

ACUERDO PARA LA REACTIVACIÓN DEL MERCADO DE COLECCIONABLES

Noviembre 2015

EDITORES:

- Editorial Planeta DeAgostini S.A. (PASA) representada en este acto por D. Xavier Girbau (Director General)
- R.B.A. representada en este acto por D. Ricard Monllau (Director General de Coleccionables)
- SALVAT representada en este acto por D. Mauricio Altarriba (Director General)

ASOCIACIONES DE PUNTOS DE VENTA:

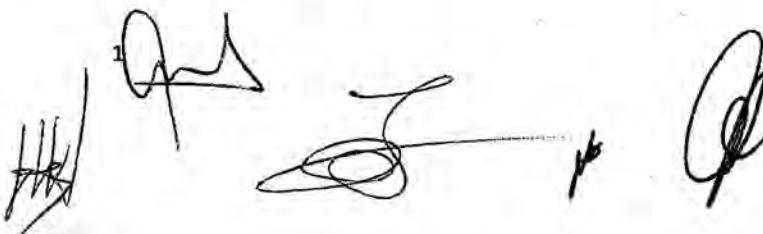
- Agrupación Nacional de Vendedores de Publicaciones (ANVP) representada en este acto por D. Rafael Artacho (Presidente)
- Confederación de Vendedores de Prensa de España (COVEPRES) representada en este acto por D. Juan Vicioso (Presidente)
- Asociación de Vendedores Profesionales de Prensa de Madrid (AVPPM) representada en este acto por D. Javier Larrea (Presidente)
- Asociación Profesional de Vendedores de Prensa de Barcelona y Provincia (APVPBP) representada en este acto por D^a Cristina Anés (Presidenta)

ASOCIACIONES DE DISTRIBUIDORES DE PUBLICACIONES:

- Unión de Distribuidores Nacionales de Ediciones (UDNE) representada en este acto por D. Pedro Castaños Ruiz (Presidente) y D. Javier Coldefors Martínez (Vicepresidente)
- Asociación Nacional de Distribuidores de Publicaciones (ANDP) representada en este acto por D. Alfonso Arbesú López (Presidente) y D. Jesús López Díaz (Vicepresidente)

EXPONEN

La representación de Editores de Coleccionables, Asociaciones de Puntos de Venta y Asociaciones de Distribuidores de Publicaciones consideran que es prioritario fortalecer las posibilidades de venta de productos coleccionables en el canal de comercialización, que viene reduciendo de forma sustancial su actividad en los últimos ejercicios.



Para ello consideran que es imprescindible alcanzar compromisos por todos los agentes implicados en el canal, con los siguientes

Objetivos:

- Beneficiar a los clientes finales mediante una oferta más completa, atractiva y diversificada del producto coleccionable.
- Permitir a los editores de coleccionables aumentar el volumen de los mismos, obteniendo rentabilidad adicional en los test de nuevos productos, que les permita abordar de forma eficiente un mayor número de colecciones en el mercado.
- Aumentar los ingresos del canal (punto de venta y distribuidores) mediante un mayor volumen de ventas del producto coleccionable.

Entorno marco:

Este acuerdo entre representantes de editores, distribuidores y puntos de venta se plantea dentro del marco de medidas para el sostenimiento del canal de comercialización especializado en publicaciones periódicas, según la Declaración Institucional firmada el pasado 19 de Septiembre de 2012, entre AEDE, ARI, ANDP y UDNE, en la cual se considera como prioritario *"establecer un marco de apoyo a la red de Puntos de Venta, y particularmente a los puntos de venta especialistas en la comercialización de publicaciones periódicas, habida cuenta de la grave situación que estos puntos de venta están atravesando, con una reducción continuada de su número en los últimos años, y además, considerando que constituyen el principal canal de comercialización para las publicaciones de las empresas editoriales, y que su mantenimiento supone una garantía de futuro para todo el sector en su conjunto"*.

Por todo ello

ACUERDAN

1. Ámbito de Aplicación:

A efectos de aplicación del Acuerdo, se considera la siguiente definición de Coleccionable: *"Obra editorial compuesta por varias entregas numeradas, y duración limitada, cuya periodicidad está determinada, y que consta de una parte editorial, y habitualmente otra no editorial. Se trata de un producto cuya venta siempre se realiza de forma independiente en los puntos de venta de publicaciones, es decir, su venta es independiente de otros productos como por ejemplo diarios, revistas, cromos, "one shot", etc..."*

2



La aplicación de las condiciones del Acuerdo se realizará considerando que los lanzamientos previstos corresponden a colecciones con publicidad en televisión, y no a reediciones sin publicidad.

Este acuerdo queda abierto a la posibilidad de adhesión por nuevos agentes que intervinieran en el sector.

2. Adecuación Descuentos:

Se establece una adecuación de descuentos para el canal según los términos económicos recogidos en el documento anexo **Bases para el Acuerdo Sectorial de Coleccionables** y resumido en el siguiente cuadro, según el desglose especificado en el punto 4:

0 a 4,99 €	0
5 a 6,99 €	-1,5 puntos
7 a 10,99 €	-2,5 puntos
11 a 14,99 €	-3,5 puntos
15 a 19,99 €	-4,5 puntos
Más de 20 €	-6 puntos

La adecuación de descuentos queda sujeta al incremento de actividad por parte de los Editores.

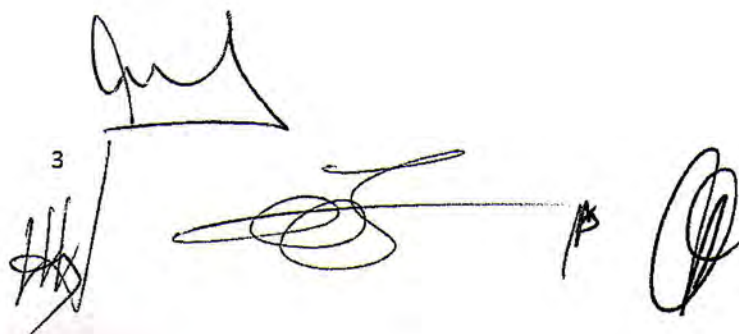
- Fecha de aplicación del Acuerdo: El acuerdo será de aplicación en todas las colecciones lanzadas al mercado a partir de Diciembre15/Enero16.

3. Aumento de facturación Editores:

Constatación de la valoración real y económica del esfuerzo editorial (como contrapartida a la reducción de descuentos) y materializada en aumento de lanzamientos, con publicidad en TV y facturación particularizada por editor.

Las Distribuidoras Nacionales serán las responsables de verificar el cumplimiento, o no, de los compromisos particulares de cada Editor hacia el punto de venta o el distribuidor, de cara a la consecución individual de los nuevos descuentos.

3



EJERCICIO	PERIODO	NÚMERO LANZAMIENTOS	INCREMENTO FACTURACIÓN
BASE	Sept. 14/Agosto 15	20	X
1º	Enero 16/Diciembre 16	23	10%
2º	Enero 17/Diciembre 17	24	10%
3º	Enero 18/Diciembre 18	26	10%
	Estimación Acumulada		33%

4. Desglose y efectos económicos:

Se ha estimado que del descuento cedido por el editor al canal, el punto de venta recibe una media del 60% (22,75%) y el distribuidor (nacional y local) un 40% (15,25%).

Por tanto con esta estimación se ha realizado los cálculos, dividiendo al 50% la reducción de descuentos entre los distribuidores nacionales y locales.

DESGLOSE

RANGO	% VENTA (1)	% TOTAL	% NACIONAL	% LOCAL	% PTO. VENTA
0 - 4,99	20,60%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
5 - 6,99	12,40%	1,50%	0,30%	0,30%	0,90%
7 - 10,99	40,80%	2,50%	0,50%	0,50%	1,50%
11 - 14,99	20,40%	3,50%	0,70%	0,70%	2,10%
15 - 19,99	5,90%	4,50%	0,90%	0,90%	2,70%
Más de 20	0,00%	6,00%	1,20%	1,20%	3,60%
Impacto Medio Descuento (1)		2,18%	0,44%	0,44%	1,31%

4

(1) Estimaciones en función de la venta de coleccionables en el año 2014

EFFECTOS ECONÓMICOS

CANAL	AUMENTO ESPERADO DE MÁRGENES POR AÑOS (Acumulado %)			
	BASE	1º	2º	3º
EDITOR	X	13,9	25,3	37,8
DISTRIBUCIÓN	Y	3,7	14,1	25,5
PUNTOS DE VENTA	Z	3,7	14,1	25,5
TOTAL INCREMENTO (Sobre Base)		10,0	21,0	33,1

En el primer año del acuerdo se estima que el margen global del sector se incremente el 10%, que será repartido entre las 3 partes, siendo que los Editores percibirán un incremento del 13,9% para que puedan invertir en nuevos productos y publicidad.

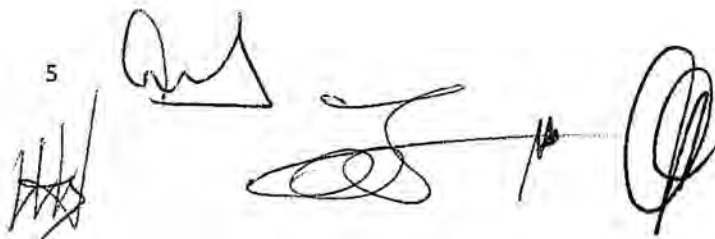
En el 3er. año se estima que el incremento de márgenes, respecto a 2014 sea del 33%, y que los Puntos de Venta hayan percibido un incremento del 25,4%, lo que supondría un crecimiento en el margen para los puntos de venta aproximadamente de 1,5 millones de €.

5. Otros compromisos de los Editores:

Los precios y regalos que se propongan por parte del editor para las suscripciones directas o a través de puntos de venta deben ser exactamente iguales, exceptuando únicamente la fórmula de pago por el suscriptor.

Los editores incluirán en los números iniciales de la colección dos boletines de suscripción, de igual tamaño y presencia, en los cuales se informe al comprador sobre la posibilidad de suscribirse a través del punto de venta, o bien a través de suscripción directa, en igualdad de condiciones, según lo descrito en el anterior punto.

5



El Sistema Reserva Garantizada de la colección en el punto de venta, o un sistema de suscripción en el punto de venta equivalente, será condición para todas las editoriales que quieran favorecerse del descuento especial, y se aplicará como fórmula para garantizar la igualdad de oportunidades para el punto de venta en la captación de suscripciones.

Desarrollo de fórmulas de apoyo por parte de los editores para, en la medida de sus posibilidades, promocionar e incentivar a los puntos de venta a través de campañas específicas en medios propios, publicidad en el punto de venta, promociones, mención al canal kiosco en los spots de lanzamiento de cada colección, etc...

6. Seguimiento del Acuerdo:

Las incidencias o dudas que se produzcan respecto a la aplicación del Acuerdo, se tratarán a través de una Mesa de Trabajo Sectorial del Coleccionable, con participación de representantes de editores, distribuidores y puntos de venta, que mantendrá al menos dos reuniones anuales, tanto para el seguimiento del Acuerdo, como para cualquier otro tema del sector del coleccionable que se plantee.

7. Ámbito temporal:

Este acuerdo tendrá un alcance de 3 ejercicios (hasta Diciembre de 2018), realizándose una evaluación del funcionamiento del mismo con carácter anual, para valorar los resultados y su posible prórroga.

Los abajo firmantes, en representación de sus respectivas empresas o asociaciones, cuyos nombres les anteceden, firman este acuerdo el **16 de Noviembre de 2015**:

Por Planeta De Agostini:



D. Xavier Gibrau

Por RBA:

D. Ricard Monllau

Por Salvat:



D. Mauricio Altarriba

Por ANVP:

D. Rafael Artacho

Por COVEPRES:

D. Juan Vicioso

Por AVPPM:

Por APVPBP:

D. Javier Larrea

D^a Cristina Anés

Por UDNE:

Por UDNE:

D. Pedro Castaños

D. Javier Coldefors

Por ANDP:

Por ANDP:

D. Alfonso Arbesú

D. Jesús López