2018) si l'éditeur souhaite prendre un engagement inférieur à 3 ans (1 ou 2 ans), il devra en informer MLP à tout moment par lettre recommandée sous réserve de respecter un préavis de 2 semaines.

A défaut, l'engagement de l'éditeur sera renouvelé pour une période de 3 ans.

Les remises associées sont fonction du niveau de Chiffre d'Affaires presse annuel du Groupe pour la France métropolitaine hors D.R.O.M. et de la durée d'engagement retenue.

On entend par groupe, un ensemble d'éditeurs sociétaires qui, en raison des liens capitalistiques les unissant à une même personne physique ou morale, forme un groupe et applique une politique commune, notamment quant au choix du réseau de distribution de ses produits. Il appartient à l'éditeur de signaler à MLP les entités juridiques formant les éventuels groupes le concernant avant le 30 avril de l'année de paiement. En effet, le droit à la remise groupe engagement et fidélité ne sera définitivement acquis à chacun des sociétaires d'un même groupe que si un commissaire aux comptes ou un expert-comptable est en mesure d'attester au 31 décembre de l'exercice de référence que plus de la moitié des droits de vote au sein de l'assemblée générale et plus de la moitié des droits dans le capital de chacun des sociétaires du groupe sont détenus en propriété par une seule et même personne physique ou morale précisément identifiée.

Il est expressément précisé que MLP n'appliquera pas de remise à titre rétroactive en l'absence de cette attestation groupe.

Le Chiffre d'Affaires considéré pour le calcul est le chiffre d'affaires réel réalisé par les parutions presse mises en vente sur une année civile donnée y compris pour les nouveaux titres résultant de lancement ou de transfert opéré pendant la période.

Grille de remise :

Niveau CA presse GROUPE annuel	Taux de remise sur le CA selon la durée d'engagement		
	1 AN	2 ANS	3 ANS
< 2 M€	0,00%	0,50%	1,00%
2M€ ≤ CA GROUPE < 10M€	0,30%	0,80%	1,50%
10M€ ≤ CA GROUPE < 15M€	0,60%	1,20%	2,00%

15M€ ≤ CA GROUPE < 30M€	1,00%	2,00%	3,00%
30M€ ≤ CA GROUPE < 40M€	1,25%	2,50%	4,00%
≥40M€	1,50%	3,00%	5,00%

La Remise Groupe Engagement et Fidélité est calculée sur la base du Chiffre d’Affaires presse Groupe de l’année concernée.

Cette remise est versée à partir des données comptabilisées et est créditée sur le compte-rendu de distribution du mois de mai de l’exercice suivant aux sociétés composant le Groupe.

La durée d’engagement d’un titre peut être modifiée s’il est toujours distribué sur le réseau presse de la vente au numéro par l’intermédiaire d’une autre messagerie (transfert). Ainsi, tout titre dont la date de relève de la dernière parution distribuée par MLP est antérieure au 31 décembre ne validera pas l’année d’engagement considérée.

Dans ce cas, le taux de remise appliqué au titre concerné sera révisé selon la durée réelle d’engagement constatée pour ce titre pour l’année en cours et les années précédentes.

A l’issue de ces révisions et le cas échéant, les sommes excédentaires versées à l’éditeur seront prélevées sur CRD ou remboursées par chèque par l’éditeur si les soldes disponibles sont insuffisants.

Les taux de remise engagement fidélité de la nouvelle grille présentée ci-dessus s’appliqueront à compter du premier jour du mois suivant la date d’homologation par l’ARDP. A savoir que jusqu’à cette homologation, les taux de remise de l’ancienne grille s’appliqueront.

III. COUT DE DISTRIBUTION DE BASE MINIMUM

Pour une parution donnée, le coût de distribution de base défini par : le forfait à la parution + les frais de livraison par points de vente servis + les frais de traitement à l’exemplaire, aux paquets, à la palette, aux appoints + le frais d’édition régional + les frais de traitements accélérés, diminué des montants des remises (remise lissage activité, remise sur développement du chiffre d’affaires, remise groupe engagement et fidélité), ne doit en aucun cas être inférieur à 2% du Chiffre d’Affaires de cette parution.

Dans le cas contraire, le montant effectivement versé au titre des remises annuelles sera plafonné à hauteur de 2% du Chiffre d’Affaires de la parution.

II. LES PRESTATIONS COMPLEMENTAIRES

Les barèmes de base intègrent le respect des obligations suivantes :

- Répartition établie par l’éditeur ou un prestataire,
- Respect du délai de prévenance de la livraison 72h avant celle-ci,
- Livraison d’une parution sur l’un des sites MLP de St Quentin Fallavier ou Villabé
- Réception conforme des exemplaires,
- Traitement d’une édition par parution,
- Traitement en 72h00 après réception,
- Tolérance dans la date de mise en vente réseau à -1/+2 jours pour toute périodicité supérieure à mensuelle,
- Destruction des invendus.

Si la parution ne répond pas à une ou plusieurs conditions énoncées ci-dessus, MLP facturera la prestation complémentaire correspondante.

1. FRAIS POUR NON RESPECT DU CAHIER DES CHARGES (Annexe D)

Compte tenu des moyens alloués par MLP et engendrés par le non-respect des conditions de livraison visées par le cahier des charges (Annexe D-4° du contrat de distribution et de groupage), MLP facturera les coûts de gestion suivants :

Non-respect du délai de prévenance (72 heures) = 5,09€ HT par palette réceptionnée.

Réception non conforme d'une livraison tant qualitativement (palettes hors normes, CAB illisibles, etc...) **que quantitativement** (erreur entre les quantités annoncées et livrées, erreur de répartition sur sites MLP, etc..) : Forfait de **127,26€** HT par parution.

2. FRAIS DE RECUPERATION DES INVENDUS

L'offre de base prévoit la destruction totale de tous les invendus.

L'éditeur peut faire le choix de récupérer les invendus pour une parution donnée.

Les frais de récupération des invendus sont composés d'un coût forfaitaire par parution et d'un coût variable en fonction du statut de récupération des exemplaires invendus (en EUROS HT):

Statut T : récupération totale des exemplaires sans tri au numéro

Statut Y : récupération sur un quota d'exemplaires d'invendus par numéro

Statut T+ : récupération totale des exemplaires avec tri au numéro

➤ Coût forfaitaire :

Pour les parutions en statut Y, T ou T+, le coût est de 90€ HT par parution récupérée.

➤ Coût variable :

Statut T : 115€ pour 1000 exemplaires

Statut Y : 175€ pour 1000 exemplaires

Statut T+ : 140€ pour 1000 exemplaires

3. FRAIS DE PLAN DE SECOURS

En cas de réception non conforme des produits (horaire d'arrivée tardive, étalon erroné, quantités fausses), il est facturé à l'Éditeur un frais « Plan de secours » de 275€ HT pour remédier à cette non-conformité