

Conseil Supérieur des Messageries de Presse

Communiqué

- Evolution du Réseau de niveau 3 - Motion d'information et d'alerte adoptée par la Commission du Réseau

La Commission du Réseau du Conseil Supérieur des Messageries de Presse, à l'occasion de sa séance qui s'est tenue le 1^{er} juin 2011, s'est penchée sur les données d'évolution du réseau de vente depuis le début de l'année 2011.

La Commission s'inquiète du faible nombre de « Propositions diffuseur » qui lui ont été transmises par les dépositaires de presse durant le 1^{er} semestre 2011. La Commission a été appelée à examiner 539 dossiers de création contre 778 sur la même période en 2010, soit une forte baisse de - 31%.

La Commission du Réseau souligne que ce constat sur la baisse du nombre d'ouvertures de points de vente est d'autant plus préoccupant qu'il s'accompagne d'une réelle détérioration de la qualité du réseau de vente.

En effet, le poids des points de vente complémentaires « PVC » dans le total des créations augmente sensiblement, pour atteindre 44 % (39 % sur la même période 2010). Mais surtout la Commission relève que près du tiers des nouveaux « PVC » sont en fait des magasins de presse à offre large qui optent pour ce statut de magasin à offre limitée. La Commission souligne que ces changements de nature s'accompagnent d'une perte de chiffre d'affaires estimée par les sociétés de messageries de presse à 50 %.

La Commission du Réseau souligne, qu'en son Assemblée générale du 18 novembre 2010, le Conseil Supérieur a adopté la recommandation suivante de la Commission de Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles :

« La Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles relève que le recours aux points de vente complémentaires (PVC et PVT), qui se voient appliquer des conditions d'assortiment dérogatoires à travers un nombre de titres limité, issus d'une logique de palmarès national ou thématique, a été admis par la profession à titre transitoire.

La Commission recommande que, dès lors que les agents de la vente auront la faculté de recourir à des dispositions d'assortiment des titres reposant sur le dialogue commercial, le Conseil Supérieur des Messageries de Presse veille à limiter le recours au dispositif transitoire des points de vente complémentaires et à assouplir ses règles de gestion. Naturellement cette démarche devra prendre en compte le réseau déjà constitué de ces points de vente et les contrats en cours. »

Aussi, la Commission du Réseau, dans le cadre de la mission qui lui est confiée par le Conseil Supérieur et qui l'appelle notamment à « *veiller à la bonne organisation, à la pertinence, à l'efficacité et au développement équilibré du Réseau* », souhaite alerter la profession sur les conséquences concrètes et quotidiennes, préjudiciables à l'exposition de la presse et à la vente, du retard pris dans la mise en œuvre de la réforme d'adaptation de l'offre de presse aux points de vente.

La Commission du Réseau appelle également les dépositaires de presse à se mobiliser fortement et sans délai pour assurer la capillarité et l'efficacité du réseau de vente de la presse sur les zones de chalandise qui leur sont confiées, conformément aux attentes des éditeurs.

Paris, le 1^{er} juin 2011