

# LEXIQUE de la distribution presse

## A

**Acompte** : Paiement anticipé d'une partie du règlement. Il représente au maximum 75% du résultat net de la parution. La part restante est affectée au solde reporté.

**ADR** : Voir Analyse Des Résultats

**Affichage** : Système de mise en avant d'un titre par l'intermédiaire de matériels implantés sur les points de vente presse notamment.

**Affichette** : Feuille imprimée, reproduisant fréquemment la « Une » d'un titre, utilisée généralement sur le lieu de vente à des fins de PLV ou en affichage extérieur.

**Agent de la vente** : Terme générique qualifiant l'ensemble des professionnels exerçant la vente de presse et inscrits auprès du Conseil Supérieur des Messageries de Presse.

**Ajustement de règlement** : 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.

**AL** : Voir Assimilé Librairie

**Album** : Recueil d'exemplaires invendus de la même publication. Les numéros doivent être complets (y compris la couverture) et se suivre.

**Alliance** : Alliance est un réseau de distribution composé majoritairement de chefs d'entreprise indépendants. Il distribue de manière quotidienne et sans intermédiaire l'ensemble des produits qui lui sont confiés, et s'investit dans le développement des ventes et du réseau de détaillants de presse.

**Analyse Des Résultats (ADR)** : L'Analyse Des Résultats (ADR) présente la situation cumulée, sur 12 mois glissants. Lors du premier mois de prise en charge d'une parution, le CRD et l'ADR sont égaux. Organisé par titre, par numéro et par secteur, ce document de gestion permet d'avoir une compréhension immédiate des résultats et du coût de distribution, arrêtés sur une période. Les ADR existent en kilos euro et en centimes et sont mis à disposition tous les mois sur le site MLP dans la rubrique des outils CECOFI.

**Annnonce de livraison** : Confirmation des caractéristiques techniques des titres devant être réceptionnés par MLP pour la mise en vente. Les annonces de livraison sont effectuées par l'intermédiaire de la feuille parution.

**Appoint** : Quantité d'exemplaires traitée en dehors d'un paquet complet.

**Arrêté des comptes** : Il intervient 5 mois comptables (ou 6 mois calendaires) après le retrait de la vente pour le secteur métropole et 9 mois comptables (ou 10 mois calendaires) pour le secteur export.

**Assiette de distribution** : Nombre de diffuseurs servis pour une parution d'un titre. L'assiette de distribution peut varier d'un numéro à l'autre en fonction d'un événement

particulier lié au titre (sujet, promo, etc.), de la saisonnalité (impacts des fermetures et ouvertures des points de ventes liés à la saison touristique).

**Assimilé Librairie (AL)** : Est qualifié d' « Assimilé Librairie » tout produit 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 (guides, catalogues...).

**Assortiment** : Il s'agit de l'adaptation de l'offre titres aux points de vente. La méthode d'assortiment validée par le CSMP donne la possibilité au diffuseur d'optimiser l'offre titres de son point de vente en dialoguant avec son dépositaire, ou directement avec les éditeurs. Il peut ainsi adapter son offre à sa clientèle.

## B

**Balises marketing** : Bilan annuel de l'activité de la messagerie analysée selon plusieurs critères (familles, segments de titres, périodicité...).

**Bandeau** : Espace publicitaire proposé par la presse magazine et qui consiste en un bandeau papier encerclant le magazine. Il peut également être utilisé pour relier un exemplaire gratuit ou un supplément au magazine.

**Banderolage** : Action d'enrouler un film étirable manuellement ou automatiquement autour d'une palette.

**Barèmes Presse** : Tarifs de base appliqués par la messagerie pour les produits presse à l'ensemble de ces clients éditeurs.

**Base presse** : Base de données MLP réservée à la constitution des résultats de vente des parutions. Base presse alimente les outils éditeur : Iris Pass et Iris Ventes.

**BEJ** : Voir Bordereau d'Echange Journalier

**BICF** : Voir Bordereau d'Invendus Congés Fermeture

**BICR** : Voir Bordereau d'Invendus Congés Réouverture

**BIJ** : Voir Bordereau d'Invendus Journalier

**Berlinois** : Format 32 X 47 cm. Exemple : Le Monde.

**Bleuissage** : Procédé permettant de marquer le CAB d'une publication ayant déjà fait l'objet d'une première distribution. Il permet une nouvelle distribution dans le réseau presse ou sur des réseaux parallèles sous forme de plus-produit ou de pochette.

**Blister** : Coque plastique rigide utilisée le plus souvent pour conditionner les produits multimédias.

**Bordereau d'Echange Journalier (BEJ)** : Document joint aux colis et quotidiennement fourni aux dépositaires. Il communique la liste des titres facturés et livrés.

**Bordereau de crédit des invendus** : Document sur lequel figurent les déclarations ou la reconnaissance d'invendus crédités par MLP. L'agent de la vente peut effectuer le

cadrage entre les invendus restitués et ceux crédités à l'aide de ce bordereau.  
*Synonyme : bordereau de crédit journalier (BCJ)*

**Bordereau d'Invendus Congés Fermeture (BICF)** : Bordereau destiné à la relève des parutions pendant la 1ere semaine de congés d'un point de vente fermé plus de 14 jours calendaires.

**Bordereau d'Invendus Congés Réouverture (BICR)** : Bordereau destiné à la relève des parutions ayant fait l'objet d'un rappel en invendus lors de la fermeture pour congés d'un point de vente.

**Bordereau d'Invendus Journalier (BIJ)** : Document quotidien fourni aux agents de la vente. Il dresse la liste des titres rappelés en invendus.

## C

**CAB** : Voir Code A Barres.

**Cartouche** : Rectangle aux dimensions et au contenu normalisés figurant obligatoirement sur la couverture d'une publication. Il contient les éléments d'identification du titre, imprimés sous forme alphanumérique au dessus du code à barres.

**Case** : Élément constitutif d'un meuble appelé batterie, utilisé pour la répartition et l'acheminement du papier.

**Cavalier** : Encart externe solidaire de la publication.

**CDR** : Voir Commission Du Réseau

**CECOFI** : Système de gestion informatisé de la comptabilité éditeurs de MLP.  
Tous les documents comptables et financiers des éditeurs sont accessibles sur l'outil web CECOFI.

**Certification merchandising** : Dispositif élaboré par les messageries permettant de reconnaître la conformité d'un point de vente avec des critères de qualité d'exposition visant à favoriser la lisibilité et la mise en valeur de la presse. Il existe 3 niveaux de certification (bronze, argent et or) dont 2 sont actifs en 2010.

**Chevalet** : Matériel d'affichage sur les points de vente.

**Cible d'un titre** : Clientèle que souhaite toucher un titre par l'intermédiaire du réseau de détaillant de presse. Elle regroupe plusieurs caractéristiques telles que l'âge, le sexe, ou la CSP.

**Circulaire** : Lettre d'un éditeur ou de MLP, visant à informer les dépositaires et les diffuseurs. Utilisée essentiellement pour annoncer une nouveauté.

**Clapet** : Dispositif qui permet la relève, à défaut de parution d'un numéro suivant, au terme de la durée de vente d'un régulier.

**CMV** : Voir Complément de Mise en Vente

**Code à Barres (CAB)** : Symbolisation sous forme graphique des éléments d'identification de la parution d'un titre, décodé par lecture optique ou par scanner. Le code à barres est composé d'une cartouche alphanumérique et d'une succession de barres claires et foncées. Les CAB presse sont des EAN 13 add-on 5 donc composés de 18 chiffres.

**Code éditeur** : Numéro à 9 chiffres identifiant un éditeur dans les systèmes d'informations de MLP.

**Code titre** : Codification à 5 chiffres identifiant un titre dans les systèmes d'information de MLP. Cette codification est reprise sur le code à barres.

**Coiffe** : Feuille papier, plastique, ou carton, posée sur un paquet ou une palette pour protéger les exemplaires quand le paquet est cerclé ou protéger la marchandise contenue sur une palette.

**Commission Du Réseau (CDR)** : Commission permanente du Conseil Supérieur des Messageries de Presse composée d'éditeurs, qui a pour mission de donner son avis sur l'opportunité des ouvertures et des fermetures de points de vente, de procéder à l'examen des propositions formulées par les dépositaires quant au changement de leur zone de chalandise (rattachement, association, transfert de dépôts).

**Commissionnaire** : Personne morale ou physique qui réalise des opérations commerciales en son propre nom, pour le compte d'autrui, le commettant. Situation juridique et fiscale résultant de la nature du mandat confié aux dépositaires et diffuseurs par les messageries et déterminant la nature des rémunérations reçues.

**Commission Paritaire des Publications et Agence de Presse (CPPAP)** : Organisme public composé de représentants de la presse et de l'administration. Après accord de la commission paritaire, les journaux et publications périodiques se voient attribuer un numéro leur permettant de bénéficier de certains avantages.

**Complément de Mise en Vente (CMV)** : Quantité supplémentaire d'un titre, mise en vente après la diffusion initiale et avant la relève de la vente.

**Compte Rendu de Distribution (CRD)** : Document comptable mensuel destiné aux éditeurs qui reprend les opérations comptables liées à la distribution du titre du mois.

**Concept** : Types de magasins de vente de la presse, réunis sous une enseigne et ayant une architecture extérieure et des aménagements intérieurs identiques.  
Exemple : Agora, Maisons de la Presse ... *Synonyme* : enseigne

**Concept d'un titre** : Le concept d'un magazine est représenté par la ligne éditoriale de celui-ci. Il permet de différencier les publications entre elles et de valoriser leurs atouts auprès du réseau de distribution.

**Conseil Supérieur des Messageries de Presse (CSMP)** : Haute instance de la distribution, instaurée par la loi du 2 avril 1947, chargée de veiller à la bonne application et au respect de la loi et au contrôle comptable des sociétés de messageries.

**Contrat de groupage** : Contrat passé entre l'éditeur et MLP énonçant les droits et obligations des deux parties.

**Coque** : *Synonyme* : Blister.

**Coût de distribution** : Prix payé par l'éditeur à MLP et au réseau de dépositaires et de diffuseurs. Cette information est disponible dans l'analyse des résultats (ADR).

**Couverture** : Synonyme : assiette de distribution

**CPPAP** : Voir Commission Paritaire de Publication et Agence de Presse

**CRD** : Voir Compte Rendu de Distribution

**CSMP** : Voir Conseil Supérieur des Messageries de Presse

## D

**Date de parution** : Date à laquelle le numéro d'un titre est disponible à la vente chez les détaillants de presse.

**Date de péremption** : Date à laquelle une parution relevée de la vente ne peut plus être créditée au réseau.

**Date de rappel** : Date à laquelle le produit est retiré de la vente et déclaré en invendus sur le réseau. *Synonyme : Date de relève.*

**DEB** : Voir Déclaration d'Échange de Biens.

**Déclaration d'Échange de Biens (DEB)** : Document de contrôle des opérations. L'établissement des statistiques du commerce extérieur et le suivi par la Commission des mouvements de marchandises et de services à l'intérieur du « grand marché », rendent nécessaire un relevé statistique des échanges.

**Déclaration d'invendus** : Action menée par les agents de la vente pour déclarer à la messagerie les exemplaires invendus d'une parution.

**Déclinaison** : Les déclinaisons correspondent à des éditions particulières d'un titre mises en vente conjointement à la publication principale : Hors-Série, Offre liée, Offre couplée, Test de vente, Petit format.

**Délai de péremption** : Durée entre la date de rappel et la date de péremption (date de trop vieux) pendant laquelle le réseau peut faire un retour dans le cadre du droit aux oubliés. En général, 35 jours après la date de relève.

**Démarque** : Terme générique employé pour désigner le vol, la perte ou la dégradation de produits qui sont pris en charge par le magasin.

**Dépositaire** : Terme générique qualifiant les grossistes ayant passé un contrat de mandat avec les sociétés de messageries pour assurer la répartition et la distribution de la presse à un réseau géographique déterminé de diffuseurs. *Synonyme : grossiste.*

**Dépôt administratif et judiciaire** : Il consiste en une obligation pour l'éditeur de déposer auprès de la DDM ou à la Préfecture un certain nombre d'exemplaires fonction de la périodicité du titre à chaque parution.

**Dépôt légal** : Le directeur de publication doit faire parvenir avant la mise en vente 2 exemplaires de la parution auprès de la bibliothèque nationale de France. L'imprimeur doit également déposer 1 exemplaire de la même parution à la BNF ou toute autre bibliothèque habilitée à recevoir le dépôt légal.

**Dépôt spécial pour les publications destinées à la jeunesse** : Le directeur de la publication ou l'éditeur doit effectuer un dépôt de 5 exemplaires auprès du Ministère de la Justice, à chaque parution.

**Diffuseur de Presse** : Terme générique qualifiant les agents de la vente tenant les points « presse » (Kiosques, rayons intégrés, Relay...) auxquels accède le public. Ils ont passé un contrat de mandat avec le dépositaire. *Synonyme : détaillant, marchand de journaux.*

**Diffusion** : Somme des exemplaires distribués et pris en main par les lecteurs (abonnés+acheteurs+lecteurs gratuits).

**Diffusion contrôle** : Contrôle réalisé par l'Office de Justification de la Diffusion (OJD) qui consiste à certifier la diffusion, la distribution et le dénombrement des journaux périodiques. Ainsi, les éditeurs soumettent leur diffusion au contrôle (vente au numéro et abonnement) afin de justifier leurs tarifs de publicité.

**Dos carré** : Reliure d'un titre dont les feuillets sont emboîtés et collés dans une couverture à dos carré.

**Douchette** : Appareil de lecture optique unidirectionnelle des CAB (Code à barres).

## E

**Echantillonnage** : Règle qui permet de définir une quantité jugée statistiquement représentative d'un lot.

**Edition** : Ensemble d'exemplaires strictement identiques d'une parution présentant des variantes dans son contenu rédactionnel (encarts...) et/ou dans sa présentation (couverture, bandeau, sticker,...). On parle généralement d'édition régionale.

**Encart** : Document imprimé, souvent publicitaire, inséré dans une publication. Il peut être solidaire du support, détachable ou volant.

**Encyclopédie (EY)** : 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.

**Espace complémentaire** : dans le cadre de l'assortiment, part des titres sélectionnés par les diffuseurs en fonction de leur clientèle.

**Etalon** : Nombre d'exemplaires constituant un paquet complet.

**EY** : Voir Encyclopédie

# F

**Famille** : La famille représente un genre de presse. Les titres de programmes T.V., les news, les titres de sport sont des familles. Les familles se divisent en segments et sous segments. Cette classification est notamment utilisée par les points de vente pour présenter la presse dans les linéaires.

**Famille merchandising** : Classification commune à toutes les messageries et permettant au détaillant de constituer son linéaire de manière homogène.

**Fascicule** : Partie imprimée d'une encyclopédie dotée d'un contenu rédactionnel dont le nombre de pages ne saurait être inférieur à onze.

**Fournis** : Exemplaires distribués sur le réseau de vente au numéro.

**Fournis valorisés** : Quantités fournies valorisées en euros. (Fournis x prix de la parution).

**Frais de transport aller à l'export** : Ces frais sont en fonction de chaque destination géographique des parutions, de leur mode d'acheminement et du poids des parutions (cf. conditions contractuelles).

# G

**Gadget** : Produit autre qu'un produit presse, accompagnant un titre. *Synonyme : plus produit.*

**Gorge** : Rangée dans le linéaire presse du diffuseur.

**Grande Surface Alimentaire (GSA)** : Grande et moyenne surface à dominante alimentaire (hypermarché, supermarché, hard-discount, etc).

**Grande Surface Spécialisée (GSS)** : Grande et moyenne surface spécialisée dans un type de biens (électroménager, articles et vêtements de sport, bricolage, ameublement, matériel informatique, disques, etc).

**Grossiste** : Voir dépositaire

**GSA** : Voir Grande Surface Alimentaire.

**GSS** : Voir Grande Surface Spécialisée

# H

**Hit Parade des titres** : Dans le cadre de l'assortiment, il correspond au classement des titres, toutes messageries, au niveau national et au niveau local. Il sert à déterminer l'assortiment de droit du diffuseur. *Synonyme* : *palmarès*

**Hors Presse (HP)** : Se dit des ouvrages qui ne peuvent bénéficier du statut presse, c'est-à-dire des guides et des catalogues, des coloriages, des posters, des titres de librairie, des albums et pochettes. Ils se répartissent en 2 catégories : para presse (PP) et assimilé librairie (AL).

**Hors-Série (HS)** : Parution d'un titre paraissant en dehors de la périodicité normale et ne figurant pas dans la suite des numéros résultant de la périodicité normale. Il peut s'agir d'un nouveau titre (nouvelle codification), rattaché à un titre maître ou d'une parution en dehors de la périodicité normale. Un hors-série se rattache 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 nombre est limité en fonction de la périodicité du titre auquel il se rattache. Tout dépassement engendrerait une qualification en hors-presse.

# I

**Implantation** : Détermination de l'assiette de distribution d'une nouveauté et du nombre d'exemplaire par point de vente. L'implantation est réalisée lors de la première parution d'un titre.

**Implantation merchandising** : Partie intégrante du merchandising, une réimplantation a pour objectif de dynamiser et optimiser les performances d'un rayon.

**Information Politique et Générale (IPG)** : Titres d'Information Générale et Politique fixés par le décret no 97-37 du 17 janvier 1997.

**Installation du titre** : Action de référencement d'un nouveau produit dans les systèmes d'informations MLP, lorsque celui-ci a été qualifié. Exemple : attribution d'une codification, envoi d'un code à barres ...

**International Standard Serial Number (ISSN)** : Numéro international normalisé de 8 chiffres, qui identifie les titres de toute publication ou série éditée. Il est attribué par le Centre National d'Enregistrement des Publications en Séries (CNEPS).

**Invendus** : Exemplaires qui n'ont pas été vendus pendant la période de vente du numéro et qui doivent être retournés à l'éditeur. Ils permettent de comptabiliser les ventes d'un titre selon l'équation : Fournis – Invendus = Ventes.

**Invendus provisionnés** : Invendus déterminés en fonction du taux estimé d'invendus. La provision est réajustée chaque mois en fonction des invendus effectivement comptabilisés.





**IPG** : Voir Information Politique et Générale

**Iris Cube** : Outil MLP à destination des éditeurs. Service basé sur les remontées de caisses, permettant l'analyse des ventes dès le jour suivant la vente.

**Iris Pass** : Outil MLP conçu pour les éditeurs et dédié à la préparation et au suivi de la mise en vente d'une parution.

**Iris Ventes** : Outils éditeur MLP qui permet de consulter les résultats de vente et l'évolution des titres sur les 36 derniers mois.

**Irrégulier** : Titre n'ayant pas de périodicité régulière.

**ISSN** : Voir International Standard Serial Number

## J

**Joues de kiosque** : Matériel d'affichage sur un kiosque.

## K

**Kiosque** : Edifice installé sur la voie publique ou sur un emplacement concédé par la mairie en vue de la vente de journaux et de publications.

## L

**Libellé** : Titre du magazine.

**Libellé ambigu** : Libellé le plus visible sur la couverture et qui est différent du libellé du titre.

**Libellé complémentaire** : Complète le libellé principal du titre (ex : spécial Corse...).

**Linéaire** : Mobilier d'un point de vente permettant d'exposer les produits à la vente.

**Linéaire au sol** : Longueur totale du mobilier consacré à l'exposition de la presse.

**Linéaire développé** : Longueur totale des étagères mises à disposition pour l'exposition des titres de presse (multiplication du linéaire au sol par le nombre d'étagères).

**Livret éditeur** : Document nécessaire au référencement d'un nouveau client dans les systèmes d'informations de MLP. Ce livret a pour objectif de regrouper les principales caractéristiques d'une société d'édition.

**Livret titre** : Document nécessaire au référencement d'un nouveau produit dans les systèmes d'information de MLP. Il regroupe l'ensemble des informations relatives au

titre, son concept, ses caractéristiques. Ces informations ont deux objectifs : communiquer à nos services pour le référencer et, communiquer au réseau de distribution les éléments d'aide à la vente, par l'intermédiaire de nos délégués commerciaux et des différents supports d'information.

**Loi Bichet du 2 avril 1947** : Loi relative au statut des entreprises de groupage et de distribution des journaux et publications périodiques. Elle concerne la distribution de la presse écrite en France et assure : la liberté de choix de l'éditeur ; l'égalité des éditeurs face à la distribution ; La solidarité entre éditeurs et coopérateurs.

**Lunule** : Défaut de conditionnement d'un paquet filmé correspondant à une absence de matière sur le côté, suite à une rétractation trop importante du film.

## M

**Mandant** : Terme juridique qualifiant la personne physique ou morale qui donne mandat pour assurer la distribution de ses titres de presse.

**Mandat** : Acte par lequel une personne physique ou morale est chargée d'en représenter une autre pour l'accomplissement d'un ou plusieurs actes juridiques.

**Mandataire** : Personne physique ou morale ayant reçu mandat d'assurer la distribution et la diffusion de la presse dans le cadre du mandat passé entre les deux parties.

**Marchand de journaux** : Voir Diffuseur de Presse

**Modification de service** : Demande de changement de quantités, à la hausse ou à la baisse, faite par les agents de la vente (diffuseurs ou dépositaires).

**Montant fort** : Montant correspondant au prix facial des exemplaires d'un numéro.

**Montant net** : Montant correspondant au prix des exemplaires d'un numéro, déduction faite de la commission perçue par les agents de vente.

## O

**OD** : Voir Opérations Diverses

**Office** : Opération consistant à modifier de manière proportionnelle les quantités prévues à un groupe de distributeurs. *Synonyme* : *prorata*.

**Office de Justification de la Diffusion (OJD)** : Voir Diffusion contrôle

**Offre couplée** : Déclinaison d'un titre mis en vente sous flow-pack avec un autre titre généralement du même éditeur à un prix discount.

**Offre liée** : Déclinaison d'un titre mis en vente avec un plus produit.

**One Shot** : Utilisé pour décrire un produit de périodicité unique, donc destiné à la parution d'un seul numéro.

**Ours (I')** : Terme couramment utilisé pour désigner les mentions légales obligatoires à imprimer sur chaque numéro d'une publication (raison sociale de la société éditrice, forme juridique, capital, adresse du siège social, nom du PDG ou du gérant, nom du Directeur de la Publication, nom du Directeur de la Rédaction et du Rédacteur en chef, les noms des principaux porteurs de parts et le nom de l'imprimeur). *Synonyme : mentions légales.*

## P

**Panel** : Echantillon représentatif et constant de diffuseurs de presse. Il permet d'obtenir une estimation des ventes réalisées à un instant donné pour un titre.

**Pantalon** : Matériel d'affichage sur point de vente.

**Papier** : Terme générique qualifiant l'ensemble des fournitures de presse.

**Paquet complet** : Paquet d'une publication, confectionné à la sortie d'imprimerie et comprenant chacun un nombre identique d'exemplaires.

**Para presse** : Ce sont des produits qui ne sont pas distribués aux mêmes conditions tarifaires que les produits bénéficiant du statut presse. Les agents de la vente sont sur-commissionnés sur ces produits.

Les produits ci-dessous relèvent de la para presse ou para papèterie :

- Produits de jeux (coloriages, gommettes, loisirs créatifs) qui ne recourent à l'écrit que pour une part rudimentaire.
- Affiches, posters, calendriers, agendas, - Vignettes, cartes ainsi que les albums destinés à les recevoir.
- Les remises en vente des publications de presse ou de produits « assimilés librairies », les albums et recueils d'inventus de publications de presse.

**Passe** : Quantité fournie à MLP par l'éditeur (environ 4%), mais non comptabilisée dans la prise en charge. Elle est destinée à servir les réclamations après distribution.

**Pastillage ou re-pastillage** : Opération consistant à coller sur chaque produit une étiquette type CAB ou accroche prix. Cette opération est réalisée par MLP sur devis.

**PCF** : Voir Prix de Couverture France

**PCL** : Voir Prestations Complémentaires Logistiques

**PEC** : Voir Prise En Charge

**Périodicité** : Fréquence de parution d'un titre, déterminant sa durée de mise en vente. Elle peut être régulière (c'est à dire constante) ou irrégulière.

**Pile** : Voir Présentation en piles

**Plafonnement** : Cette mesure vise à réguler la fourniture en maintenant les ventes pour alléger les linéaires et la charge de travail des diffuseurs.

**Plan de Travail Prévisionnel (PTP)** : Le PTP est constitué 48H00 avant la mise en vente sur le réseau à partir des titres reçus conformes sur les plateformes MLP. Il permet de dimensionner les moyens humains et logistiques nécessaires au traitement des titres.



**Plan Presse** : Regroupe l'ensemble des moyens nécessaires au traitement des titres depuis les plateformes MLP.

**Plus-produit** : Produit accompagnant la publication et ne pouvant être vendu séparément.

**PLV** : Voir Publicité sur lieu de vente

**PM** : Voir Produit Multimédia

**Pochette** : Ensemble de plusieurs publications invendues non reliées entre elles, mises sous flow-pack et vendu à un prix discount. *Synonyme* : *pack*.

**Point de Vente Complémentaire (PVC)** : Linéaire presse situé dans un commerce de proximité (bar, brasserie, tabac,...) où la vente de produits presse constitue une activité accessoire.

**Point de Vente Thématique (PVT)** : Il s'agit d'enseigne spécialisée possédant un assortiment de presse en adéquation avec sa thématique. (Ex : Sport)  
Le point de vente thématique est situé dans un magasin spécifique de type Grandes Surfaces Spécialisées et constitue une activité accessoire à ce magasin. La sélection des publications s'effectue en cohérence avec les produits commercialisés par le magasin.

**Portage** : Livraison des clients à domicile par des porteurs.

**Positionnement linéaire** : Titres de référence communiqués au réseau par l'éditeur afin de permettre aux diffuseurs de positionner le nouveau titre dans leur point de vente.

**PPC** : Voir Prix de Prise en Charge à l'Export.

**PQN** : Presse Quotidienne Nationale.

**PQR** : Presse Quotidienne Régionale.

**Prématurés** : Voir Retours prématurés.

**Préparation** : Terme regroupant l'ensemble des opérations en amont de la distribution d'un titre, avec l'édition des documents de répartition.

**Présentoir** : Matériel de présentation et de distribution destiné à mettre en valeur un produit donné, en dehors du linéaire du point de vente.

**Prestations Complémentaires Logistiques (PCL)** : Elles regroupent toutes les prestations qui sont réalisées sur les invendus dans le but soit d'une remise en vente sur le réseau : tri qualité, repastillage ; soit d'une réutilisation de tout ou partie de ces invendus (désencartage) pour une nouvelle utilisation sur le réseau presse ou sur d'autres réseaux et peuvent contenir des prestations de conditionnement : mise sous film, mise sous coque, ficelage, impression de raidisseur ...

**Prise en charge (PEC)** : Comptabilisation de la fourniture réceptionnée et conforme, déduction faite de la passe et des réclamations du réseau.

**Prix de Couverture France (PCF)** : C'est le prix français imprimé en couverture servant à la distribution en métropole. *Synonyme* : *prix facial, valeur faciale*.

**Prix de Prise en Charge à l'Export (PPC)** : C'est le prix français correspondant au prix de vente local, pris en charge par la messagerie. Il peut être différent du PCF.

**Prix de Vente Local (PVL)** : Prix de vente à l'export, c'est le prix imprimé correspondant à la valeur du PCF adapté au marché local.

**Prix facial** : Prix de vente public imprimé sur le code à barres et sur la couverture de la publication. *Synonyme : valeur faciale.*

**Prix préférentiel** : Prix local à l'export plus bas que la valeur du PCF, accordé par l'éditeur sur un marché le nécessitant.

**Produit Multimédia (PM)** : Produit dont l'élément essentiel est constitué d'un support numérique ou magnétique (BLURAY, DVD, VHS, CD audio...).

**Produit Presse** : Publication qui remplit les conditions suivantes :

- Avoir une périodicité inférieure ou égale à trimestrielle
- Etre principalement consacrée à l'écrit et avoir un contenu qui appelle une succession de parutions.

**Projet de répartition** : Proposition de répartition déterminée en fonction de titres de référence choisis par MLP et soumis à l'éditeur.

**Provision financière** : Part du Résultat Net retenue au paiement de l'A Valoir et reversée au règlement de la parution.

**PTP** : Voir Plan de Travail Prévisionnel

**Publication** : Tous les titres autres que les quotidiens, quelle que soit leur périodicité. *Synonyme : magazine*

**Publication irrégulière** : Entre dans cette catégorie les titres apériodiques (ceux qui peuvent constituer une série, mais sans respecter une périodicité définie), les uniques et enfin les hors-séries.

**Publicité sur lieu de vente (PLV)** : C'est un élément du merchandising qui retourne d'une technique de communication directe à l'attention du consommateur, alors qu'il se situe sur le lieu de vente du produit. Elle utilise notamment : les affiches et les affichettes, les habillages de linéaires, les banderoles, les présentoirs, les distributeurs de coupons ou de dépliant, le ticket de caisse, les sacs plastiques ...

**Provision sur invendus** : Somme évaluée sur la base d'une proportion pondérée d'invendus constatée sur une période antérieure, débitée provisoirement en attendant la comptabilisation définitive des invendus retournés aux messageries.

**PVC** : Voir Point de Vente Complémentaire.

**PVL** : Voir Prix de Vente Local

**PVT** : Voir Point de Vente Thématique.

# R

**Rappel** : Relève des exemplaires invendus des titres, soit à la mise en vente du numéro suivant dans le cas d'un titre régulier, soit à la fin de la durée de mise en vente déterminée par la périodicité du titre.

**Rayon intégré (RI)** : Rayon presse implanté dans un hyper ou supermarché.

**Réassortiment (ou Réassort)** : Fourniture d'une quantité supplémentaire d'exemplaires d'un titre en cours de vente, à la demande du point de vente.

**Réclamation** : Constat fait par le grossiste d'une différence, en plus ou en moins, entre la quantité reçue et celle facturée sur le BEJ. Il peut s'agir de réclamations sur fournitures d'exemplaires à parution du titre ou sur réassorts.

**Réception conforme** : Titre réceptionné, dont le conditionnement respecte le cahier des charges de livraison et dont les quantités sont conformes.

**Reconnaître le papier** : Contrôler à l'arrivée les titres reçus ainsi que la quantité d'exemplaires.

**Réglage** : Adaptation, optimisation, modification de la répartition d'un titre à partir de son historique de ventes.

**Règlement différé** : Concerne les titres dont le montant des fournitures sera débité avec un mois de décalage par rapport à la date de livraison.

**Réglette** : Document de préparation d'un titre utilisé pour la distribution.

**Réimplantation** : Action de modification de l'assiette de distribution d'un titre à partir des statistiques de ventes d'autres titres.

**Reliure** : Classeur cartonné destiné à regrouper un nombre déterminé de fascicules pour constituer un volume.

**Rémunération du réseau** : Il s'agit d'un taux appliqué au chiffre d'affaires prix fort de la parution, qui varie selon le réseau de distribution concerné.

**Répartition** : Opération consistant à prévoir, pour chaque distributeur et pour un titre donné, la quantité à lui fournir.

**Réseau de distribution** : Ce sont les agents de la vente composés de dépositaires (ou grossistes) et de diffuseurs (détaillants). *Synonyme* : *réseau de vente*

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

**Retour prématuré** : Exemple d'un numéro en cours de vente retourné avant la date de rappel.

**RI** : Voir Rayon Intégré

**Routage** : Itinéraire retenu pour le transport du papier.

# S

**Segment** : classification marketing des titres sous la famille merchandising.

**Service administration** : Quantité d'exemplaires d'un titre livré, envoyé à l'éditeur ou à un organisme désigné. *Synonyme* : *service éditeur*.

**Sociétaire** : Est sociétaire tout client ayant confié 1 titre presse à MLP sur la période fiscale de référence. Les sociétaires ont droit de vote aux assemblées générales MLP sous le régime 1 éditeur 1 voix.

**Simulation de coût** : Etude du coût de distribution d'un titre, d'après ses caractéristiques propres et d'hypothèses de résultats de vente déterminée en collaboration avec l'éditeur.

**Solde reporté** : C'est 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 restants à comptabiliser.

**Sondage** : Permet d'estimer la vente d'une parution, au jour J, en extrapolant les ventes d'un panel de diffuseurs.

**Statut d'invendus** : Déterminé à la parution, il fixe les opérations à effectuer sur les invendus retournés (destruction, récupération totale ou partielle).

Les différents statuts sont :

- N : destruction totale
- P : Récupération des invendus à Paris
- T : Récupération totale des invendus
- Y ou Z : Récupération partielle des invendus.

*Synonyme* : *traitement des invendus*.

**Statut éditeur** : Statut de l'éditeur au sein de MLP (sociétaire, usager).

**Sticker** : Pastille autocollante à caractère promotionnelle. Elle est apposée sur la 1<sup>ère</sup> de couverture, directement sur la publication ou sur le blister.

**Suffixe de parution** : La lettre H, N, S, juxtaposée au numéro de parution, identifiant la gestion des règles de rappel d'invendus.

**Suffixée** : Identification à 2 chiffres permettant de différencier les éditions particulières d'une parution. Une parution sans édition particulière est identifiée « 00 ».

**Suivi des ventes** : baromètre marketing permettant de suivre l'évolution de l'activité de la messagerie à périmètre courant ou l'évolution des ventes des publications à périmètre constant.

**Supplément encarté** : Publication « en supplément » mise à l'intérieur d'un titre principal et ne pouvant être vendue séparément.

# T

**Tarif postal préférentiel** : Tarif accordé aux publications bénéficiant d'un numéro de CPPAP après demande à la direction départementale des postes.

**Tirage** : Terme correspondant à la quantité d'exemplaires imprimés pour un numéro.

**Titre** : Voir libellé

**Titres de référence** : Titres de la même famille, segment ou sous-segment dont l'historique de vente sert à déterminer l'implantation ou la réimplantation d'un titre. Les règles déontologiques fixent leur nombre à 3, de 3 éditeurs distincts.

**Tournée** : Itinéraire de livraison des points de vente, dans un ordre déterminé.

**Traitement des invendus** : Voir statut d'invendus.

**Tranche** : Il s'agit du côté d'un exemplaire, on dit aussi le dos carré. La tranche est souvent utilisée par les éditeurs pour l'identification de la parution.

**Trop vieux (TV)** : Voir Délai de péremption.

**Turnover** : Suivi mensuel de l'offre produit MLP qui permet de suivre le solde des nouveautés (créations, transferts, cessations, et départs).

# U

**Usager** : Editeur qui ne confie pas l'exclusivité de sa distribution à la messagerie, ou qui confie uniquement des titres hors presse. Il ne peut donc bénéficier du statut sociétaire.

# V

**Valeur faciale** : Voir Prix facial

**Ventes valorisées** : Ventes multipliées par le prix de vente du titre. *Synonyme : chiffre d'affaires prix fort*

**VN** : Vieux Numéro.

# Z

**Zone de chalandise d'un point de vente** : La zone habituelle ou prévisionnelle de provenance de l'essentiel des clients du point de vente.