

**RAPPORT PUBLIC D'ACTIVITE
DU CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE**

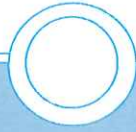
2013

ANNEXES - VOLUME 2



JUIN 2014

Conseil supérieur des messageries de presse



► Décisions

CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

DECISION N° 2013-01

Relative aux critères d'accès aux conditions de distribution « presse » des messageries de presse et à la régulation des titres et produits distribués par les messageries de presse dans le cadre du contrat de mandat

Décision devenue exécutoire

Le Conseil supérieur des messageries de presse

Sur proposition du Président ;

Vu la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 modifiée par la loi n° 2011-852 du 20 juillet 2011, notamment son article 18-6 (12°) ;

Après consultation des acteurs de la distribution de la presse et notamment des organisations professionnelles représentatives des agents de la vente de presse ;

Adopte la décision suivante :

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 :

« 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 :

Périodicité	Durée 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

Conseil supérieur des messageries de presse

Critères d'accès aux conditions de distribution « presse » des messageries de presse et à la régulation des titres et produits distribués par les messageries de presse dans le cadre du contrat de mandat

Décision n° 2013-01 - Assemblée du 28 mars 2013

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.

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° de la présente décision que si lesdits hors-séries satisfont aux critères définis par le Conseil supérieur en 1992 et actualisés en septembre 2006, ci-après reproduits :

« Un hors-série doit se rattacher à une publication de presse nécessairement préexistante et dont la périodicité est établie. 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 doit 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 supérieure à bimestrielle : | deux hors-séries par année civile ; |
| ▪ périodicité mensuelle et bimestrielle : | six hors-séries par année civile ; |
| ▪ périodicité inférieure à mensuelle : | douze hors-séries par année civile. » |

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

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° de la présente décision, fait la preuve de la régularité de sa périodicité. Cette régularité est réputée établie à compter de la 6^{ème} parution dans la série pour les titres de périodicité quotidienne, de la 5^{ème} parution dans la série pour les titres de périodicité hebdomadaire, bimensuelle ou mensuelle et de la 4^{ème} parution dans la série pour les titres de périodicité supérieure à mensuelle.

6° Pour bénéficier des conditions tarifaires particulières visées au 5°, 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.

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 reproduits :

7°-a : Encyclopédies

« 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 multimédia

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

7°-c : Produits assimilés 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-séries 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 l'enseigne 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 groupement d'entreprise, ou qui sont en réalité des 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 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 de ou des organisations professionnelles représentatives des diffuseurs de presse.

9° Les produits « hors presse » visés au 7° de la présente décision peuvent être distribués par les messageries de presse aux agents de la vente de presse 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 à 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 de produits dans le cadre des contrats de mandat, les critères de qualification rappelés dans la présente décision. Sous réserve des vérifications effectuées par la messagerie conformément au 11°, 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.

La présente décision sera transmise à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse, conformément aux dispositions de l'article 18-13 de la loi du 2 avril 1947 susvisée.

Le Président du Conseil supérieur des messageries de presse



Jean-Pierre ROGER

CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

DECISION N° 2013-02

***fixant les conditions de règlement par les diffuseurs de presse
des fournitures distribuées par les messageries de presse
dans le cadre du contrat de mandat***

Décision devenue exécutoire

Le Conseil supérieur des messageries de presse

Sur proposition du Président ;

Vu la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 modifiée par la loi n° 2011-852 du 20 juillet 2011, notamment son article 18-6 (12°) ;

Après consultation des acteurs de la distribution de la presse et notamment des organisations professionnelles représentatives des agents de la vente de presse ;

Adopte la décision suivante :

1° Le relevé hebdomadaire établi le lundi de la semaine S+1 par chaque dépositaire de presse à l'attention des diffuseurs de presse de sa zone de desserte ou, le cas échéant, par les messageries de presse qui livrent directement les diffuseurs, récapitule les fournis de la semaine S (du dimanche au samedi inclus), déduction faite des invendus restitués entre le vendredi de la semaine S-1 et le jeudi de la semaine S (inclus).

2° Le relevé hebdomadaire distingue les fournis en « règlement immédiat » et les fournis en « règlement différé ». Il présente le montant dû par le diffuseur de presse, déduction faite de la commission qui lui revient, lequel totalise notamment les opérations en « règlement immédiat » et les opérations en « règlement différé » arrivées à échéance.

3° Le relevé hebdomadaire est payable par le diffuseur de presse au dépositaire de presse, le lundi de la semaine S+2 par chèque ou le mercredi de la semaine S+2 par prélèvement.

4° Les parutions dont la périodicité est inférieure à mensuelle sont en « règlement immédiat ».

5° Les parutions dont la périodicité est égale ou supérieure à mensuelle sont en « règlement différé ».

6° La durée du « règlement différé » est fonction de la durée de mise en vente de la parution selon les modalités suivantes :

Durée de mise en vente	Durée du « règlement différé »
30 jours	2 semaines
56-60 jours	8 semaines
90 jours	11 semaines

7° Sauf dispositions particulières plus favorables aux diffuseurs de presse arrêtées par voie contractuelle, la durée du « règlement différé » pour les produits « hors presse » satisfaisant aux critères énoncés au 7° de la décision n° 2013-01 du Conseil supérieur, est conforme aux dispositions de l'article 6° ci-dessus.

Conseil supérieur des messageries de presse

Conditions de règlement par les diffuseurs de presse des fournitures distribuées par les messageries de presse dans le cadre du contrat de mandat

Décision n° 2013-02 - Assemblée du 28 mars 2013

8° Les dispositions de la présente décision s'appliquent aux parutions mises en vente à compter du 1^{er} juin 2013 et au paiement du relevé hebdomadaire à compter du relevé établi le 3 juin 2013 et payable le lundi 10 juin 2013 par chèque ou le mercredi 12 juin 2013 par prélèvement.

La présente décision sera transmise à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse, conformément aux dispositions de l'article 18-13 de la loi du 2 avril 1947 susvisée.

Le Président du Conseil supérieur des messageries de presse



Jean-Pierre ROGER

CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

DECISION N° 2013-03

***Relative à la rémunération des agents de la vente de presse
en cas de baisse promotionnelle du prix de référence d'une parution d'un titre
et modifiant la décision n° 2011-01***

Décision devenue exécutoire

Le Conseil supérieur des messageries de presse

Sur proposition du Président ;

Vu la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 modifiée par la loi n° 2011-852 du 20 juillet 2011, notamment son article 18-6 (9°) ;

Vu la décision n° 2011-01 *relative à la fixation des conditions de rémunération des agents de la vente de presse*, adoptée par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse le 1^{er} décembre 2011 et rendue exécutoire par la délibération n° 2011-01 de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse en date du 19 décembre 2011 ;

Après consultation des organisations professionnelles des agents de la vente de presse ;

Adopte la décision suivante :

Les dispositions de la décision n° 2011-01 du CSMP susvisée *relative à la fixation des conditions de rémunération des agents de la vente de presse* sont modifiées comme suit :

1° La présente décision s'applique aux journaux et publications périodiques distribués par les sociétés coopératives de messageries de presse.

2° La présente décision s'applique à partir de la :

- sixième parution des titres quotidiens ;
- cinquième parution des titres hebdomadaires ;
- troisième parution des titres bimensuels et mensuels ;
- deuxième parution des titres bimestriels et trimestriels.

3° Par exception au principe énoncé au 1° de la décision n° 2011-01, en cas de baisse promotionnelle du prix de référence d'un titre à l'occasion d'une parution, la rémunération des agents de la vente de presse est calculée par application du taux de commission, non pas sur la base du prix promotionnel du titre, mais sur celle du prix de référence du titre.

4° Le prix de référence d'un titre correspond au prix public communément observé sur la série, hors prix promotionnels. Il est déclaré par l'éditeur à la messagerie à laquelle est confiée la distribution du titre lors de la parution dont le rang est défini au 2° ci-dessus et, ultérieurement, à l'occasion de toute modification durable du prix de référence. La messagerie contrôle l'exactitude de la déclaration de l'éditeur et, à défaut de déclaration, détermine le prix de référence du titre qu'elle notifie à l'éditeur concerné.

5° Les modalités de mise en œuvre de la présente décision font l'objet d'un accord entre sociétés coopératives et entreprises de messageries, notamment en vue de procéder à la réalisation des développements informatiques nécessaires à son exécution. Cet accord est immédiatement communiqué au Secrétariat permanent du Conseil supérieur. Si aucun accord n'est intervenu avant le 15 avril 2013, il sera fait application des dispositions de l'article 18-11 de la loi du 2 avril 1947 susvisée.

Conseil supérieur des messageries de presse

Rémunération des agents de la vente de presse en cas de baisse promotionnelle du prix de référence d'une parution d'un titre et modifiant la décision n° 2011-01

Décision n° 2013 - Assemblée du 28 mars 2013

6° Les dispositions de la présente décision s'appliquent aux parutions mises en vente à compter du 1^{er} juin 2013.

La présente décision sera transmise à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse, conformément aux dispositions de l'article 18-13 de la loi du 2 avril 1947 susvisée.

Le Président du Conseil supérieur des messageries de presse



Jean-Pierre ROGER

CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

DECISION N° 2013-04

*relative à la régulation des quantités distribuées
dans le réseau collectif de distribution de la presse*

Décision devenue exécutoire

Le Conseil supérieur des messageries de presse

Sur proposition du Président ;

Vu la loi n° 47-585 du 2 avril 1947, modifiée par la loi n° 2011-852 du 20 juillet 2011, notamment son article 18-6 ;

Vu l'article 227-24 du Code pénal ;

Vu l'article D. 19-2 du Code des postes et des communications électroniques ;

Vu le règlement intérieur du Conseil supérieur des messageries de presse ;

Vu la décision n° 2013-01 *relative aux critères d'accès aux conditions de distribution "presse" des messageries de presse et à la régulation des titres et produits distribués par les messageries de presse dans le cadre du contrat de mandat* ;

Après consultation publique ;

Après consultation des acteurs de la distribution de la presse et notamment des organisations professionnelles représentatives des agents de la vente de presse ;

Après avoir pris connaissance de l'avis de la Commission des bonnes pratiques professionnelles en date du 31 mai 2013 ;

Adopte la décision suivante :

- 1° Afin d'assurer l'efficacité du réseau collectif de distribution de la presse, il est institué par la présente décision :
 - a. un dispositif de plafonnement des quantités distribuées aux points de vente (niveau 3) selon les règles définies aux 4° à 19° ci-après ;
 - b. un dispositif de plafonnement des quantités fournies aux messageries de presse (niveau 1) selon les règles définies aux 20° à 28° ci-après ;
 - c. un dispositif de mise à zéro de la fourniture aux points de vente des titres à vente nulle constatée selon les règles définies aux 29° à 35° ci-après.
- 2° Les dispositifs mentionnés au 1° ne sont pas applicables aux journaux et publications présentant un caractère d'information politique et générale au sens de l'article D. 19-2 du Code des postes et des communications électroniques, ni aux journaux et publications de périodicité quotidienne, ainsi qu'aux hors-séries et déclinaisons non régulières qui leur sont clairement rattachés.
- 3° Les dispositifs mentionnés au a) et b) du 1° ne sont pas applicables aux publications de périodicité inférieure à mensuelle dont les ventes moyennes annuelles par parution sont supérieures ou égales à quatre cent mille (400.000) exemplaires, eu égard aux taux d'invendus observés sur celles-ci.

Dispositif de plafonnement des quantités distribuées aux points de vente (niveau 3)

- 4° Pour les publications périodiques régulières autres que celles mentionnées au 2° et au 3°, ainsi que leurs déclinaisons régulières, un dispositif de plafonnement aux points de vente est mis en œuvre à l'égard des titres dont le taux d'inventus, au niveau national, est supérieur au taux de référence de leur tranche de vente. Les titres de presse dont le taux d'inventus, au niveau national, est inférieur ou égal au taux de référence ne sont pas intégrés dans ce dispositif.
- 5° Les tranches de vente retenues pour calculer les taux de référence sont les suivantes :

Tranches de vente		
	moins de	2 500 ex.
de	2 501 à	5 000 ex.
de	5 001 à	10 000 ex.
de	10 001 à	15 000 ex.
de	15 001 à	20 000 ex.
de	20 001 à	25 000 ex.
de	25 001 à	35 000 ex.
de	35 001 à	50 000 ex.
de	50 001 à	75 000 ex.
de	75 001 à	100 000 ex.
	supérieur à	100 000 ex.

- 6° Pour chaque tranche de vente, le taux de référence constituant le seuil de déclenchement du dispositif de plafonnement est arrêté par le Président du Conseil supérieur. Ce taux ne peut être supérieur à 106% du taux médian d'inventus, au niveau national, des publications appartenant à la tranche de vente, tel que calculé à partir des derniers chiffres de diffusion connus. A cette fin, les messageries communiquent au Conseil supérieur, sur demande du Secrétariat permanent, toutes les données nécessaires au calcul des taux médians d'inventus par tranches de vente.
- 7° La décision du Président du Conseil supérieur fixant les taux de référence par tranches de vente est notifiée aux messageries et fait l'objet d'une publication sur une partie librement accessible du site Internet du Conseil supérieur. Ces taux de référence peuvent être révisés périodiquement dans les mêmes formes, en cas d'évolution significative des taux médians d'inventus au niveau national calculés sur la base des chiffres de diffusion communiqués au Conseil supérieur par les messageries.
- 8° Six mois après qu'une décision du Président du Conseil supérieur fixant les taux de référence par tranches de vente a été publiée, les messageries établissent, sous le contrôle du Secrétariat permanent du Conseil supérieur, la liste des titres entrant dans le champ d'application du dispositif de plafonnement sur la base de leurs résultats de ventes au cours des douze derniers mois. Seuls les titres dont les taux d'inventus au niveau national ont été, au cours de l'année précédente, supérieurs au taux de référence des publications de leur tranche de vente sont inclus dans le dispositif de plafonnement.
- 9° Lorsqu'un titre est inclus dans le dispositif de plafonnement, un plafond de distribution est défini pour chaque point de vente en fonction de la moyenne des ventes des précédentes parutions de ce titre constatées dans le point de vente.
- 10° Pour calculer la moyenne des ventes d'un titre dans un point de vente, le nombre de parutions prises en compte est le suivant :
- pour les titres hebdomadaires, les six dernières parutions servies dans le point de vente ;
 - pour les titres mensuels et bimensuels, les cinq dernières parutions servies dans le point de vente ;
 - pour les titres bimestriels, les quatre dernières parutions servies dans le point de vente ;
 - pour les titres trimestriels, les trois dernières parutions servies dans le point de vente.

11° Les plafonds de distribution d'un titre dans un point de vente en fonction de la moyenne des ventes passées de ce titre dans ce point de vente sont les suivants :

Moyenne des ventes (nombre d'exemplaires)	Plafond (en nombre d'exemplaires puis en pourcentage)
[0 ; 0]	0
[0 ; 0,3[	1
[0,3 ; 0,7[	2
[0,7 ; 1,5[	3
[1,5 ; 2[	4
[2 ; 3[	5
[3 ; 3,5[	6
[3,5 ; 4[	7
[4 ; 4,5[	8
[4,5 ; 5[	9
[5 ; 6[	10
[6 ; 7[	11
[7 ; 8[	13
[8 ; 9[	15
[9 ; 10[	17
[10 ; 11[	19
[11 ; 12[	21
[12 ; 13[	23
[13 ; 14[	25
[14 ; 15[	27
[15 ; 20[	48%
[20 ; 100[	45%
[100 ; 9999[	42%

12° Compte tenu du délai matériellement nécessaire pour établir l'historique des ventes par point de vente et en déduire les plafonds applicables, les plafonds ainsi calculés s'appliquent

- pour les titres hebdomadaires et bimensuels, à partir de la troisième parution suivant la dernière des parutions prises en compte pour établir l'historique des ventes ;
- pour les titres ayant une autre périodicité, à la deuxième parution suivant la dernière des parutions prises en compte pour établir l'historique des ventes.

13° Par exception aux dispositions des 9° et 10°, dans les points de vente purement saisonniers et dans les points de vente permanents à caractère saisonnier, le calcul des plafonds de distribution d'un titre est effectué par référence aux ventes constatées pour la parution homologue de ce titre au cours de la saison précédente dès lors qu'une telle parution existe. La liste des diffuseurs de presse concernés est déterminée tous les six mois par le Secrétariat permanent du Conseil supérieur sur proposition des messageries de presse.

14° Sur demande motivée d'un éditeur auprès de la messagerie qui distribue son titre, les plafonds définis ci-dessus ne sont pas applicables pour la parution d'un titre dont il est constaté que la parution « homologue » a réalisé au niveau national des ventes de 30% supérieures à la moyenne des ventes des dernières parutions de ce titre.

15° Lorsque, pour un titre soumis au plafonnement, le nombre d'exemplaires fournis par un éditeur à destination d'un point de vente excède le plafond établi pour ce point de vente en application des dispositions qui précèdent, les quantités excédentaires ne sont pas reportées vers d'autres points de vente et sont immédiatement comptabilisées en invendus par les dépositaires. Elles sont traitées par les messageries selon les règles applicables aux invendus, de manière à ce que la trésorerie des dépositaires ne soit pas pénalisée de ce fait.

16° En ce qui concerne les publications nouvelles, les éditeurs concernés doivent obligatoirement prévoir un dispositif d'implantation et de réglage aux points de vente « tous diffuseurs ». Ce dispositif doit être présenté préalablement à la messagerie assurant la distribution de la publication nouvelle et doit être accepté par elle.

A défaut d'accord entre un éditeur et la messagerie sur la proposition d'implantation et de réglage « tous diffuseurs », et sans préjudice de la possibilité pour l'éditeur ou la messagerie d'entamer une procédure de règlement de différend, la messagerie assure le réglage de chaque parution. Cette prestation de réglage est facturée à l'éditeur concerné selon le barème coopératif.

La prestation de réglage effectuée, selon le cas, par la messagerie ou par l'éditeur est maintenue jusqu'au 31 décembre de l'année suivant celle au cours de laquelle la publication nouvelle a été lancée. Ensuite, les dispositions des 4° à 15° ci-dessus deviennent applicables à la publication concernée.

17° Pour les autres publications qui ne disposent pas d'un historique des ventes, en particulier les hors-séries et les déclinaisons de marque irrégulières, les éditeurs concernés doivent également prévoir un dispositif de réglage point de vente « tous diffuseurs » à chaque parution. Ce dispositif doit être présenté préalablement à la messagerie assurant la distribution de la publication et doit être accepté par elle.

A défaut d'accord entre un éditeur et la messagerie sur un plan de réglage « tous diffuseurs », et sans préjudice de la possibilité pour l'éditeur ou la messagerie d'entamer une procédure de règlement de différend, la messagerie assure le réglage de chaque parution. Cette prestation de réglage est facturée à l'éditeur concerné selon le barème coopératif.

Les dispositions du présent 17° ne s'appliquent pas aux publications qui se rattachent de manière claire et incontestable à un titre maître existant, dont le taux d'invendus au niveau national est tel qu'il n'est pas inclus dans le dispositif de plafonnement.

18° Les publications contenant des images ou des messages à caractère pornographique ou violent ou de nature à porter gravement atteinte à la dignité humaine, entrant dans le champ d'application de l'article 227-24 du Code pénal, font l'objet, de la part des messageries, d'une classification permettant de faire apparaître immédiatement leur caractère spécifique à l'ensemble des agents de la vente.

Par dérogation aux dispositions qui précèdent, les diffuseurs, dont la responsabilité pénale pourrait être mise en cause dès lors que les conditions de présentation au public dans leur local commercial seraient susceptibles de conduire à une exposition de ces publications aux mineurs, sont libres de déclarer s'ils acceptent ou non de les vendre et en quelle quantité. Au regard des nécessités de la vente et des attentes des diffuseurs, chaque dépositaire établit, pour chaque parution de chacun des titres relevant de cette classification, le volume maximal qui doit être livré par les messageries pour leur zone de desserte. Les dispositions du 15° ci-dessus sont applicables aux produits mis en distribution qui excèdent les quantités maximales acceptées.

19° S'agissant des produits « hors presse », tels que définis au 7° de la décision n° 2013-01 susvisée du Conseil supérieur, chaque dépositaire établit, pour chaque parution de chacun de ces produits, et au regard des nécessités de la vente et des attentes des diffuseurs, le

volume maximal qui doit être livré par les messageries pour leur zone de desserte. Les dispositions du 15° ci-dessus sont applicables aux produits mis en distribution qui excèdent les quantités maximales acceptées.

Dispositif de plafonnement des quantités fournies par les éditeurs aux messageries de presse (niveau 1)

20° Le dispositif de plafonnement des quantités distribuées aux points de vente (niveau 3) est complété par un dispositif de plafonnement des quantités fournies par les éditeurs aux messageries de presse (niveau 1).

21° Ce dispositif est mis en œuvre par les messageries à l'égard des publications (autres que celles mentionnées au 2° et au 3°) dont elles constatent que les fournitures au niveau national excèdent, sur plusieurs parutions consécutives, les maximums définis ci-après en fonction des tranches de vente :

Tranches de vente		Nombre maximum de fournis autorisés	
	moins de 2 500 ex.	0 + 5,550	fournis par ex. vendu
de	2 501 à 5 000 ex.	15 313 + 2,205	fournis par ex. vendu au-delà de 2 500 ex.
de	5 001 à 10 000 ex.	22 898 + 2,380	fournis par ex. vendu au-delà de 5 000 ex.
de	10 001 à 15 000 ex.	38 284 + 1,665	fournis par ex. vendu au-delà de 10 000 ex.
de	15 001 à 20 000 ex.	49 000 + 1,935	fournis par ex. vendu au-delà de 15 000 ex.
de	20 001 à 25 000 ex.	59 393 + 1,755	fournis par ex. vendu au-delà de 20 000 ex.
de	25 001 à 30 000 ex.	69 017 + 1,746	fournis par ex. vendu au-delà de 25 000 ex.
de	30 001 à 35 000 ex.	78 611 + 1,737	fournis par ex. vendu au-delà de 30 000 ex.
de	35 001 à 40 000 ex.	88 176 + 1,728	fournis par ex. vendu au-delà de 35 000 ex.
de	40 001 à 45 000 ex.	97 510 + 1,629	fournis par ex. vendu au-delà de 40 000 ex.
de	45 001 à 50 000 ex.	106 012 + 1,431	fournis par ex. vendu au-delà de 45 000 ex.
de	50 001 à 62 500 ex.	113 425 + 1,404	fournis par ex. vendu au-delà de 50 000 ex.
de	62 501 à 75 000 ex.	132 574 + 1,368	fournis par ex. vendu au-delà de 62 500 ex.
de	75 001 à 100 000 ex.	150 925 + 1,350	fournis par ex. vendu au-delà de 75 000 ex.
de	100 001 à 175 000 ex.	187 739 + 1,410	fournis par ex. vendu au-delà de 100 000 ex.
de	175 001 à 250 000 ex.	294 167 + 1,370	fournis par ex. vendu au-delà de 175 000 ex.
de	250 001 à 375 000 ex.	397 081 + 1,346	fournis par ex. vendu au-delà de 250 000 ex.
de	375 001 à 500 000 ex.	563 652 + 1,235	fournis par ex. vendu au-delà de 375 000 ex.
de	500 001 à 750 000 ex.	715 331 + 1,128	fournis par ex. vendu au-delà de 500 000 ex.
de	750 001 à 1 000 000 ex.	990 564 + 1,108	fournis par ex. vendu au-delà de 750 000 ex.

22° Le nombre de parutions prises en compte pour constater le dépassement du maximum de fournis autorisés est de :

- Six parutions consécutives pour les titres hebdomadaires ;
- cinq parutions consécutives pour les titres mensuels et bimensuels ;
- trois parutions consécutives pour les titres ayant une autre périodicité.

23° Le dispositif s'applique à toute publication nouvelle à l'issue d'un délai carence de trois mois.

24° Une fois le dépassement constaté après la séquence correspondant à la périodicité du titre, telle que définie au 22°, une moyenne des ventes est calculée sur les bases suivantes, la dernière parution (N) prise en compte étant celle du constat du dépassement :

- moyenne de vente des 6 dernières parutions pour les titres hebdomadaires ;
- moyenne de vente des 5 dernières parutions pour les titres mensuels et bimensuels ;
- moyenne de vente des 4 dernières parutions pour les titres bimestriels ;
- moyenne de vente des 3 dernières parutions pour les titres trimestriels.

25° Par exception aux dispositions du 24°, si la vente de la parution « homologue » de l'année précédente de la parution à partir de laquelle s'appliquera le dispositif, a dépassé de 30 %

la moyenne de vente ainsi calculée, cette parution « homologue » est considérée comme seule base du calcul de la vente de référence. Cette dérogation n'est mise en œuvre que si l'éditeur concerné en fait la demande expresse.

26° Après qu'un dépassement a été constaté et que le calcul mentionné conformément aux dispositions du 24° ou, le cas échéant, du 25°, a été effectué, la messagerie qui distribue le titre concerné notifie à l'éditeur la quantité maximale de fournis autorisée au plus tard lors de la parution N+1 dudit titre. Si les quantités réceptionnées par la messagerie se révèlent supérieures aux quantités notifiées, la messagerie prévient immédiatement l'éditeur par tous moyens. Si celui-ci n'a pas procédé à la récupération des quantités excédentaires dans les 48 heures suivant la fourniture, la messagerie procède à leur destruction.

27° Le dispositif défini au 26° est mis en œuvre dès la parution N+4 pour les titres hebdomadaires, dès la parution N+3 pour les titres bimensuels et dès la parution N+2 pour les autres titres. Il s'applique pour un nombre de parutions déterminé selon la périodicité du titre :

- 7 parutions pour les titres hebdomadaires
- 6 parutions pour les titres bimensuels ;
- 5 parutions pour les titres mensuels ;
- 4 parutions pour les titres bimestriels ;
- 3 parutions pour les titres trimestriels.

28° Au plus tard un mois après réception de la notification effectuée par la messagerie conformément au 26°, l'éditeur concerné doit présenter à celle-ci un plan de réglage du titre soumis à plafonnement, sur la base de la quantité maximale de fournis autorisée. Ce dispositif doit être accepté par la messagerie.

A défaut d'accord entre l'éditeur et la messagerie sur le plan de réglage, et sans préjudice de la possibilité pour l'éditeur ou la messagerie d'entamer une procédure de règlement de différend, la messagerie assure le réglage de chaque parution du titre concerné. Cette prestation de réglage est facturée à l'éditeur selon le barème coopératif.

Dispositif de mise à zéro de la fourniture au point de vente des titres à vente nulle constatée sur une suite de parutions déterminées

29° Le dispositif de mise à zéro d'un titre (ne relevant pas des catégories mentionnées au 2°) s'applique lorsque, dans un point de vente, aucun exemplaire de ce titre n'a été vendu :

- 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.

Les périodes de fermeture temporaire du point de vente sont neutralisées pour la constatation d'une séquence de non-vente.

30° A l'issue d'une séquence de non-vente d'un titre dans un point de vente, telle que définie au 29°, la fourniture de ce titre est automatiquement mise à zéro dans ce point de vente par la messagerie qui distribue le titre. Cette mise à zéro intervient à compter de la parution N+2 (la parution N étant la dernière de la séquence de non-vente constatée) et 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.

A l'issue de la période de mise à zéro définie à l'alinéa précédent, le titre est à nouveau distribué dans le point de vente. S'il est à nouveau constaté une séquence de non-vente conformément aux dispositions ci-dessus, la mise à zéro de la fourniture s'effectue à nouveau dans les mêmes conditions.

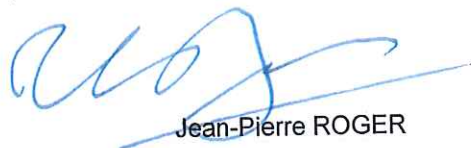
- 31° En cas de mise en œuvre du dispositif de mise à zéro d'un titre, la messagerie qui assure la distribution de celui-ci informe l'éditeur concerné du nombre de points de vente mis à zéro et lui indique le nombre d'exemplaires qui avaient été livrés à ces points de vente lors de la parution N.
- 32° Les dispositions du 30° sont applicables même si, au cours de la séquence de non-vente, la distribution du titre considéré a été transférée d'une messagerie à une autre.
- 33° Les dispositions du 30° ne sont pas applicables dans les points de vente purement saisonniers, tels que définis au 13°. Dans les points de vente permanents à caractère saisonnier, tels que définis au 13°, la mise à zéro de la fourniture ne s'applique pas aux titres dont l'historique de vente de la saison précédente fait apparaître des ventes.
- 34° Il est fait exception à la mise à zéro selon les modalités définies au 30° en cas :
- de demande expresse d'un diffuseur auprès de son dépositaire tendant à recevoir le titre mis à zéro ;
 - de demande argumentée d'un éditeur, motivée par un dossier rédactionnel local annoncé en couverture du titre.
- 35° Sur demande d'un éditeur, rapportant la preuve qu'un diffuseur n'a pas effectivement proposé à la vente un titre, la messagerie qui distribue ce titre peut, après avoir recueilli les observations du diffuseur concerné, ne pas appliquer les dispositions du 30° à ce diffuseur pour le titre en cause. La messagerie informe le diffuseur concerné de cette décision.

Mesures d'exécution et de suivi

- 36° Le dispositif de plafonnement des quantités distribuées au niveau 3, tel que défini aux 4° à 19° ci-dessus, entrera en vigueur au 1^{er} avril 2014. Le Président du Conseil supérieur publiera avant le 30 septembre 2013 la première décision fixant les taux de référence par tranches de vente conformément aux dispositions du 7° ci-dessus. Les messageries établiront, au plus tard le 31 mars 2014, sous le contrôle du Secrétariat permanent du Conseil supérieur, la première liste des titres entrant dans le champ d'application du dispositif de plafonnement conformément aux dispositions du 8° ci-dessus.
- 37° Le Président du Conseil supérieur pourra prendre toutes mesures nécessaires à l'exécution de la présente décision. Ces mesures seront publiées sur une partie librement accessible du site internet du Conseil supérieur. Le Président en rendra compte à l'Assemblée du Conseil supérieur.
- 38° Le Secrétariat permanent du Conseil supérieur assure le suivi de la mise en œuvre des dispositifs de régulation des quantités distribuées institués par la présente décision. Les messageries répondent à toute demande d'information qui leur est adressée par le Secrétariat permanent à cette fin et transmettent toutes les données qui lui sont nécessaires.

La présente décision sera transmise à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse, conformément aux dispositions de l'article 18-13 de la loi du 2 avril 1947 susvisée.

Le Président du Conseil supérieur des messageries de presse



Jean-Pierre ROGER

CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

DECISION N° 2013-05

*relative aux modalités de mise en œuvre des décisions de la Commission du réseau
concernant les dépositaires centraux de presse*

Décision devenue exécutoire

Le Conseil supérieur des messageries de presse

Sur proposition du Président ;

Vu la loi n° 47-585 du 2 avril 1947, modifiée par la loi n° 2011-852 du 20 juillet 2011, notamment son article 18-6 ;

Vu le décret n° 2012-373 du 16 mars 2012 pris pour l'application des articles 18-12 et 18-13 de la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 et relatif aux décisions de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse et du Conseil supérieur des messageries de presse ;

Vu le règlement intérieur du Conseil supérieur des messageries de presse, notamment ses articles 9 et 10 ;

Vu la décision n° 2012-04 fixant le schéma directeur des dépositaires centraux de presse pour la période 2012-2015, adoptée par l'assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse le 26 juillet 2012 et rendue exécutoire par délibération n° 2012-06 de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse ;

Après avoir pris connaissance du rapport du président de la Commission du réseau, en date du 31 mai 2013, relatif à la mise en œuvre de la décision n° 2012-04 ;

Après consultation des acteurs de la distribution de la presse et notamment des organisations professionnelles représentatives des agents de la vente de presse.

Adopte la décision suivante :

- 1° Les décisions prises par la Commission du réseau sur les "Propositions dépositaire", en application des dispositions de l'article 9 du règlement intérieur du Conseil supérieur des messageries de presse, sont mises en œuvre conformément aux règles ci-après.
- 2° Chaque décision de la Commission du réseau se prononçant sur une "Proposition dépositaire" est mise en ligne dans une partie librement accessible du site Internet du Conseil supérieur. Elle est également notifiée par le Secrétariat permanent :
 - a. à l'auteur de la Proposition (ou aux auteurs de celle-ci, s'il s'agit d'une Proposition présentée conjointement par plusieurs personnes) ;
 - b. aux autres dépositaires concernés par la Proposition, notamment ceux qui ont présenté des Propositions concurrentes de celle retenue par la Commission du réseau, ceux qui ont formulé des observations sur celle-ci, et ceux dont la zone de desserte sera affectée par la mise en œuvre de la Proposition retenue ;
 - c. aux messageries de presse.

- 3° Les notifications effectuées par le Secrétariat permanent conformément au 2° ci-dessus rappellent aux destinataires qu'en application des dispositions du sixième alinéa de l'article 18-13 de la loi du 2 avril 1947 susvisée et de l'article 23 du décret du 16 mars 2012 susvisé, ils disposent d'un délai d'un mois pour former un recours contre la décision de la Commission du réseau devant le Tribunal de grande instance de Paris.

En outre, dans la notification adressée au dépositaire auteur d'une Proposition acceptée, le Secrétariat permanent rappelle à celui-ci qu'il doit informer la Commission du réseau de la date prévisionnelle de mise en œuvre de la décision et de toute difficulté ou de tout report de cette date.

- 4° Conformément aux dispositions de l'article 9.7.4 du règlement intérieur du Conseil supérieur, toute décision de la Commission du réseau portant acceptation d'une Proposition, qu'il s'agisse d'une acceptation pure et simple, d'une acceptation partielle ou d'une acceptation conditionnelle, doit être mise en œuvre immédiatement par les messageries de presse et par les dépositaires. Toute décision qui n'a pas été mise en œuvre dans un délai de six mois à compter de la date de son adoption par la Commission du réseau est caduque, sauf prorogation éventuelle du délai qui ne peut être accordée qu'une seule fois par la Commission du réseau dans les conditions énoncées à l'article 9.7.8 du règlement intérieur. Eu égard à la nécessité d'atteindre les objectifs fixés aux 1° et 2° de la décision n° 2012-04 susvisée avant le 31 décembre 2014, la Commission du réseau veille à n'accorder des prorogations de délai, pour la mise en œuvre des Propositions acceptées par elle, que pour des raisons dûment justifiées.
- 5° La prise d'effet des décisions de la Commission du réseau intervient aux dates définies aux 11°, 12°, 13° et 14° ci-après et, en tout état de cause, avant la date d'expiration du délai rappelé au 4° ci-dessus.
- 6° Toute décision de la Commission du réseau portant acceptation d'une "Proposition dépositaire" vaut nomination de l'auteur de cette Proposition comme dépositaire agréé à compter de la date de prise d'effet de la décision. Dans les conditions fixées par la décision qui l'a nommé, le dépositaire agréé assure à titre exclusif l'approvisionnement des diffuseurs de sa zone de desserte en exécution des contrats de mandat relevant du système collectif de distribution de la presse.
- 7° Lorsqu'une décision de la Commission du réseau aboutit à la réunion ou à la modification de zones de desserte, entraînant la réduction du nombre de dépositaires, la décision de la Commission vaut suppression des agréments précédemment accordés dans les zones réunies ou modifiées et attribution d'un nouvel agrément à l'auteur de la Proposition acceptée pour la nouvelle zone de desserte issue de cette réunion ou de cette modification, à compter de la date de prise d'effet de la décision.
- 8° Lorsqu'une décision de la Commission du réseau modifie le périmètre géographique de zones de desserte existantes, sans réduction du nombre de dépositaires, la décision de la Commission vaut modification des agréments précédemment accordés aux dépositaires concernés, à compter de la date de prise d'effet de la décision, en conformité avec les nouveaux périmètres issus de la Proposition.
- 9° La réception par les dépositaires concernés des notifications mentionnées au 2° vaut notification à ceux-ci que les contrats de mandat conclus entre eux et les messageries de presse seront, selon le cas, modifiés ou résiliés à la date de prise d'effet de la ou des décisions de la Commission du réseau dont ils reçoivent notification.
- 10° La prise d'effet des décisions de la Commission du réseau entraîne de plein droit, selon le cas, modification ou résiliation des contrats de mandat conclus entre les dépositaires concernés et les messageries de presse, en conformité avec les dispositions desdites décisions.

- 11° Lorsqu'une décision de la Commission du réseau, portant acceptation d'une "Proposition dépositaire", implique le versement, par l'auteur de la Proposition, d'une somme d'argent, calculée selon la méthodologie agréée, conformément aux dispositions de l'article 9.6.8 du règlement intérieur et du 9° de la décision n° 2012-04 susvisée, la date de prise d'effet est fixée d'un commun accord entre le dépositaire auteur de la Proposition et le dépositaire auquel cette somme doit être versée, sous réserve que cette date ait été validée par les messageries chargées de mettre en œuvre les procédures informatiques liées aux modifications de périmètre des zones de desserte.

L'accord entre le dépositaire auteur de la Proposition et le dépositaire auquel la somme d'argent est due doit intervenir au plus tard quatre mois après la date d'adoption de la décision de la Commission du réseau.

Le dépositaire, auteur de la Proposition acceptée par la Commission du réseau, adresse au Secrétariat permanent du Conseil supérieur, ainsi qu'aux messageries de presse, une copie de l'accord ayant fixé la date de prise d'effet de la décision.

- 12° Si, à l'expiration du délai de quatre mois courant à compter de l'adoption par la Commission du réseau d'une décision acceptant une Proposition, le dépositaire, auteur de la Proposition acceptée, n'est pas parvenu à un accord sur le montant à payer, ou sur la date de paiement, avec le dépositaire qui doit les recevoir, il doit saisir le Conseil supérieur des messageries de presse d'une demande de conciliation présentée conformément aux dispositions de l'article 10 du règlement intérieur.

Simultanément, il doit adresser au Secrétariat permanent du Conseil supérieur une déclaration signée indiquant le montant qu'il estime dû en application de la méthodologie agréée. Cette déclaration est accompagnée d'une note détaillant les bases de calcul de ce montant et de tout justificatif pertinent garantissant que le déclarant est en capacité de procéder au versement de celui-ci. Il est précisé que, pour calculer le montant dû selon la méthodologie agréée, les données relatives à l'excédent brut d'exploitation (EBE) du dépositaire rattaché sont celles qui résultent du dernier exercice clos à la date d'expiration du délai de quatre mois défini au précédent alinéa.

La décision de la Commission du réseau acceptant la Proposition du dépositaire auteur de la déclaration prend effet à une date fixée par le Secrétariat permanent, après que ce dernier a reçu la demande de conciliation et qu'il a vérifié (i) que le montant proposé a bien été calculé conformément à la méthodologie agréée et (ii) que les justificatifs produits garantissent que le dépositaire auteur de la déclaration est en mesure de procéder au paiement du montant proposé. Le Secrétariat permanent notifie par écrit la date de prise d'effet aux dépositaires concernés ainsi qu'aux messageries de presse. Le dépositaire auteur de la déclaration doit, au plus tard à la date ainsi notifiée, avoir versé au dépositaire sortant la somme d'argent qu'il a proposé de payer, ou, si ce dernier refuse de recevoir le paiement, il doit avoir consigné cette somme. Il est précisé que le dépositaire sortant peut accepter le paiement effectué dans ces conditions par le dépositaire auteur de la déclaration, sans renoncer pour autant à en contester le montant dans le cadre de la procédure de conciliation.

La procédure de conciliation entre le dépositaire bénéficiaire de la décision de la Commission du réseau et le dépositaire sortant se poursuit après que ladite décision a pris effet. Conformément à l'article 10.4.4 du règlement intérieur, les conciliateurs, désignés pour assister les parties dans la recherche d'un accord amiable, peuvent faire appel à un expert indépendant pour émettre un avis sur la valeur pertinente au regard de la méthodologie agréée. Si la conciliation permet aux parties de s'accorder sur un montant à payer supérieur à celui initialement proposé par le dépositaire bénéficiaire de la décision de la Commission du réseau, ce dernier procède au versement du complément par rapport à la somme qu'il a, selon le cas, déjà versée ou consignée. Si la procédure de conciliation n'a pas d'issue positive dans le délai de deux mois prévu par l'article 18-12 (I) de la loi du 2

avril 1947 susvisée, les parties peuvent alors saisir l'Autorité de régulation de la distribution de la presse, selon les modalités indiquées aux articles 10.5.4 à 10.5.7 du règlement intérieur, pour qu'elle tranche le différend.

- 13° Pour les décisions de la Commission du réseau portant acceptation d'une "Proposition dépositaire", qui n'impliquent pas le versement par l'auteur de la Proposition d'une somme d'argent, mais dont la mise en œuvre emporte la modification ou la suppression d'agrément de dépositaires autres que l'auteur de la Proposition, la date de prise d'effet est fixée d'un commun accord entre le dépositaire auteur de la Proposition et la ou les autres personnes concernées, sous réserve que cette date fixée d'un commun accord intervienne avant l'expiration du délai au terme duquel la décision de la Commission sera caduque et qu'elle ait été validée par les messageries chargées de mettre en œuvre les procédures informatiques liées aux modifications de périmètre des zones de desserte.

Le dépositaire, auteur de la Proposition acceptée par la Commission du réseau, adresse au Secrétariat permanent du Conseil supérieur, ainsi qu'aux messageries de presse, une copie de l'accord ayant fixé la date de prise d'effet de la décision.

- 14° Si, à l'expiration du délai de quatre mois courant à compter de l'adoption par la Commission du réseau d'une décision relevant du 13° ci-dessus, aucun accord n'a été formalisé en ce qui concerne la date de prise d'effet de ladite décision, le dépositaire, auteur de la Proposition acceptée par la Commission du réseau, adresse au Secrétariat permanent du Conseil supérieur, une lettre attestant de l'absence d'accord. Si cela lui semble nécessaire, il peut assortir cette lettre d'une demande de conciliation présentée conformément aux dispositions de l'article 10 du règlement intérieur.

La décision de la Commission du réseau acceptant la Proposition du dépositaire prend alors effet à une date fixée par le Secrétariat permanent. Le Secrétariat permanent notifie cette date par écrit à la ou aux autres personnes concernées ainsi qu'aux messageries de presse.

- 15° Dès réception des notifications attestant de la prise d'effet d'une décision de la Commission du réseau, adressées, selon le cas, par le dépositaire auteur de la Proposition acceptée en application du 11° ou du 13°, ou par le Secrétariat permanent en application du 12° ou du 14°, les messageries de presse procèdent sans délai aux démarches nécessaires à la mise en conformité des contrats de mandat aux dispositions de ladite décision. Elles rendent compte de ces démarches au Secrétariat permanent du Conseil supérieur.

- 16° Si, à l'issue du délai maximum rappelé au 4° ci-dessus, le Secrétariat permanent du Conseil supérieur n'a reçu aucun élément permettant de déterminer la prise d'effet d'une décision de la Commission du réseau, conformément aux dispositions du 11°, du 12°, du 13° ou du 14°, il dresse un constat de caducité de ladite décision. Ce constat est transmis au président de la Commission du réseau, aux messageries de presse et à tous les dépositaires auxquels la décision avait été notifiée en application du 2° ci-dessus.

- 17° A chacune de ses réunions, la Commission du réseau fait le point, au vu des informations reçues par le Secrétariat permanent, sur la mise en œuvre des décisions qu'elle a prises.

- 18° Lorsque la Commission du réseau a accepté une "Proposition dépositaire" sous condition d'une modification du périmètre géographique de la zone de desserte concernée, afin notamment d'optimiser les coûts des tournées de livraison à partir de la ou des plateformes opérées par le dépositaire, elle veille à la réalisation de cette condition dans un délai raisonnable. A cette fin, le Président de la Commission du réseau peut adresser aux dépositaires concernés une lettre recommandée leur demandant de lui transmettre, dans un délai qu'il fixe et qui ne peut être inférieur à deux semaines, des Propositions concernant la mise en œuvre du redécoupage géographique. A l'issue du délai imparti, la Commission

du réseau se prononce sur les Propositions reçues et, en l'absence de Proposition, elle prend une décision sur la base des données dont elle a connaissance.

- 19° Lorsque la Commission du réseau constate que les Propositions dont elle est saisie pour un territoire ne permettent pas d'assurer la réalisation des objectifs fixés aux 1° et 2° de la décision n° 2012-04 susvisée avant le 31 décembre 2014, ou lorsque la Commission n'est saisie d'aucune Proposition pour un territoire, le président de la Commission adresse aux dépositaires exerçant leur activités dans ce territoire ou à proximité de celui-ci, ainsi qu'aux autres personnes concernées, et notamment les auteurs de Propositions concernant le territoire qui n'ont pu être acceptées par la Commission, une lettre recommandée pour leur demander de transmettre au Secrétariat permanent, dans un délai qu'il fixe et qui ne peut être inférieur à deux semaines, toutes Propositions permettant d'assurer la réalisation des objectifs fixés par le schéma directeur. Cette lettre indique qu'en l'absence de Proposition permettant d'assurer la réalisation de ces objectifs, la Commission du réseau procédera à un appel public à candidatures en vue de désigner le dépositaire agréé pour le territoire concerné conformément au schéma directeur, ce qui la conduira à mettre fin aux agréments en vigueur sur celui-ci.

Si la Commission du réseau constate que, dans le délai fixé par son président, le Secrétariat permanent n'a pas reçu de Proposition ou n'a reçu que des Propositions ne permettant pas d'assurer la réalisation des objectifs fixés par le schéma directeur, elle adopte une décision organisant un appel public à candidatures pour la desserte du territoire considéré. La décision, qui définit notamment les modalités selon lesquelles les candidats peuvent obtenir des renseignements sur le territoire à desservir, est publiée sur une partie librement accessible du site internet du Conseil supérieur. A l'issue du délai fixé pour présenter des candidatures, la Commission se prononce sur les Propositions reçues après audition, le cas échéant, des candidats.

Si la Commission du réseau constate que la procédure d'appel public à candidatures n'a pas permis d'obtenir des Propositions permettant d'assurer la réalisation des objectifs fixés par le schéma directeur, elle peut désigner une messagerie de presse pour assurer la desserte du territoire concerné.

- 20° Les dispositions ci-dessus sont applicables aux décisions qui ont été prises par la Commission du réseau avant la date d'adoption de la présente décision par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse.

Pour ce qui concerne ces décisions, le délai de quatre mois mentionné aux 11°, 12 et 14° ci-dessus, commencera à courir, non pas à compter de la date de leur adoption par la Commission du réseau, mais à compter de la date à laquelle l'Autorité de régulation de la distribution de la presse aura rendu exécutoire la présente décision du Conseil supérieur des messageries de presse. En outre, par dérogation aux dispositions de l'article 9.7.8 du règlement intérieur du Conseil supérieur des messageries de presse, ces décisions de la Commission du réseau ne deviendront caduques qu'à l'expiration d'un délai de six mois à compter de la date à laquelle l'Autorité de régulation de la distribution de la presse aura rendu exécutoire la présente décision du Conseil supérieur des messageries de presse.

Le Secrétariat permanent procédera à la notification de ces décisions de la Commission du réseau, conformément aux dispositions du 2° ci-dessus, en rappelant aux destinataires les délais spécifiques définis à l'alinéa précédent.

21° Le Président du Conseil supérieur pourra prendre toutes mesures nécessaires à l'exécution de la présente décision. Ces mesures seront publiées sur une partie librement accessible du site internet du Conseil supérieur. Le Président en rendra compte à l'Assemblée du Conseil supérieur.

La présente décision sera transmise à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse, conformément aux dispositions de l'article 18-13 de la loi du 2 avril 1947 susvisée.

Le Président du Conseil supérieur des messageries de presse



Jean-Pierre ROGER

CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

DECISION N° 2013-06

fixant la durée minimale de préavis contractuel dans les relations entre les messageries de presse et les dépositaires

Décision devenue exécutoire

Le Conseil supérieur des messageries de presse

Sur proposition du Président ;

Vu la loi n° 47-585 du 2 avril 1947, modifiée par la loi n° 2011-852 du 20 juillet 2011, notamment son article 18-6 ;

Vu le règlement intérieur du Conseil supérieur des messageries de presse ;

Adopte la décision suivante :

- 1° La dénonciation d'un contrat conclu entre un dépositaire et une messagerie de presse ne peut en aucun cas prendre effet avant l'expiration d'un délai d'au moins six mois à compter de la date de réception par une partie de la notification écrite adressée par l'autre partie. Toutefois, ce délai n'est pas applicable en cas de faute d'une partie justifiant la dénonciation du contrat par l'autre partie.

La notification écrite doit toujours mentionner le motif de la dénonciation du contrat. Une copie de cette notification doit être adressée au Secrétariat permanent du Conseil supérieur. La partie recevant la notification doit, si elle entend la contester, saisir le Conseil supérieur d'une demande de conciliation conformément aux dispositions de l'article 18-11 de la loi du 2 avril 1947 susvisée et selon les modalités définies à l'article 10 du règlement intérieur du Conseil supérieur.

- 2° Il est inséré, dans tous les contrats conclus entre les messageries de presse et les dépositaires agréés par la Commission du réseau, la clause-type suivante :

« Le présent contrat sera, selon le cas, résilié ou modifié en exécution des décisions prises par la Commission du réseau du Conseil supérieur des messageries de presse. La réception par le dépositaire, titulaire du contrat, d'une notification par le Secrétariat permanent du Conseil supérieur des messageries de presse d'une décision de la Commission du réseau vaudra réception, selon le cas, d'un préavis de résiliation du contrat ou d'un préavis de modification du contrat, en conformité avec les dispositions de la décision notifiée. La date de prise d'effet de la résiliation du contrat ou de la modification du contrat sera la date de prise d'effet de la décision de la Commission du réseau, telle que définie par la décision n° 2013-05 du Conseil supérieur des messageries de presse.

Dans tous les autres cas, le contrat pourra être résilié unilatéralement par une partie après que celle-ci aura adressé une notification écrite et motivée à l'autre partie. La résiliation prendra effet à l'expiration du délai indiqué dans la notification, lequel ne pourra être inférieur à six mois à compter de la date de réception de la notification par la partie qui en est destinataire. Toutefois, si la résiliation est motivée par la faute d'une partie, elle pourra prendre effet dès réception de cette notification. »

La présente décision sera transmise à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse, conformément aux dispositions de l'article 18-13 de la loi du 2 avril 1947 susvisée.

Le Président du Conseil supérieur des messageries de presse



Jean-Pierre ROGER

CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

Décision n° 2013-07 du 20 décembre 2013 complétant la décision n° 2012-03 et fixant le barème de rémunération des experts indépendants auxquels il peut être fait appel dans le cadre d'une procédure de conciliation

Le Conseil supérieur des messageries de presse

Sur proposition du Président ;

Vu la loi n° 47-585 du 2 avril 1947, modifiée par la loi n° 2011-852 du 20 juillet 2011, notamment son article 18-11 ;

Vu l'article 10 du règlement intérieur du Conseil supérieur des messageries de presse ;

Vu la décision n° 2012-03 *fixant la participation financière forfaitaire aux frais de dossier en matière de conciliation, les modalités de paiement de cette participation et le barème sur lequel est fondé le calcul des frais d'une procédure de conciliation*, adoptée par l'assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse le 10 mai 2012 ;

Vu le 12° de la décision n° 2013-05 *relative aux modalités de mise en œuvre des décisions de la Commission du réseau concernant les dépositaires centraux de presse*, adoptée par l'assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse le 3 octobre 2013 et rendue exécutoire par délibération n° 2013-07 de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse ;

Adopte la décision suivante :

- I. Lorsque, conformément aux dispositions de l'article 10.4.4 du règlement intérieur et du 4^{ème} alinéa du 12° de la décision n° 2013-05 susvisée, les conciliateurs désignés par le Président du Conseil supérieur pour assister les parties à la procédure de conciliation dans la recherche d'un accord amiable, font appel à un expert indépendant, ils demandent au Secrétariat permanent du Conseil supérieur de conclure, avec l'expert retenu, un contrat (i) délimitant la mission de l'expert conformément à la demande du conciliateur et (ii) fixant les modalités de sa rémunération. L'expert ne peut commencer sa mission qu'après que le contrat a été signé.
- II. La rémunération de l'expert est fonction de la complexité de sa mission et de sa notoriété. Elle ne peut en aucun cas être supérieure à 250 € HT par heure. Elle est versée par le Secrétariat permanent à l'expert après que le conciliateur a certifié la matérialité du travail effectué.
- III. La rémunération de l'expert fait partie des frais de la procédure de conciliation dont la prise en charge par les parties est prévue par l'article 10.5.2 du règlement intérieur.
- IV. La présente décision sera publiée sur une partie librement accessible du site internet du Conseil supérieur des messageries de presse.

Pour le Conseil supérieur des messageries de presse



Jean-Pierre ROGER

CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

DECISION N° 2014-01

relative au choix du système d'information au service de l'ensemble des acteurs de la distribution de la presse

Décision devenue exécutoire

Le Conseil supérieur des messageries de presse

Sur proposition du Président ;

Vu la loi n° 47-585 du 2 avril 1947, modifiée par la loi n° 2011-852 du 20 juillet 2011, notamment ses articles 17 et 18-6 (5°) ;

Vu le règlement intérieur du Conseil supérieur des messageries de presse ;

Vu la délibération du Conseil supérieur des messageries de presse en date du 20 décembre 2013 relative aux travaux à mener pour conduire les réformes de nature à assurer la pérennité du système de distribution de la presse ;

Après avoir pris connaissance du rapport du cabinet *Ernst & Young Advisory* en date du 21 mars 2014, analysant les solutions proposées dans le cadre du système d'information cible pour la distribution de la presse ;

Après consultation publique ;

Considérant qu'il incombe au Conseil supérieur de définir le système d'information au service de l'ensemble des acteurs de la distribution (messageries, dépositaires, diffuseurs) et garantissant à tout éditeur, quelle que soit sa messagerie, l'accès aux informations relatives à l'historique des ventes et des fournitures pour chacun de ses titres, au niveau de chaque point de vente ; que les décisions qu'il prend en conséquence doivent assurer le fonctionnement efficient du système coopératif de distribution de la presse et de son réseau, afin notamment d'en garantir l'équilibre économique ;

Considérant que l'efficience recherchée implique la mise en place rapide d'un système d'information commun, tel que prévu par le législateur ; que la mission confiée au cabinet *Ernst & Young Advisory* en tant qu'auditeur indépendant, conformément aux préconisations de MM. Francis Morel et Carmine Perna (pré-rapport du 2 décembre 2013) entérinées par la délibération du 20 décembre 2013 susvisée, a montré, après évaluation des différentes solutions envisagées par les acteurs du système coopératif de distribution de la presse au regard de critères d'analyse objectifs, que le choix d'une architecture intégrée reposant sur des solutions progiciels disponibles sur le marché (architecture dite « *logiciel proposé en mode service* » ou « *Software as a service (Saas)* »), telle que décrite dans le scénario « *Cloud* » du rapport d'*Ernst & Young Advisory*, doit permettre à la filière de réaliser le niveau le plus élevé d'économies ;

Considérant qu'il convient, sur cette base, de choisir la stratégie qui sera adoptée pour l'établissement du système d'information commun à l'ensemble de la filière, ce choix étant un préalable indispensable à l'élaboration du cahier des charges du système d'information ;

Adopte la décision suivante :

- 1° Eu égard aux besoins du système collectif de distribution de la presse, aux contraintes économiques et financières qui s'imposent aux éditeurs de presse, aux messageries et aux agents de la vente, et aux perspectives d'évolution de la vente au numéro des titres de presse, le système d'information au service de l'ensemble des acteurs de la filière sera établi selon une architecture intégrée reposant sur des solutions progicielles disponibles sur le marché (architecture dite « *logiciel proposé en mode service* » ou « *Software as a service (saas)* »), telle que décrite dans le scénario « *Cloud* » du rapport du cabinet *Ernst & Young Advisory*. Le choix de cette architecture :
 - a. Induit une simplification des processus pour que leur mise en œuvre puisse être assurée essentiellement par des progiciels standards ;
 - b. Offre une facturation à l'usage permettant de variabiliser les coûts,
 - c. Assure l'évolutivité du système d'information ;
 - d. Vise à obtenir une économie globale de 22 millions d'euros sur 5 ans en réduisant le coût d'exploitation des systèmes d'information au niveau de la filière de 23 millions d'euros par an à 11 millions par an.
- 2° L'objectif fixé est que le bilan, sur 5 ans, des investissements nécessaires à la réalisation de ce système d'information et des réductions de coûts attendues, soit positif tant au niveau de la filière, prise dans son ensemble, que pour chacune des messageries de presse. La question des coûts de transition et des éventuelles dépréciations d'actifs devra être prise en compte.
- 3° Le Président du Conseil supérieur est chargé, avec l'assistance de l'expert informatique qu'il a désigné, d'élaborer dans les meilleurs délais, sous la conduite d'un comité de pilotage, un projet de cahier des charges des besoins métier du système d'information commun, en conformité avec l'architecture définie au 1°. Ce cahier des charges devra respecter les principes directeurs de la solution « *Cloud* », tels que décrits dans le rapport du cabinet *Ernst & Young Advisory* susvisé.
- 4° Le Président du Conseil supérieur est également chargé, en concertation avec les messageries de presse et avec l'assistance d'un conseil externe, de proposer les règles de gouvernance et les conditions de financement et d'exploitation du futur système d'information commun.
- 5° Le projet de cahier des charges, élaboré selon les modalités définies au 3° ci-dessus, ainsi que les projets de décisions concernant les modalités de gouvernance et les conditions de financement du système d'information commun, seront soumis à consultation publique avant que leur adoption soit inscrite à l'ordre du jour de l'Assemblée du Conseil supérieur. L'Assemblée souhaite que cette inscription à l'ordre du jour puisse intervenir avant la fin du mois de juillet 2014.

La présente décision sera transmise à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse, conformément aux dispositions de l'article 18-13 de la loi du 2 avril 1947 susvisée.

Le Président du Conseil supérieur des messageries de presse



Jean-Pierre ROGER

CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

DECISION N° 2014-02

suspendant provisoirement l'application de la décision n° 2013-04 relative à la régulation des quantités distribuées dans le réseau collectif de distribution de la presse

Décision devenue exécutoire

Le Conseil supérieur des messageries de presse

Sur proposition du Président ;

Vu la loi n° 47-585 du 2 avril 1947, modifiée par la loi n° 2011-852 du 20 juillet 2011, notamment son article 18-6 ;

Vu le règlement intérieur du Conseil supérieur des messageries de presse ;

Vu la décision n° 2013-04 *relative à la régulation des quantités distribuées dans le réseau collectif de distribution de la presse* ;

Après avoir pris connaissance :

- (i) de la lettre du président de la Coopérative de distribution des magazines (CDM) en date du 24 février 2014 sollicitant un report de la mise en œuvre de la décision n° 2013-04 jusqu'à ce que le système d'information commun du réseau de distribution de la presse ait été rénové ;
- (ii) de la lettre du président des Messageries lyonnaises de presse (MLP) en date du 12 mars 2014 indiquant qu'en l'état actuel du système d'information du réseau de distribution de la presse, les conditions techniques et économiques de mise en œuvre de la décision n° 2013-04 ne lui paraissent pas réunies ;
- (iii) de la lettre du président de l'Union nationale des diffuseurs de presse (UNDP) en date du 24 mars 2014 demandant à ce que la mise en œuvre de la décision n° 2013-04 soit suspendue provisoirement jusqu'à ce que le système d'information commun du réseau de distribution de la presse soit en mesure d'assurer les traitements informatiques nécessaires à l'exécution des dispositifs de plafonnement que cette décision prévoit ;
- (iv) de la lettre du président de l'Union nationale des diffuseurs de presse (UNDP) en date du 9 avril 2014 confirmant que la position exprimée dans la lettre du 24 mars 2014 avait été confirmée par les travaux du dernier congrès annuel de cette organisation.
- (v)

Adopte la décision suivante :

- 1° Compte tenu des difficultés de mise en œuvre des mécanismes institués par la décision n° 2013-04, du fait de l'obsolescence des systèmes d'information actuellement utilisés pour la distribution de la presse, il est décidé de suspendre provisoirement l'application :
 - a. des règles de plafonnement des quantités distribuées aux points de vente (niveau 3), définies aux 4° à 19° de la décision n° 2013-04 ;

- b. des règles de plafonnement des quantités fournies aux messageries de presse (niveau 1), définies aux 20° à 28° de la décision n° 2013-04 ;
 - c. des règles de mise à zéro de la fourniture aux points de vente des titres à vente nulle constatée, définies aux 29° à 35° de la décision n° 2013-04.
- 2° Pendant la suspension provisoire de la mise en œuvre de la décision n° 2013-04, l'application des règles de plafonnement précédemment instituées dans un cadre conventionnel sera maintenue. Toutefois, pour le dispositif de plafonnement des quantités fournies par les éditeurs aux messageries de presse (niveau 1), il sera fait application des maximums par tranches de vente définis au 21° de la décision n° 2013-04.
- 3° La suspension provisoire prendra fin dès qu'il aura été constaté, par une décision du Président du Conseil supérieur, que le système d'information du réseau de distribution de la presse est en mesure d'assurer matériellement la mise en œuvre de tout ou partie des dispositifs institués par la décision n° 2013-04. La décision du Président du Conseil supérieur contenant ce constat fixera la date de mise en œuvre des dispositifs concernés. Elle sera publiée sur une partie librement accessible du site internet du Conseil supérieur. Le Président en rendra compte à l'Assemblée du Conseil supérieur.

La présente décision sera transmise à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse, conformément aux dispositions de l'article 18-13 de la loi du 2 avril 1947 susvisée.

Le Président du Conseil supérieur des messageries de presse



Jean-Pierre ROGER

CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

DECISION N° 2014-03

concernant le schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse (niveau 3)

Décision en cours de transmission à l'ARDP

Le Conseil supérieur des messageries de presse

Sur proposition du Président ;

Vu la loi n° 47-585 du 2 avril 1947, modifiée par la loi n° 2011-852 du 20 juillet 2011, notamment ses articles 17 et 18-6 (9°) ;

Vu le règlement intérieur du Conseil supérieur des messageries de presse ;

Vu la décision exécutoire n° 2011-01 *relative à la fixation des conditions de rémunération des agents de la vente de presse*, adoptée le 1^{er} décembre 2011 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse, telle que complétée et modifiée par les décisions n° 2012-06, n° 2012-07 et n° 2013-03 ;

Vu la décision exécutoire n° 2013-01 *relative aux critères d'accès aux conditions de distribution "presse" des messageries de presse et à la régulation des titres et produits distribués par les messageries de presse dans le cadre du contrat de mandat*, adoptée le 28 mars 2013 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

Vu la délibération du Conseil supérieur des messageries de presse en date du 20 décembre 2013 *relative aux travaux à mener pour conduire les réformes de nature à assurer la pérennité du système de distribution de la presse* ;

Après consultation publique ;

Après avoir pris connaissance du rapport du cabinet *Postmedia finance* en date du 31 mars 2014, concernant le schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse (niveau 3) ;

Après consultation des organisations professionnelles représentant les agents de la vente concernés, conformément aux dispositions du 9° de l'article 18-6 de la loi du 2 avril 1947 modifiée ;

Adopte la décision suivante :

- 1° La décision n° 2011-01 du Conseil supérieur susvisée est modifiée et complétée conformément aux dispositions des 4° à 13° ci-après, qui seront mises en œuvre progressivement à compter du 1^{er} janvier 2015, selon un échéancier défini en application du 14° ci-après, sous condition de disponibilité des ressources attendues au 2° (ii).
- 2° Le financement de la hausse de l'enveloppe globale de rémunération du niveau 3 qui résultera de la mise en œuvre progressive des dispositions ci-après, et qui devrait conduire à une majoration de 1,7 point de la rémunération moyenne de l'ensemble des diffuseurs

selon l'évaluation de *Postmedia finance* sur la base des ventes et des caractéristiques du réseau constatées en 2013, sera assurée :

- (i) par un effort accru des éditeurs de presse, à hauteur d'un point d'activité (ventes en montants forts) affecté à la rémunération des diffuseurs de presse,
 - (ii) et pour le solde, par les ressources rendues disponibles en conséquence des économies réalisées dans l'organisation et le fonctionnement du réseau de distribution de la presse et devenues mobilisables à cet effet.
- 3° L'Assemblée du Conseil supérieur se fixe comme objectif de dégager les marges financières permettant de rééquilibrer, en faveur du niveau 3, la répartition de la valeur entre les catégories d'acteurs de la distribution de la presse, de manière à ce que les dispositions ci-après puissent entrer en vigueur au plus tard le 1^{er} janvier 2017, sous réserve du 2° (ii).
- 4° Les quatre premières lignes du tableau des taux de commission du niveau 3, figurant au 2° de la décision n° 2011-01, seront remplacées par les six lignes suivantes :

Catégories de diffuseurs	Taux de commission	
	Publications périodiques	Quotidiens
Diffuseurs spécialisés	15%	15%
Kiosques	23%	23%
Concessions	24%	24%
Rayons intégrés	13%	14%
Points de vente complémentaire (PVC), points de vente quotidiens (PVQ) et points de vente thématique (PVT)	10%	10%
Autres diffuseurs	13%	14%

Les taux de commission définis ci-dessus s'appliqueront sans préjudice des taux propres à la distribution de certaines catégories de titres ayant fait l'objet d'accords interprofessionnels (notamment les parutions dominicales) et des taux propres à la distribution des titres étrangers.

Les taux de commission des crieurs à poste fixe, vendeurs ambulants et vendeurs colporteurs, tels que définis aux deux dernières lignes du tableau des taux de commission du niveau 3 de la décision n° 2011-01, demeureront inchangés.

- 5° Seront considérés comme diffuseurs spécialisés les points de vente qui satisfont aux (a), (b) et (c) ci-après :
- a. Visibilité : présence d'une « enseigne presse » sur la vitrine en drapeau ;
 - b. Informatisation : point de vente équipé d'un logiciel presse homologué « remontée des ventes » par les messageries de presse et d'une « caisse communicante » ;
 - c. Représentativité :
 - i. présentation des produits « presse » (tels que définis au 1° de la décision n° 2013-01 susvisée du Conseil supérieur) sur au moins 50 mètres linéaires développés ; et
 - ii. surface de vente totale de vente comportant une part consacrée au mobilier mural d'au moins 1,70 mètre de hauteur dédié à la présentation des produits « presse » au moins égale à :
 - 45 % si la surface totale de vente est inférieure ou égale à 20 m² ;
 - 40 % si la surface de vente est supérieure à 20 m² et inférieure ou égale à 40 m² ;
 - 35 % si la surface de vente est supérieure à 40 m² et inférieure ou égale à 60 m² ;
 - 30 % si la surface de vente est supérieure à 60 m² et inférieure ou égale à 100 m² ;
 - 25 % si la surface de vente est supérieure à 100 m².

Seront également considérées comme diffuseurs spécialisés les « enseignes culturelles » qui satisfont aux critères énoncés aux (a) et (b) ci-dessus et qui :

- i. présentent des produits « presse » sur au moins 100 mètres linéaires développés ; et
- ii. offrent à la vente essentiellement des produits et services culturels et de loisirs, sur une surface de vente supérieure à 300 m².

6° Les taux de commission pour la vente des quotidiens seront majorés d'un point au titre du « Label Quotidien » pour :

- a. les points de vente complémentaire (PVC) et points de vente quotidiens (PVQ) ouverts sept jours sur sept ;
- b. les diffuseurs spécialisés ouverts sept jours sur sept et réalisant un chiffre d'affaires annuel d'au moins 15.000 € grâce à la vente des quotidiens.

7° Les taux de commission pour la vente des quotidiens et des publications seront majorés pour les kiosques, les concessions et les rayons intégrés qui sont équipés d'un logiciel presse homologué « remontée des ventes » par les messageries de presse et d'une « caisse communicante », selon les modalités suivantes :

- a. Kiosques et concessions : un point de majoration ;
- b. Rayons intégrés : un demi-point de majoration.

8° Les taux de commission des diffuseurs spécialisés, pour la vente des quotidiens et des publications, feront l'objet, en fonction de la géocommercialité de leur point de vente, d'une majoration dans les conditions suivantes :

Critère de géocommercialité	Majoration des taux de commission pour la vente des quotidiens et des publications
Localisation dans une unité urbaine dont la population est supérieure à 50.000 habitants et inférieure ou égale à 100.000 habitants	un point
Localisation dans une unité urbaine dont la population est supérieure à 100.000 habitants et inférieure ou égale à 200.000 habitants	trois points
Localisation dans une unité urbaine dont la population est supérieure à 200.000 habitants et inférieure ou égale à 2.000.000 d'habitants	quatre points
Localisation dans la zone d'agglomération parisienne	cinq points
Localisation en zone touristique	un point
Localisation dans la galerie marchande d'un supermarché	un point
Localisation dans la galerie marchande d'un hypermarché	trois points

Les majorations prévues au tableau ci-dessus ne seront pas cumulables entre elles lorsqu'un diffuseur satisfait à plusieurs de ces critères de géocommercialité. Dans un tel cas, il sera fait application de la majoration la plus élevée à laquelle le diffuseur peut prétendre en fonction des critères auxquels il satisfait. Les unités urbaines prises en compte pour l'application de ces critères sont celles définies par l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE).

9° Les taux de commission des diffuseurs spécialisés et des concessions, pour la vente des publications, feront l'objet d'une majoration en fonction du chiffre d'affaires annuel réalisé grâce à la vente des publications, dans les conditions suivantes :

Chiffre d'affaires annuel réalisé grâce à la vente des publications	Majoration des taux de commission pour la vente des publications
CA supérieur ou égal à 80.000 € et inférieur à 120.000 €	un point
CA supérieur ou égal à 120.000 € et inférieur à 150.000 €	un point et demi
CA supérieur ou égal à 150.000 € et inférieur à 200.000 €	deux points
CA supérieur ou égal à 200.000 € et inférieur à 250.000 €	deux points et demi
CA supérieur ou égal à 250.000 € et inférieur à 300.000 €	trois points
CA supérieur ou égal à 300.000 € et inférieur à 350.000 €	trois points et demi
CA supérieur ou égal à 350.000 € et inférieur à 400.000 €	quatre points et demi

CA supérieur ou égal à 400.000 €	cinq points
----------------------------------	-------------

- 10° Les taux de commission des diffuseurs spécialisés et des concessions, pour la vente des publications, feront l'objet d'une majoration en fonction du linéaire développé consacré à la présentation des produits « presse », dans les conditions suivantes :

Mètres linéaires développés (MLD) consacrés à la présentation des produits « presse »	Majoration des taux de commission pour la vente des publications
MLD supérieurs ou égaux à 50 et inférieurs à 100	un point
MLD supérieurs ou égaux à 100 et inférieurs à 150	un point et demi
MLD supérieurs ou égaux à 150 et inférieurs à 200	deux points
MLD supérieurs ou égaux à 200 et inférieurs à 250	deux points et demi
MLD supérieurs ou égaux à 250 et inférieurs à 300	trois points
MLD supérieurs ou égaux à 300	trois points et demi

- 11° Les taux de commission des rayons intégrés, pour la vente des publications, feront l'objet d'une majoration en fonction du chiffre d'affaires annuel réalisé grâce à la vente des publications, dans les conditions suivantes :

Chiffre d'affaires annuel réalisé grâce à la vente des publications	Majoration des taux de commission pour la vente des publications
CA supérieur ou égal à 80.000 € et inférieur à 120.000 €	un demi-point
CA supérieur ou égal à 120.000 € et inférieur à 150.000 €	trois quarts de point
CA supérieur ou égal à 150.000 € et inférieur à 200.000 €	un point
CA supérieur ou égal à 200.000 € et inférieur à 250.000 €	un point et quart
CA supérieur ou égal à 250.000 € et inférieur à 300.000 €	un point et demi
CA supérieur ou égal à 300.000 € et inférieur à 350.000 €	un point et trois quarts
CA supérieur ou égal à 350.000 € et inférieur à 400.000 €	deux points et quart
CA supérieur ou égal à 400.000 €	deux points et demi

- 12° Les taux de commission des rayons intégrés, pour la vente des publications, feront l'objet d'une majoration en fonction du linéaire développé consacré à la présentation des produits « presse », dans les conditions suivantes :

Mètres linéaires développés (MLD) consacrés à la présentation des produits « presse »	Majoration des taux de commission pour la vente des publications
MLD supérieurs ou égaux à 50 et inférieurs à 100	un demi-point
MLD supérieurs ou égaux à 100 et inférieurs à 150	trois quarts de point
MLD supérieurs ou égaux à 150 et inférieurs à 200	un point
MLD supérieurs ou égaux à 200 et inférieurs à 250	un point et quart
MLD supérieurs ou égaux à 250 et inférieurs à 300	un point et demi
MLD supérieurs ou égaux à 300	un point et trois quarts

- 13° Les taux de commission des concessions, pour la vente des quotidiens, feront l'objet de majorations dans les conditions suivantes :

Critères applicables aux concessions	Majoration des taux de commission pour la vente des quotidiens
Mise en place des promotions « Quotidiens »	un point
Amplitude d'ouverture adaptée aux flux de clientèle	un point
Espace spécifique dédié à la vente des quotidiens	un point
Présence des quotidiens en zone d'entrée ou en zone caisse	un point
Chiffre d'affaires annuel d'au moins 15 000 € grâce à la vente des quotidiens	un point

Les majorations prévues au tableau ci-dessus seront cumulables entre elles.

- 14° Après consultation des éditeurs, des messageries de presse et des organisations professionnelles représentant les agents de la vente concernés, le Président du Conseil supérieur soumettra à l'Assemblée, avant le 31 décembre 2014, un projet de décision définissant les modalités de mise en œuvre des dispositions des 4° à 13° ci-dessus, et

notamment l'échéancier de mise en œuvre et les conditions de passage de l'ancienne grille de rémunération à la grille de rémunération telle que prévue ci-dessus.

15° Après consultation des éditeurs, des messageries de presse et des organisations professionnelles représentant les agents de la vente concernés, le Président du Conseil supérieur soumettra à l'Assemblée, avant le 30 septembre 2014, un projet de mesure transitoire permettant d'anticiper, dès la fin de l'année 2014, une partie de la hausse de rémunération des diffuseurs qui résultera de la mise en œuvre des dispositions des 4° à 13° ci-dessus.

La présente décision sera transmise à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse, conformément aux dispositions de l'article 18-13 de la loi du 2 avril 1947 susvisée.

Le Président du Conseil supérieur des messageries de presse



Jean-Pierre ROGER