

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

**2017**

**ANNEXES - VOLUME 2**



**JUIN 2018**

## Conseil supérieur des messageries de presse



▶ **Décisions**

# CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

## DECISION N° 2017-01

*relative au contrôle de l'application effective des barèmes tarifaires des messageries de presse adoptés dans le cadre de l'article 12 de la loi du 2 avril 1947*

**Décision devenue exécutoire après réformation <sup>1</sup>**

### **Le Conseil supérieur des messageries de presse**

Sur proposition du Président ;

Vu le Code de commerce ;

Vu la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 modifiée, notamment son article 12 ;

Vu la norme d'exercice professionnel *relative aux attestations entrant dans le cadre de diligences directement liées à la mission de commissaire aux comptes*, homologuée par arrêté du Garde des sceaux, ministre de la justice en date du 20 mars 2008 ;

Vu la norme d'exercice professionnel *relative aux constats à l'issue de procédures convenues avec l'entité entrant dans le cadre de diligences directement liées à la mission de commissaire aux comptes*, homologuée par arrêté du Garde des sceaux, ministre de la justice en date du 1<sup>er</sup> août 2008 ;

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

Vu la lettre du Président de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse en date du 1<sup>er</sup> décembre 2016 demandant au Conseil supérieur des messageries de presse, en application des dispositions de l'article 18-12-1 de la loi du 2 avril 1947, de définir les modalités d'un contrôle de l'application effective des barèmes tarifaires adoptés dans le cadre de l'article 12 de cette même loi ;

Vu la décision n° 2016-02 *relative à la mise en œuvre du droit d'opposition prévu au 11° de l'article 18-6 de la loi du 2 avril 1947*, adoptée le 21 décembre 2016 par l'assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

Après consultation publique ;

### **Adopte la décision suivante :**

1° Les sociétés coopératives de messageries de presse, ainsi que les entreprises commerciales auxquelles elles ont délégué des opérations de groupage et de distribution en application de l'article 4 de la loi du 2 avril 1947 susvisée, sont tenues de confier à leurs commissaires aux comptes une mission de contrôle de l'application effective des barèmes tarifaires adoptés selon les modalités prévues à l'article 12 de cette même loi.

---

<sup>1</sup> La délibération n° 2017-03 de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse en date du 17 juillet 2017, qui a rendu exécutoire la présente décision, a réformé la rédaction du 6° en remplaçant le mot "attestation" par le mot "déclaration".

- 2° Pour chaque messagerie, cette mission est confiée au commissaire aux comptes de l'entreprise qui assure l'exécution matérielle des opérations de groupage et de distribution. La mission s'effectue dans les conditions fixées par la norme d'exercice professionnel susvisée relative aux constats effectués par les commissaires aux comptes à l'issue de procédures convenues (ou toute norme qui viendrait à la remplacer, le cas échéant) et conformément aux dispositions ci-après.
- 3° Les conditions de déroulement de la mission font l'objet d'une lettre de mission spécifique que la direction générale de la messagerie adresse au commissaire aux comptes. Avant que la lettre de mission ne soit adressée au commissaire aux comptes, un projet doit être soumis au Président du Conseil supérieur, qui dispose d'un délai d'un mois pour formuler des observations écrites sur son contenu après avoir recueilli l'avis de la Commission de suivi de la situation économique et financière des messageries. Si le Président du Conseil supérieur formule des observations écrites sur le contenu d'un projet, le contenu de la lettre de mission est modifié pour en tenir compte. En tout état de cause, ces observations sont annexées à la lettre de mission qui est adressée au commissaire aux comptes.
- 4° La lettre de mission adressée au commissaire aux comptes doit comporter les éléments suivants :
- a. Une référence à la présente décision et à la décision n° 2016-02 du CSMP susvisée ;
  - b. La définition de la mission dont l'objet est de contrôler que les recettes comptabilisées par la messagerie au titre des prestations de groupage et de distribution faisant l'objet d'un barème tarifaire adopté selon les modalités prévues à l'article 12 de la loi du 12 avril 1947, correspondent à l'application effective dudit barème et qu'aucun éditeur de presse ne bénéficie de conditions non prévues au barème telles que visées dans la décision n° 2016-02 du CSMP précitée ;
  - c. La détermination des informations, données, documents et éléments du contrôle interne de la messagerie qui doivent être examinés par le commissaire aux comptes dans le cadre de sa mission ;
  - d. La nature et l'étendue des contrôles à opérer, étant précisé que le commissaire aux comptes doit procéder au minimum à des contrôles sur un nombre suffisant d'éléments sélectionnés aléatoirement pour être statistiquement significatif ;
  - e. Le calendrier prévisionnel des contrôles, étant précisé que le commissaire aux comptes doit effectuer son contrôle selon un rythme annuel ;
  - f. Les modalités de restitution des travaux effectués par le commissaire aux comptes et des constats qui en résultent, qui font l'objet d'un rapport à l'issue de chaque contrôle annuel ;
  - g. Les conditions de diffusion du rapport, qui est transmis par le commissaire aux comptes au président et au directeur général de la messagerie, lesquels doivent en adresser une copie au(x) président(s) de la (des) société(s) coopérative(s) concernée(s) ainsi qu'au Président du Conseil supérieur des messageries de presse et au Président de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse.
- 5° Le rapport, établi annuellement par le commissaire aux comptes à l'issue de son contrôle, comporte les éléments prévus par la norme d'exercice professionnel susvisée relative aux procédures convenues, et en particulier :
- a. Un exposé sommaire du contexte de l'intervention ;

- b. L'identification des informations, données, documents et éléments du contrôle interne de la messagerie qui ont été examinés par le commissaire aux comptes dans le cadre de son contrôle ;
  - c. La description des procédures mises en œuvre ;
  - d. La formulation des résultats sous forme de constats ; en particulier, si le commissaire aux comptes n'a relevé, à l'occasion de ses diligences, aucun élément de nature à faire apparaître que la messagerie consentirait à certains des éditeurs dont elle distribue les titres, des conditions plus favorables que celles résultant de l'application du barème tarifaire adopté en application de l'article 12 de la loi du 2 avril 1947, il en fait le constat ;
  - e. Toutes remarques utiles permettant aux destinataires du rapport de mesurer la portée et les limites des contrôles opérés.
- 6° Le commissaire aux comptes établit, en sus du rapport, une *déclaration* indiquant que le contrôle a été effectué. Cette *déclaration* décrit brièvement la nature et l'étendue des travaux mis en œuvre et comporte une conclusion adaptée aux travaux effectués et au niveau d'assurance obtenu, conformément aux prescriptions de la norme d'exercice professionnel applicable. Cette *déclaration* est communiquée à tous les éditeurs membres de la (des) société(s) coopérative(s) concernée(s) qui en font la demande.
- 7° Le Conseil supérieur mandate son Président pour prendre toutes mesures nécessaires à la mise en œuvre de la présente décision et en contrôler la bonne exécution.

\*\*\*\*\*

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° 2017-02

*modifiant les critères d'accès des hors-séries aux conditions de distribution des produits « 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, notamment son article 18-6 (12°) ;

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

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 ;

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 :

A compter de l'année civile 2017, le nombre maximum de hors-séries, tels que définis au 3° de la décision n° 2013-01 susvisée, pouvant accéder aux conditions de distribution des produits « presse » est modifié comme suit :

Périodicité de la publication principale	Périodicité inférieure à mensuelle	Périodicité mensuelle	Périodicité bimestrielle	Périodicité trimestrielle
Nombre maximum de hors-séries par année civile	18	12	6	4

\*\*\*\*\*

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° 2017-03

*approuvant le cahier des charges relatif à l'assortiment des titres servis dans les nouveaux kiosques parisiens*

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, notamment son article 18-6 ;

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

Vu la décision exécutoire n° 2011-02 *relative à l'assortiment des titres servis aux points de vente de presse*, adoptée le 22 décembre 2011 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

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 ;

Après consultation des organisations professionnelles des agents de la vente concernés.

### **Considérant que :**

- La Ville de Paris a, en mai 2016, confié à la société Mediakiosk, pour une durée de 15 ans, la fourniture, la maintenance, l'entretien et l'exploitation publicitaire des kiosques parisiens ainsi que la gestion des kiosquiers.
- Dans le cadre de ce contrat, Mediakiosk s'est engagée à renouveler intégralement le parc des kiosques d'ici à juin 2019. Ces nouveaux kiosques disposent notamment d'un espace de vente modulaire, plus attractif pour le client, permettant notamment de mieux mettre en avant la presse, plus confortable et fonctionnel pour le kiosquier et doté d'une caisse informatisée.
- Il convient d'adapter l'assortiment des titres de presse mis en vente dans ces kiosques pour accompagner l'effort de modernisation ainsi accompli. A cette fin, un groupe de travail associant les représentants des éditeurs, les messageries de presse et Mediakiosk s'est réuni sous l'égide du Conseil supérieur, en vue d'élaborer un cahier des charges de l'assortiment.
- C'est dans ces conditions que le Conseil supérieur est conduit à approuver les règles d'assortiment proposées par ce groupe de travail.

**Adopte la décision suivante :**

- 1° Les conditions d'assortiment des titres de presse servis dans les nouveaux kiosques parisiens, pour les catégories de presse autres que la presse d'information politique et générale, sont fixées dans le cahier des charges annexé à la présente décision.
- 2° Le Conseil supérieur mandate son Président pour prendre toute mesure nécessaire à la mise en œuvre de la présente décision.

\*\*\*\*\*

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

# CAHIER DES CHARGES DE L'ASSORTIMENT DES TITRES DE PRESSE SERVIS DANS LES NOUVEAUX KIOSQUES PARISIENS

## Chapitre I : Les principes d'assortiment

1. Le contexte
2. La méthodologie

## Chapitre II : La mise en place dans un point de vente

1. Définition de l'offre titres
2. Construction de l'offre titres

## Chapitre III : Kiosques dont l'offre presse doit être optimisée par des titres à potentiel

1. L'objectif
2. La méthodologie

# Chapitre I : Les principes d'assortiment

## 1/ Le contexte

Le renouvellement des kiosques parisiens est un projet novateur (passage d'une vente assistée à une vente en libre-service) et ambitieux (renouvellement de 350 kiosques en un an et demi) dont l'objectif est d'améliorer la visibilité et l'accessibilité à la presse dans les kiosques.

Conscients des enjeux et de l'opportunité de revaloriser le produit presse, les messageries de presse et les représentants des éditeurs, réunis en groupe de travail avec Mediakiosk sous l'égide du CSMP, ont validé le fait d'accompagner au mieux ce projet afin qu'il soit un véritable succès, bénéfique à tous les acteurs.

L'ambition de la démarche commerciale d'offre au point de vente est de **rationnaliser l'offre sur des critères objectifs et non discriminatoires**, tout en préservant le chiffre d'affaires dans l'intérêt du kiosquier, des messageries et des éditeurs.

Le présent cahier des charges de l'assortiment des titres de presse servis dans les nouveaux kiosques parisiens a été élaboré par les deux sociétés de messageries et approuvé le 28 juin 2017 par le groupe de travail réuni sous l'égide du CSMP.

Les futurs kiosques parisiens se déclineront en 7 typologies, eux-mêmes se déclinant en 3 configurations :

- Presse,
- Presse et diversification moyenne,
- 2/3 presse – 1/3 diversification,

soit au final 21 combinaisons possibles selon les choix des kiosquiers sur l'exposition de la presse et des produits de diversification.

Pour chaque typologie, une capacité d'accueil pour la presse sera définie et celle-ci sera transformée en nombre de titres selon la règle ci-dessous (hors quotidiens).

A noter que le nombre de titres pour chaque typologie est le nombre de titres maximum.

Les kiosques en libre-service (T0, T1, T2 et T3 B) se verront appliquer la règle du 14 titres / MLD. La majorité des kiosques se situeront dans ce cas. Toutefois certains kiosques, plus petits (T3A, T3C et T4), ne présenteront qu'un espace en libre-service limité et maintiendront une vente semi-assistée. Pour ces kiosques la règle appliquée sera 20 titres / MLD.

Typologie	FULL PRESSE	PRESSE et DIVERSIFICATION MOYENNE	2/3 PRESSE - 1/3 DIVERSIFICATION
T0	1225	1080	950
T1	865	765	670
T2	765	680	600
T3B	715	630	550
T3A	430	360	290
T3C	430	360	290
T4	280	260	230

## 2/ La méthodologie

**Les quotidiens, qui sont gérés dans un présentoir dédié, ne sont pas concernés par l'assortiment.**

**Pour chaque kiosque** Médiakiosk communiquera aux messageries la typologie, la configuration, le nombre de mètres linéaires développés ainsi que la date prévisionnelle d'ouverture. Ces éléments détermineront le nombre de titres maximum.

Les publications périodiques hors assortiment (IPG et Nouveautés) ainsi que les produits « Hors presse » sont compris dans le nombre de titres maximum.

**Chaque messagerie réalisera un bilan au kiosque** et s'engage à adapter et contenir l'offre titres à hauteur de la capacité d'accueil du kiosque.

Pour chaque kiosque, les messageries utiliseront **une table des contrats** (liste des titres composant la nouvelle offre du diffuseur, elle est gérée et stockée informatiquement, et devient donc synonyme de son offre) qui déterminera l'offre titres maximale au PDV pour une durée de 6 mois. **Il s'agit de la première revue d'offre.**

L'offre titres de chaque kiosque sera réactualisée **tous les semestres** selon les mêmes modalités que l'offre initiale.

Les revues d'offres suivantes auront pour objectif d'optimiser l'offre initiale, ajuster l'offre en retirant des titres à ventes nulles ou faiblement vendeurs.

**Pour déterminer le nombre de titres de chaque messagerie il a été décidé d'appliquer la méthode du palmarès des ventes** en chiffre d'affaires, tous titres, à la codification titre, toutes messageries, calculé au point de vente sur 12 mois, hors « Ludiques » qui font l'objet d'un traitement spécifique (cf II-1).

Puis les messageries effectueront **un contrôle de cohérence** de l'offre pour s'assurer **de la présence de tous les univers merchandising** : Actualités Générales, Art et Culture, Informatique et Numérique, Ado et Musique, Sports Auto Loisirs, Nature et Voyages, Maison et Art de Vivre, Féminins, Enfants, Picture People, Télévision, la règle étant que l'offre comporte au moins trois titres pour chaque univers merchandising.

Si un de ces univers merchandising est insuffisamment représenté, les messageries réintégreront dans l'offre le ou les titres constituant la meilleure vente de cet univers au palmarès du point de vente et supprimeront le ou les derniers titres sélectionnés du palmarès de la nouvelle offre du kiosque.

## Chapitre II : La mise en place dans un point de vente

### 1/ Définition de l'offre titres :

1- Chaque messagerie doit préalablement mesurer les ventes en date de mise en vente du kiosque concerné ;

**NB : La période de référence est les ventes en date de mise en vente sur 12 mois – 3 mois.** Exemple : pour une offre réalisée en juin, la période de référence sera de 03/2016 à 02/2017

2-. Une des deux messageries établira le palmarès du point de vente et pilotera le processus de détermination de son offre titres.

Il est ensuite procédé comme suit :

#### **Quotidiens nationaux (hors assortiment)**

Etant rappelé que tout quotidien IPG a un accès à tous les points de vente sans restriction

#### **Publications d'information politique et générale (PIPG – hors assortiment)**

Pour rappel, les PIPG ont un accès à tous les points de vente sans restriction.

Les PIPG représentent 8% du nombre de titres total du modèle de kiosque retenu (nombre d'IPG estimé par PDV sur une période de 12 mois). C'est ce taux qui est retenu pour la construction de l'offre selon les modalités indiquées à la section 2 du présent Chapitre II. Néanmoins, si de nouveaux titres PIPG souhaitent accéder au kiosque, ils seront admis et les messageries devront réduire à due concurrence le reste de l'offre. Saisie dans la nouvelle offre de l'exhaustivité des codifications présentes.

#### **Publications (y compris Import & Adulte)**

Il est fait application du palmarès tel que défini au chapitre I de la section 2.

**Les titres Adulte (IVM) pourront être exclus à la demande du kiosquier dans le cadre de la clause de conscience du diffuseur.**

#### **Les Nouveautés**

Le taux de représentativité constaté par les deux messageries représente en moyenne 8% du nombre de titres total de la typologie présents dans un kiosque. Le taux de représentativité de 8% a donc été retenu.

Il est fait application de ce taux au nombre de titres total pour chaque typologie afin de déterminer le nombre de places allouées aux nouveautés.

Chaque messagerie disposera ainsi d'un quota de nouveautés sur une répartition 50/50 et pourra fixer leur référencement sur la base de critères objectifs et non-discriminatoires.

#### **Les « Solo »**

Ce terme désigne les titres, fournis à très peu d'exemplaires, qui ne sont pas mis dans le linéaire et qui sont réservés pour des clients habitués. Une sorte « d'abonnement au kiosque ».

Le nombre de titres maximum pour chaque modèle de kiosque sera de 80 titres.

La sélection des titres « Solo » se fait uniquement sur les titres de presse coopérative, hors univers Ludiques qui bénéficie d'un traitement spécifique (cf. ci-dessous).

Les Solo sont sélectionnés selon les critères suivants : titres de presse coopératives supprimés dont le taux de vente est supérieur ou égal à 75% dans la limite des 80 meilleurs vendeurs.

Dans l'hypothèse où le quota des 80 titres solo ne serait pas atteint, il ne sera pas proposé de titres supplémentaires.

### **Ludiques**

Un nombre de titres maximum est déterminé en fonction de la typologie comme suit :

Typologie	Nombre de titres Ludiques
T0	30
T1	70
T2	50
T3B	30
T3A	30
T3C	30
T4	10

Les codifications retenues dans l'offre titres de chaque kiosque seront arrêtées par les messageries en tenant compte des palmarès de ventes et des politiques de gamme qui régissent le marché.

### **Les produits hors-presse**

Les messageries distinguent 5 catégories de produits hors-presse :

- PM - Produits Multimédia,
- PZ - Produits Multimédia de Référence,
- AL - Apparenté-Librairie,
- PP - Para-Presse,
- EY - Encyclopédies.

Pour chacune d'elles, le kiosquier doit, préalablement à la première revue d'offre, exprimer son souhait de les recevoir ou non, dans le cadre d'un dialogue commercial avec les deux messageries.

### **Cas particuliers des Encyclopédies :**

Quelle que soit la typologie du kiosque, le nombre de titres EY sera 25. Le cas échéant, les titres excédentaires iront dans les Solo.

Si le kiosquier ne veut pas d'EY, alors le nombre de titres alloué aux EY viendra s'ajouter au nombre de titres de la catégorie Publications.

## 2/ Construction de l'offre titres

Sur la base d'un nombre de titres total communiqué par Médiakiosk et selon les critères explicités dans la section 1 du présent Chapitre II, voici comment serait constituée l'offre titres d'un kiosque.

### EXEMPLE POUR TYPO T2 FULL PRESSE

	Nombre de titres total fixé par typo et configuration	765
IPG	Tous les titres des messageries (8% du nombre total)	61
Nouveautés	8% du nombre total	61
Solo	Nombre de titres toutes typologies	80
Publications, AL, PP	Linéaire + piles - Nombre de titres fixé selon la typologie et la configuration et après déduction des nombres de titres IPG, nouveautés, ludiques, EY et Solo	488 ou 513 (SI EY=0)
Ludique	Nombre de titres fixé par typologie et configuration	50
EY	Nombre de titres toutes typologies	0 ou 25

## Chapitre III : Kiosques dont l'offre presse doit être optimisée par ajout de titres à potentiel

### 1/ L'objectif

Un des objectifs du projet relatif aux kiosques parisiens et de redonner une place plus importante à la presse dans ces édicules.

Il apparaît que plus d'une centaine de kiosques auront une capacité d'exposition plus importante qu'aujourd'hui et il faudra donc, à l'inverse de ce qui est envisagé dans les Chapitres Ier et II, augmenter le nombre de titres fournis à ces kiosques sur la base de **critères objectifs et non discriminatoires**.

La démarche commerciale retenue par les messageries consiste à développer les ventes et le chiffre d'affaires des éditeurs, des messageries et des kiosquiers.

### 2/ La méthodologie

Il s'agit d'accompagner les acteurs pour optimiser l'offre du kiosque en proposant des titres à potentiel susceptibles de faire gagner des ventes d'ici la prochaine revue d'offre.

Ces titres seront sélectionnés **sur la base du palmarès local toutes messageries** et viendront s'ajouter à l'offre existante, de façon à atteindre le format d'offre presse applicable au kiosque considéré. Sous réserve que ces nouveaux titres n'aient jamais été vendeurs sur la période de référence.

Une fois l'offre constituée, le contrôle de cohérence mentionné dans la section 2 du Chapitre I sera effectué.

L'installation des titres issus de ces palmarès se fera sur un service de base minimum à deux exemplaires.

Lors de l'analyse des ventes, si le nombre de titres ayant généré un chiffre d'affaires au point de vente est inférieur au nombre de places allouées à cette catégorie, il sera proposé parmi le palmarès local des messageries des titres à potentiel qui n'auraient pas été servis sur le kiosque concerné pendant la période de référence.

# CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

## DECISION N° 2017-04

*définissant les conditions d'assortiment des titres servis aux supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> situées dans les grandes métropoles*

Décision non rendue exécutoire

### **Le Conseil supérieur des messageries de presse**

Sur proposition du Président ;

Vu la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 modifiée, notamment ses articles 18-6 et 18-7 ;

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

Vu la décision exécutoire n° 2011-02 *relative à l'assortiment des titres servis aux points de vente de presse*, adoptée le 22 décembre 2011 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

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 le 4° de la décision exécutoire n° 2016-01 *confirmant les conditions de mise en œuvre du schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2017*, adoptée le 19 juillet 2016 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

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

Après consultation publique ;

### **Adopte la décision suivante :**

1° La présente décision fixe les conditions d'assortiment des titres de presse dans les superettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup>, situées dans les grandes agglomérations suivantes :

- Paris et départements de petite couronne (92, 93, 94) ;
- Marseille,
- Lyon,
- Toulouse,
- Nice,
- Nantes,
- Strasbourg,
- Montpellier,
- Bordeaux,
- Lille,
- Rennes.

2° Conformément aux dispositions de l'article 18-6 (6°) de la loi du 2 avril 1947 susvisée, l'implantation d'un rayon presse dans les commerces mentionnés au 1° est subordonnée à

une autorisation de la Commission du réseau du Conseil supérieur des messageries de presse, selon les modalités prévues à l'article 9 du règlement intérieur du CSMP. La Commission du réseau examine chaque projet d'implantation individuellement.

- 3° Lorsque la Proposition de création d'un tel rayon presse concerne un commerce situé à moins de deux cent cinquante mètres de distance d'un diffuseur préexistant, la demande de création doit être accompagnée de l'accord préalable par lequel ce diffuseur accepte d'assurer, pour le compte des éditeurs, une mission rémunérée de soutien technique et commercial en tant que diffuseur référent pour ce point de vente. Les conditions de réalisation de cette mission doivent être conformes aux termes prévus dans l'annexe jointe à la présente décision.
- 4° Dans les cas autres que ceux visés au 3°, si un diffuseur préexistant est situé à une distance comprise entre deux cent cinquante et trois cents mètres du commerce faisant l'objet d'une Proposition de rayon presse, ce diffuseur peut également assurer la mission rémunérée de soutien technique et commercial mentionnée au 3° ci-dessus.
- 5° Les rayons presse installés dans les commerces mentionnés au 1° comportent un présentoir dédié aux quotidiens et un espace dédié à l'exposition des publications périodiques. Ce dernier comporte au moins un présentoir ayant un entraxe de 1 mètre ou 1,33 mètre.
- 6° Les rayons presse des commerces mentionnés au 1° ne proposent que des produits « presse » au sens du 1° de la décision n° 2013-01 susvisée du CSMP.
- 7° Par dérogation aux dispositions de la décision n° 2011-02 du CSMP susvisée, le nombre de publications périodiques servies dans ces rayons presse est limité comme suit :

Nombre de présentoirs dédiés à l'exposition des publications périodiques	1	1	2	2	3	3
Entraxe (mètre)	1	1,33	1	1,33	1	1,33
Nombre de titres	100	120	200	240	300	360

Il est rappelé que, conformément aux dispositions de l'article 18-6 de la loi du 2 avril 1947 susvisée, les titres de presse d'information politique et générale ne sont pas soumis à l'assortiment.

- 8° L'assortiment offert dans ces points de vente est déterminé, sous le contrôle du Secrétariat permanent du CSMP, par le comité mentionné au 9°. L'assortiment est déterminé par application des règles suivantes :
  - (i) l'assortiment est fondé sur un palmarès des ventes en montants forts (VMF) constatées en périodicité annuelle ;
  - (ii) le palmarès des ventes est établi au niveau de chaque dépôt desservant des points de vente visés par la présente décision ;
  - (iii) l'assortiment veille à assurer une répartition équilibrée des différents univers de presse<sup>1</sup>, chaque univers de presse y étant représenté par au moins trois titres distincts ;
  - (iv) l'assortiment est établi en fonction du nombre de titres servis en fonction du linéaire mis à disposition, tel que défini au 7°, après prise en compte des publications périodiques relevant de la presse d'information politique et

<sup>1</sup> A la date de la présente décision, les univers de presse identifiés par les messageries de presse, qui seront pris en compte pour déterminer l'assortiment, sont les suivants : Actualités générales, Ado et musique, Art et culture, Enfants, Féminins, Informatique et numérique, Ludiques, Maison et art de vivre, Nature et voyages, Picture people, Sports-Auto-Loisirs, Télévision.

générale (IPG) qui ne sont pas soumises à l'assortiment et qui sont servies à ces points de vente ; chaque éditeur de titre IPG ou de titre éligible à l'assortiment reste maître de la décision d'implantation de son titre ;

- (v) l'assortiment détermine pour chaque univers de presse le nombre de titres retenus en prenant en compte le chiffre d'affaires réalisé par chaque univers au niveau du dépôt considéré et le nombre de titres de chaque univers ;
- (vi) les hors-séries, les déclinaisons de format, les déclinaisons avec plus-produits, les offres couplées sont exclus de l'assortiment ;
- (vii) l'assortiment est révisé deux fois par an ;
- (viii) l'entrée d'un titre dans l'assortiment ne peut conduire à dépasser le nombre de titres servis en fonction du linéaire mis à disposition, tel que défini au 7°.

Pour permettre la détermination de l'assortiment offert dans ces points de vente, les messageries de presse communiquent au Secrétariat permanent du CSMP les données relatives aux publications dont elles assurent la distribution.

- 9° Il est créé un comité composé de cinq représentants des éditeurs de presse, désignés par l'Assemblée du Conseil supérieur sur proposition du Bureau. Ce comité détermine l'assortiment dans les points de ventes visés par la présente décision, dans le respect des critères objectifs et non discriminatoires définis au 8°. Il peut également décider d'introduire dans celui-ci un titre nouvellement créé s'il apparaît que sa performance commerciale le justifie étant précisé que, pour mesurer celle-ci, le titre doit avoir fait l'objet d'au moins une parution. Les listes d'assortiment arrêtées par le comité sont notifiées aux messageries de presse. Elles s'imposent à celles-ci ainsi qu'aux agents de la vente de presse.
- 10° Dans un premier temps, la présente décision sera mise en œuvre uniquement dans la ville de Paris. A l'issue d'une période de mise en œuvre d'un an, le Secrétariat permanent du Conseil supérieur établira un rapport sur le déploiement du dispositif. Au vu de ce rapport, après consultation du Bureau du Conseil supérieur et des présidents des coopératives, le Président du Conseil supérieur pourra, par simples décisions notifiées au président de la Commission du réseau ainsi qu'aux messageries de presse et publiées sur le site internet du Conseil supérieur, décider d'élargir le champ d'application géographique de la présente décision aux autres territoires mentionnés au 1°. Il informera l'Assemblée de ces décisions à la première séance suivant leur adoption.
- 11° Le Conseil supérieur mandate son Président pour prendre toutes autres mesures nécessaires à la mise en œuvre de la présente décision et en contrôler la bonne exécution.
- 12° Le Président du Conseil supérieur établira un bilan de l'application de la présente décision à l'issue de deux années de mise en œuvre. Le cas échéant, il proposera des mesures pour compléter ou modifier la présente décision.

\*\*\*\*\*

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

**Conditions de réalisation de la mission de soutien technique et commercial  
aux points de vente en supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup>  
situées dans les grandes métropoles**

Le diffuseur qui accepte d'assurer, pour le compte des éditeurs, une mission rémunérée de soutien technique et commercial en tant que diffuseur référent (le Diffuseur Référent) pour un point de vente en supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> située dans une grande métropole (le Diffuseur en Supérette), en vue de la réalisation conjointe des opérations d'entremise, assure ladite mission (la Mission) dans les conditions suivantes.

**1. Contenu de la Mission**

La Mission recouvre :

- L'assistance à l'ouverture, comprenant notamment l'assistance à la gestion des bordereaux de livraisons (BL) et des bordereaux d'invendus (BI) ;
- L'assistance au « merchandising » et à l'entretien du linéaire presse ;
- Des visites régulières, au moins 2 fois par semaine, dans le cadre de ladite mission d'assistance.

**2. Conditions d'accès au point de vente en supérette**

Le Diffuseur Référent accède aux locaux aux heures convenues avec le Diffuseur en Supérette, dans le respect du protocole de sécurité applicable, s'il en existe.

**3. Suivi de la mission**

Le Diffuseur en Supérette fait parvenir aux messageries, entre le 1er juillet et le 31 juillet au plus tard et entre le 1er janvier et le 31 janvier au plus tard de chaque année, une attestation conforme au modèle ci-après reproduit, afin de confirmer que le Diffuseur Référent a effectivement rempli la Mission.

*Attestation à [désigner la messagerie]*

*Je soussigné Madame/Monsieur {Prénom et Nom},*

*Diffuseur de presse inscrit au Conseil supérieur des messageries de presse (CSMP), NIM n° {xxxxxx},*

*Exploitant le point de vente situé à {adresse}*

*Atteste que Monsieur/Madame {Prénom et Nom}*

*Exploitant le Point de vente de presse situé à {adresse} ayant le NIM n° {xxxxx}*

*A participé conjointement avec moi aux opérations d'entremise dans le cadre de la décision n° 2017-xx du CSMP dans mon point de vente du jj/mm/aaaa au jj/mm/aaaa*

*Fait à  
Le*

*En trois exemplaires originaux [un pour le Diffuseur Référent et un pour chaque messagerie de presse]*

*Signature*

#### **4. Rémunération du Diffuseur Référent**

Le Diffuseur Référent reçoit au titre de la Mission une rémunération dont le taux est fixé par la décision n° 2017-XX du CSMP.

Cette rémunération lui est versée deux fois par an, par chacune des messageries, au vu de l'attestation reçue en application du point 3 ci-dessus.

Cette rémunération est payable dans les mêmes conditions que les autres éléments de rémunération dus au titre du contrat de diffuseur conclu par le Diffuseur Référent, pour les autres opérations d'entremise.

# CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

## DECISION N° 2017-05

*fixant les conditions de rémunération de certains diffuseurs de presse*

Décision non rendue exécutoire

### Le Conseil supérieur des messageries de presse

Sur proposition du Président ;

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

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<sup>er</sup> décembre 2011 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse, complétée et modifiée par les décisions n° 2012-06, n° 2012-07 et n° 2013-03 ;

Vu la décision exécutoire n° 2014-03 *concernant le schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse*, adoptée le 1<sup>er</sup> juillet 2014 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse, complétée par les décisions n° 2014-07 et n° 2014-09 ;

Vu la décision exécutoire n° 2016-01 *confirmant les conditions de mise en œuvre du schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2017*, adoptée le 19 juillet 2016 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

Vu la décision n° 2017-04 *définissant les conditions d'assortiment des titres servis aux supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> situées dans les grandes métropoles*, adoptée ce jour par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

Après consultation des organisations professionnelles représentant les agents de la vente concernés ;

Après consultation publique ;

### Adopte la décision suivante :

1° Par dérogation aux dispositions du 4° de la décision n° 2014-03 susvisée, les taux de commission des diffuseurs mentionnés dans la décision n° 2017-04 susvisée varient en fonction du nombre de présentoirs installés dans le rayon presse dédié à l'exposition des publications périodiques. Ces taux s'établissent comme suit :

Nombre de présentoirs dédiés à l'exposition des publications périodiques	Taux de commission pour les Publications périodiques	Taux de commission pour les Quotidiens
1	13%	15%
2	14%	
3	15%	

Les majorations prévues aux 6° à 13° de la décision n° 2014-03 ne sont pas applicables.

- 2° Les diffuseurs de presse qui assurent la mission de soutien technique et commercial mentionnée au 3° de la décision n° 2017-04 susvisée perçoivent une rémunération sous la forme d'une commission de 8% sur les ventes de presse du diffuseur auprès duquel ils réalisent cette mission.

\*\*\*\*\*

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° 2017-06

*portant homologation du contrat-type des superettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> situées dans les grandes métropoles*

Décision non rendue exécutoire

### **Le Conseil supérieur des messageries de presse**

Sur proposition du Président ;

Vu la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 modifiée, notamment ses articles 18-6 et 18-7 ;

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

Vu la décision n° 2017-04 *définissant les conditions d'assortiment des titres servis aux superettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> situées dans les grandes métropoles*, adoptée ce jour par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

Vu la décision n° 2017-05 *fixant les conditions de rémunération de certains diffuseurs de presse*, adoptée ce jour par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

Vu la proposition de contrat-type élaborée par les messageries de presse ;

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

### **Adopte la décision suivante :**

Conformément aux dispositions de l'article 18-6 (8°) de la loi du 2 avril 1947 susvisée, est homologuée la rédaction ci-annexée du contrat-type qui doit être conclu par les diffuseurs de presse entrant dans le champ de la décision n° 2017-04 susvisée.

\*\*\*\*\*

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

**CONTRAT supérette - 400 m<sup>2</sup> grandes métropoles type 1, 2 ou 3 présentoirs  
publications périodiques**

**ENTRE LES SOUSSIGNES**

- Le dépositaire central de presse :  
inscrit au RCS de ..... sous le numéro .....

Ci-après nommé "Dépositaire"

**ET**

- **Monsieur \_\_\_\_\_ né le jj/mm/aaaa demeurant à \_\_\_\_\_**
- **La société \_\_\_\_\_, {forme}, au capital de \_\_\_\_ €, immatriculée au registre du commerce et des sociétés de {ville} sous le numero \_\_\_\_\_ dont le siège social est {adresse} et représenté par son {président/gérant/directeur général...} (cachet de la société à apposer avec la signature)**

Pris ensemble et solidairement, ci-après nommé "le Diffuseur »

Et le Dépositaire et le Diffuseur étant collectivement désignés comme étant les Parties.

**EXPOSE**

La distribution et la vente au numéro des titres de presse nationale (journaux et magazines) est régie par la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 modifiée relative au statut des entreprises de groupage et de distribution des journaux et publications périodiques (loi Bichet).

Aux termes de la loi Bichet, le Conseil supérieur des messageries de presse (CSMP) fixe, sous le contrôle de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse (ARDP), les règles applicables à la distribution de la presse. Il lui appartient notamment de déterminer, par l'intermédiaire d'une commission spécialisée composée de représentants des éditeurs de presse, dénommée Commission du réseau (CDR), l'implantation des points de vente de presse. C'est également le CSMP qui, en application de la loi Bichet, fixe les conditions de rémunération des agents de la vente de presse, notamment les diffuseurs.

L'approvisionnement des points de vente situés dans une zone géographique est assuré par le dépositaire que la CDR a agréé pour desservir ladite zone.

Les conditions dans lesquelles le Dépositaire approvisionne le point de vente du Diffuseur en journaux et magazines pour que ce dernier les mette en vente, ainsi que les conditions dans lesquelles cette mise en vente est assurée par le Diffuseur, sont définies dans un contrat conclu entre le Dépositaire et le diffuseur qui gère ce point de vente.

Ce contrat ne peut être conclu qu'avec un diffuseur exerçant son activité dans un lieu de vente préalablement agréé par la CDR.

Conformément aux dispositions de l'article 18-6 (8°) de la loi Bichet, le contenu de ce contrat doit être conforme au modèle-type que le CSMP a homologué dans sa décision exécutoire n° 2017/XX du XXXX.

C'est dans ces conditions que le Dépositaire et le Diffuseur ont conclu le présent contrat.

Il est rappelé que le présent contrat s'inscrit dans le cadre des décisions de portée générale du CSMP, rendues exécutoires par l'ARDP, et notamment :

- Décision n° 2017-XX définissant les conditions d'assortiment des titres servis aux supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> situées dans les grandes métropoles ;
- Décision n° 2017-XX fixant les conditions de rémunération de certains diffuseurs de presse.

Toutes les décisions du CSMP sont librement accessibles sur le site Internet de cet organisme ([www.csmp.fr](http://www.csmp.fr)).

Il est précisé que le présent Contrat ne peut concerner que des créations de point de vente objet de la décision n° 2017-XX du CSMP et il ne peut remplacer un contrat déjà signé par tout Diffuseur exploitant un autre type de point de vente de presse déjà existant.

## **IL A ETE CONVENU CE QUI SUIT**

### **Article 1 - Définitions**

---

**Assortiment** : l'Assortiment de Produits est fixé par la décision n° 2017-xx du CSMP. Cet Assortiment est réalisé par les Messageries. Il est adapté (i) selon le mobilier dont est équipée la surface commerciale et (ii) en fonction du palmarès des ventes régionales réalisées par le Dépositaire. Pour la réalisation de cet Assortiment, ne seront retenues que les codifications principales (titres « maitres ») et en un seul format dans le cas où les titres seraient commercialisés en au moins deux formats différents. Cet Assortiment exclut (i) les offres composites et déclinaisons, (ii) les hors-série, (iii) les encyclopédies (EY), (iv) les produits « assimilés librairies » (AL), les produits « para-presse » (PP), (v) les produits remis en vente, (vi) les titres et offres interdits aux mineurs.

**ARDP** : Autorité de régulation de la distribution de la presse. Organisme crée par la loi du 2 avril 1947.

**Contrat** : le présent document et l'ensemble de ses annexes. En cas de contradiction pour la compréhension ou l'interprétation d'un mot ou d'une phrase entre une annexe et le présent document, le présent document prévaudra.

**CSMP** : Conseil supérieur des messageries de presse. Organisme créé par la loi du 2 avril 1947.

**Messagerie(s)** : désigne indifféremment Presstalis et les Messageries lyonnaise de presse

---

**Point de vente** : désigne le rayon presse situé dans un magasin qui remplit les critères cumulatifs suivants conformément à la décision exécutoire du CSMP n° 2017-xx :

- il est situé et intégré dans un commerce alimentaire de proximité dont la vente de titres de presse constitue une activité accessoire,
- la surface commerciale hors parking et réserves de ce commerce de proximité est inférieure à 400 m<sup>2</sup>
- il est implanté dans une des grandes agglomérations visées par la décision n° 2107-xx du CSMP.

Le Point de vente est celui fixé à l'adresse désignée dans l'article 3 qui suit.

**Produits** : vise les quotidiens nationaux et les publications des éditeurs de presse adhérant aux coopératives de presse et distribués dans le cadre d'un des contrats de groupage. Ils satisfont aux critères d'accès aux conditions de distribution « presse » des Messageries définis par la décision n° 2013-01 du CSMP.

## **Article 2 – Objet**

---

Le présent Contrat a pour objet de définir les conditions financières, commerciales et opérationnelles dans lesquelles le Dépositaire fournit au Diffuseur les Produits que sont les journaux (quotidiens) et publications des éditeurs pour être mis en vente auprès du public et les conditions de cette mise en vente par le Diffuseur,

## **Article 3 – Caractère du contrat**

---

Le présent Contrat est conclu avec le Diffuseur en considération de sa personne.

En raison du caractère intuitu personae du Contrat, ce dernier ne peut être cédé à quiconque à titre gratuit ou onéreux par le Diffuseur.

Le Diffuseur, tout comme le Dépositaire et les Messageries, a la qualité de commissionnaire du croire à la vente. Les Produits lui sont confiés en dépôt par le Dépositaire et ils demeurent la propriété des éditeurs jusqu'à leur achat par le consommateur.

Le Diffuseur ne pourra pas bénéficier du statut de diffuseur de presse concessionnaire (DPC).

La vente des Produits s'effectuera exclusivement à l'adresse suivante, sans aucune possibilité de transfert :

[●] \_\_\_\_\_

[●] \_\_\_\_\_

#### **Article 4 – Exclusivité d’approvisionnement**

---

Le Diffuseur s’approvisionnera exclusivement en Produits auprès du Dépositaire.

Ainsi, le Diffuseur sera livré par le Dépositaire :

- d’au maximum 100 publications dont la liste est établie par le Dépositaire et le Diffuseur en accord avec les Messageries et selon l’Assortiment visé dans l’article 6 qui suit.
- de quotidiens nationaux.

Il est entendu que sur la zone de desserte parisienne, chaque Messagerie opère directement ou indirectement pour la distribution de ses Produits. Dans ce cas l’exclusivité prévue au présent article s’entend pour chaque Messagerie et les Produits qu’elle distribue.

Le Dépositaire et le Diffuseur s’interdisent de distribuer ou de mettre à disposition du public tout quotidien ou publication à caractère gratuit. Toutefois, le Diffuseur est autorisé à mettre en vente des titres de presse en provenance d’éditeurs de la PQR (Presse quotidienne régionale) ou PHR (Presse hebdomadaire régionale), ou à proposer gracieusement ou non des catalogues et/ou publications publicitaires de l’enseigne dont il fait partie.

#### **Article 5 – Obligations du Diffuseur.**

---

Le Diffuseur s’engage à :

- mettre en vente, en toute impartialité et sans discrimination, la totalité des exemplaires qui lui sont livrés, au prix marqué fixé par l’éditeur,
- restituer à leur date de relève les exemplaires invendus, conformément au bordereau remis, complets et en bon état (dans un état identique à celui de leur livraison),
- signaler au Dépositaire dans un délai de 24 (vingt-quatre) heures après réception du bordereau de livraison toutes anomalies (quantités manquantes, quantités en plus, produits non marqués sur le bordereau de livraison, erreur de code à barres ...). Toute réclamation passé ce délai ne pourra être prise en compte par le Dépositaire,
- se conformer aux instructions du Dépositaire et notamment celles contenues dans le Guide des Bonnes pratiques du dépositaire relatif à la gestion des invendus joint en annexe 1,
- mettre à l’endroit convenu un présentoir dédié aux quotidiens et ... présentoirs d’un entraxe de ... mètre dédiés aux publications, afin d’exposer la totalité de l’offre Produits fournie par le Dépositaire. Il est précisé que l’installation d’une enseigne et/ou d’une signalétique est suggérée pour signaler la présence d’un rayon presse dans le magasin,
- implanter la presse en respectant les règles du merchandising de la profession jointes en annexe 2 mais également disponibles sur les sites Internet des Messageries,
- mettre en place l’Assortiment prévu à l’article 6 qui suit,
- coopérer de bonne foi avec le Dépositaire pour assurer la diffusion et la mise en vente des Produits auprès du public.
- se former au moins une fois lors de l’ouverture du Point de vente auprès d’organismes spécialisés tels que le CEFORP {adresse} ou Alliance {adresse}. Le Diffuseur est également fortement encouragé à engager une nouvelle formation à chaque fois que le personnel attaché au Point de vente du Diffuseur change
- si le Point de vente du Diffuseur se trouve localisé à moins de 300 mètres d’un diffuseur de presse tiers préexistant qui accepte de remplir la mission de diffuseur référent selon les

modalités prévues par la décision n° 2017-XX du CSMP, le Diffuseur s'engage à recevoir celui-ci dans son Point de vente afin d'assurer conjointement les opérations d'entremise, conformément à la décision précitée du CSMP. Dans ce cadre, le Diffuseur s'engage à remettre tous les 6 mois à chacune des Messageries, une attestation conforme au modèle joint en annexe 3.

## **Article 6 – Obligations du Dépositaire**

---

Le Dépositaire s'engage à :

- remplacer ou créditer toute fourniture défectueuse ou incomplète qui lui aurait été signalée par le Diffuseur dans les 24 (vingt-quatre) heures suivant la réception pour les quotidiens et dans les 5 (cinq) jours pour les publications,
- répondre aux demandes de réassortiments formulées par le Diffuseur, dans les meilleurs délais compte tenu de ses possibilités et de son stock de réapprovisionnement,
- procéder à des livraisons conformes aux instructions des éditeurs de presse,
- remettre au Diffuseur un bordereau de livraison détaillé lui permettant de contrôler les quantités de Produits reçues,
- reprendre les Produits invendus à leur date de relève (le principe étant que le numéro suivant « chasse » le précédent) et procéder aux opérations de crédits y afférentes,
- fixer, à l'ouverture du Point de vente, un Assortiment initial conforme aux dispositions de la décision n° 2017-xx du CSMP,
- adapter 2 fois par an, l'Assortiment des publications conformément au processus fixé par la décision n° 2017-xx du CSMP,
- coopérer de bonne foi avec le Diffuseur pour assurer la diffusion et la mise en vente auprès du public des Produits,

## **Article 7 – Rémunération**

---

La rémunération du Diffuseur est constituée par une commission sur les exemplaires vendus par ses soins. Elle est calculée conformément aux dispositions de la décision n° 2017-xx du CSMP.

Cette rémunération est versée par le Dépositaire par compensation de créance avec le produit de la vente que le Diffuseur doit remonter au Dépositaire. Dans ce cadre, le Diffuseur déclare et garantit être inscrit auprès du CSMP en tant qu'agent de la vente afin de pouvoir bénéficier de l'exonération de TVA sur cette commission payée par le Dépositaire et prévue à l'article 298 undecies du Code général des impôts.

## **Article 8 – Modalités de paiement**

---

Le montant dû par le Diffuseur fait l'objet d'un document comptable appelé relevé hebdomadaire établi par le Dépositaire. Ce relevé hebdomadaire contient un Relevé de

compte qui synthétise les sommes dues par le Dépositaire au Diffuseur au titre de sa commission et les sommes dues par le Diffuseur au Dépositaire au titre du produit de la vente réalisée. Le relevé hebdomadaire est parfaitement conforme à la pratique et aux usages du secteur et constitue un document contractuel faisant foi entre les Parties.

Conformément à la décision n° 2013-02 du CSMP, le paiement de la somme due hebdomadairement, soit le règlement des ventes après compensation des créances tel que visé dans l'alinéa qui précède, doit être effectué par le Diffuseur chaque semaine par prélèvement ou à défaut par chèque (ou carte bancaire), selon les relevés hebdomadaires établis par le Dépositaire, détaillant les fournitures de la semaine concernée, les invendus restitués, la commission revenant au Diffuseur et le montant des ventes nettes à lui régler.

En vertu des dispositions de l'article L441-6 du Code de commerce et du décret n° 2012-115 du 2 octobre 2012 tout paiement non effectué à la date convenue entraîne, même sans mise en demeure préalable :

- des intérêts de retard au taux de 5%, dus le jour suivant la date d'exigibilité des relevés,
- une indemnité forfaitaire de quarante euros (40€), due de plein droit et sans notification préalable en cas de retard de paiement pour frais de recouvrement.

## **Article 9 – Données personnelles**

---

L'exécution du présent Contrat nécessite la mise en œuvre de traitements automatisés de données personnelles. Le Diffuseur accepte expressément le traitement de ses données personnelles dans les termes du document joint en annexe 3.

## **Article 10 – Durée / Résiliation / Résiliation pour faute**

---

Le présent contrat prend effet à compter de sa signature par les Parties. \_\_\_\_\_.

Il est conclu pour une durée indéterminée.

Chaque Partie peut y mettre un terme à tout moment et sans indemnité de part et d'autre sous réserve de respecter un délai de préavis d'un mois adressé à l'autre Partie par lettre recommandée avec accusé de réception.

En cas d'inexécution par l'une ou l'autre des Parties de l'une quelconque de ses obligations du présent contrat, la Partie défaillante pourra lui notifier par lettre recommandée avec accusé de réception une résiliation anticipée sous préavis de 48 (quarante-huit) heures.

En tout état de cause, le présent Contrat sera réputé résilié de plein droit et avec effet immédiat sans aucune formalité particulière du Dépositaire si le Diffuseur devait cesser pour quelque raison que ce soit son activité principale, et notamment dans le cas d'une enseigne, ses relations contractuelles avec \_\_\_\_\_ (indiquer le type de magasin) où est diffusée la presse, ou transférer son fonds de commerce à une autre adresse.

Le présent Contrat sera également résilié de plein droit à la suite d'une décision de la CDR mettant fin à l'agrément du Diffuseur en tant qu'agent de la vente de presse.

Le terme du Contrat quelle qu'en soit la cause rend immédiatement et de plein droit exigible toutes les sommes dues par le Diffuseur (et notamment tous les Produits qui seraient à paiement différés).

Les articles 10 et 13 du présent Contrat demeureront en vigueur nonobstant son terme, quelle qu'en soit la cause.

### **Article 11 – Cessibilité du Contrat pour le Dépositaire**

---

La CDR décide des nominations et mutations des dépositaires de presse, avec ou sans modification de la zone de desserte. Dans le cas où une décision de la CDR viendrait à transférer l'agrément du Dépositaire et/ou à modifier sa zone de desserte pour confier l'approvisionnement du Diffuseur en journaux et publications à un autre dépositaire, le présent Contrat sera transféré de plein droit, sans formalité particulière, au nouveau dépositaire désigné à compter de la date de prise d'effet de la décision de la CDR.

### **Article 12 – Mise à jour du Contrat**

---

Dans l'hypothèse où le CSMP viendrait à prendre une ou plusieurs décisions de portée générale rendues exécutoires postérieurement à la signature du Contrat dont le contenu serait incompatible avec les clauses du présent Contrat, lesdites clauses cesseront d'être applicables entre les Parties et seront remplacées par les dispositions adoptées par le CSMP et devenues exécutoires dès leur entrée en vigueur.

### **Article 13 – Clause attributive de compétence et Droit applicable**

---

En cas de différend, sous réserve des procédures d'urgences ou provisoires, en référé ou sur requête, conformément aux dispositions de l'Article 18-11 de la loi du 2 avril 1947, les Parties ont l'obligation de recourir à une procédure de conciliation devant le CSMP, dont les modalités sont déterminées dans le règlement intérieur du CSMP, préalablement à toute autre action.

Si cette procédure de conciliation n'a pas abouti, les Parties peuvent soumettre le différend à l'ARDP dans les conditions prévues à l'article 18-12 de la loi du 2 avril 1947.

En cas de recours juridictionnel, la compétence est exclusivement attribuée au Tribunal de Commerce de\_ {ville} \_.

De convention expresse entre les Parties, le présent contrat sera régi par le droit français.

Fait à .....  
le .....

En deux exemplaires originaux

**Le Dépositaire**

**Le Diffuseur**

## Liste des annexes

---

**Annexe 1** : Guide de bonnes pratiques

**Annexe 2** : Règles de merchandising

**Annexe 3** : Attestation

**Annexe 4** : Autorisation d'utilisation des données personnelles

# CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

## DECISION N° 2017-07

*concernant la fourniture par les agents de la vente de presse des informations nécessaires à l'exercice par le Conseil supérieur de ses compétences*

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, notamment ses articles 18-3 et 18-6 ;

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

Vu la décision exécutoire n° 2012-02 *relative à la fourniture par les sociétés coopératives de messageries de presse et les entreprises commerciales mentionnées à l'article 4 de la loi du 2 avril 1947 des documents et informations relatifs à leur situation économique et financière*, adoptée le 28 juin 2012 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

### **Adopte la décision suivante :**

1<sup>o</sup> Le Secrétariat permanent du Conseil supérieur des messageries de presse peut demander communication aux agents de la vente de la presse des informations strictement nécessaires à l'exercice des missions qui lui sont attribuées par le 3<sup>o</sup> bis, le 4<sup>o</sup>, le 8<sup>o</sup>, le 9<sup>o</sup> et le 12<sup>o</sup> de l'article 18-6 de la loi du 2 avril 1947 visée ci-dessus, en ce qui concerne l'organisation et le fonctionnement du réseau de distribution de la presse et la rémunération de ces acteurs.

Sont seuls susceptibles de faire l'objet d'une demande à ce titre :

a) le bilan et le compte de résultat ;

b) la comptabilité analytique ;

c) les données de gestion et les pièces justificatives nécessaires pour identifier et quantifier les coûts et les revenus liés aux activités relevant du contrat de mandat.

Les informations relatives aux autres activités exercées par les agents de la vente de la presse ne peuvent faire l'objet d'une demande à ce même titre.

Le Secrétariat permanent peut demander que les informations mentionnées au 1<sup>o</sup> soient fournies sous forme de fichiers informatiques dans des formats usuels.

2<sup>o</sup> Lorsque que conformément aux dispositions du règlement intérieur du Conseil supérieur des messageries de presse, son président a confié à un ou plusieurs experts l'examen d'une question concernant l'organisaton et le fonctionnement de la vente ou les modalités de rémunération des

---

<sup>1</sup> La délibération n° 2017-07 de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse en date du 2 octobre 2017, qui a rendu exécutoire la présente décision, a réformé la rédaction des 1<sup>o</sup>, 2<sup>o</sup> et 3<sup>o</sup>.

agents de vente de la presse, le secrétariat permanent peut transmettre les informations mentionnées au 1° à ces experts. En revanche, ces informations ne peuvent, en aucun cas, être transmises à des agents de la vente de presse ou à leurs représentants, même s'ils sont membres du Conseil supérieur des messageries de presse.

3<sup>o</sup> Conformément aux dispositions de l'article 18-3 de la loi du 2 avril 1947 susvisée, le Secrétariat permanent du Conseil supérieur et les experts intervenant à la demande du Président du Conseil supérieur sont tenus au secret professionnel à l'égard des données contenues dans les documents et informations qui leurs sont remis lorsqu'elles sont couvertes par le secret des affaires. Lorsque ces données sont exploitées par le Secrétariat permanent du Conseil supérieur pour établir des rapports ou autres documents destinés à être rendus publics, elles sont agrégées et/ou retraitées de manière à en préserver la confidentialité.

\*\*\*\*\*

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° 2017-08

*définissant les conditions d'assortiment des titres servis aux supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> situées dans les grandes métropoles*

### 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, notamment ses articles 18-6 et 18-7 ;

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

**Vu** la décision exécutoire n° 2011-02 *relative à l'assortiment des titres servis aux points de vente de presse*, adoptée le 22 décembre 2011 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

**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** le 4° de la décision exécutoire n° 2016-01 *confirmant les conditions de mise en œuvre du schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2017*, adoptée le 19 juillet 2016 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

**Vu** la délibération n° 2017-06 de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse, en date du 2 octobre 2017, refusant de rendre exécutoires les décisions n° 2017-04, n° 2017-05 et n° 2017-06 adoptées le 18 juillet 2017 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse en vue de définir les conditions d'assortiment des titres servis aux supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> situées dans les grandes métropole, de fixer les conditions de rémunération des diffuseurs relevant de cette catégorie et d'homologuer le contrat-type qu'ils doivent conclure avec les dépositaires ;

**Vu** les observations du Président du Conseil supérieur des messageries de presse en date du 16 octobre 2017, transmises à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse à la suite de sa délibération n° 2017-06 du 2 octobre 2017 susvisée ; ensemble la délibération n° 2017-08 de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse maintenant son refus de rendre exécutoires les décisions n° 2017-04, n° 2017-05 et n° 2017-06 adoptées le 18 juillet 2017 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

**Considérant** qu'à la suite du refus de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse de rendre exécutoires les décisions adoptées par le Conseil supérieur des messageries de presse en vue de revitaliser le réseau des diffuseurs de presse à Paris et dans les grandes métropoles, il est urgent de prendre les mesures permettant l'ouverture de rayons presse dans les superettes afin de pallier l'absence de points de vente dans de larges pans des zones urbaines ; que, compte tenu de la position adoptée par l'Autorité de régulation de la distribution de la presse, il n'est pas possible de prévoir, dans les cas où une supérette serait située à proximité d'un diffuseur préexistant ayant une offre large de titres de presse, une association entre ces deux acteurs de manière à bénéficier du dynamisme commercial de la supérette sans compromettre l'offre pluraliste de presse assurée par le diffuseur préexistant ; qu'en conséquence, il appartiendra à la

Conseil supérieur des messageries de presse

Commission du réseau, lorsqu'elle examinera les demandes de création de rayons presse, de veiller à ce que celles-ci ne portent pas atteinte au pluralisme de l'offre de presse lorsqu'il existe des diffuseurs à proximité ;

**Considérant** que, dans la mesure où il n'est plus prévu de dispositif d'association des diffuseurs préexistants au fonctionnement des rayons presse dans les supérettes, il n'apparaît plus nécessaire de prévoir une période d'expérimentation de ce dispositif limitée à l'agglomération parisienne ;

**Considérant** que les questions traitées dans la présente décision ont fait l'objet d'une consultation publique entre le 28 novembre et le 7 décembre 2016 et ont donné lieu à la consultation des organisations professionnelles représentatives des agents de la vente de presse ;

**Adopte la décision suivante :**

1° La présente décision fixe les conditions d'assortiment des titres de presse dans les superettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup>, situées dans les grandes agglomérations suivantes :

- Paris et départements de petite couronne (92, 93, 94) ;
- Marseille,
- Lyon,
- Toulouse,
- Nice,
- Nantes,
- Strasbourg,
- Montpellier,
- Bordeaux,
- Lille,
- Rennes.

2° Conformément aux dispositions de l'article 18-6 (6°) de la loi du 2 avril 1947 susvisée, l'implantation d'un rayon presse dans les commerces mentionnés au 1° est subordonnée à une autorisation de la Commission du réseau du Conseil supérieur des messageries de presse, selon les modalités prévues à l'article 9 du règlement intérieur du CSMP. La Commission du réseau examine individuellement chaque projet d'implantation en veillant à ce que celui-ci ne porte pas atteinte, le cas échéant, à l'offre élargie de titres de presse proposée par les diffuseurs préexistants situés dans la même zone de chalandise.

3° Les rayons presse installés dans les commerces mentionnés au 1° comportent un présentoir dédié aux quotidiens et un espace dédié à l'exposition des publications périodiques. Ce dernier comporte au moins un présentoir ayant un entraxe de 1 mètre ou 1,33 mètre.

4° Les rayons presse des commerces mentionnés au 1° ne proposent que des produits « presse » au sens du 1° de la décision n° 2013-01 susvisée du CSMP.

5° Par dérogation aux dispositions de la décision n° 2011-02 du CSMP susvisée, le nombre de publications périodiques servies dans ces rayons presse est limité comme suit :

Nombre de présentoirs dédiés à l'exposition des publications périodiques	1	1	2	2	3	3
Entraxe du présentoir (mètre)	1 m	1,33 m	1 m	1,33 m	1 m	1,33 m
Nombre de titres	100	120	200	240	300	360

Conseil supérieur des messageries de presse

Il est rappelé que, conformément aux dispositions de l'article 18-6 de la loi du 2 avril 1947 susvisée, les titres de presse d'information politique et générale ne sont pas soumis à l'assortiment.

6° L'assortiment offert dans ces points de vente est déterminé, sous le contrôle du Secrétariat permanent du CSMP, par le comité mentionné au 7°. L'assortiment est déterminé par application des règles suivantes :

- (i) l'assortiment est fondé sur un palmarès des ventes en montants forts (VMF) constatées en périodicité annuelle ;
- (ii) le palmarès des ventes est établi au niveau de chaque dépôt desservant des points de vente visés par la présente décision ;
- (iii) l'assortiment veille à assurer une répartition équilibrée des différents univers de presse<sup>1</sup>, chaque univers de presse y étant représenté par au moins trois titres distincts ;
- (iv) l'assortiment est établi en fonction du nombre de titres servis en fonction du linéaire mis à disposition, tel que défini au 5°, après prise en compte des publications périodiques relevant de la presse d'information politique et générale (IPG) qui ne sont pas soumises à l'assortiment et qui sont servies à ces points de vente ; chaque éditeur de titre IPG ou de titre éligible à l'assortiment reste maître de la décision d'implantation de son titre ;
- (v) l'assortiment détermine pour chaque univers de presse le nombre de titres retenus en prenant en compte le chiffre d'affaires réalisé par chaque univers au niveau du dépôt considéré et le nombre de titres de chaque univers ;
- (vi) les hors-séries, les déclinaisons de format, les déclinaisons avec plus-produits, les offres couplées sont exclus de l'assortiment ;
- (vii) l'assortiment est révisé deux fois par an ;
- (viii) l'entrée d'un titre dans l'assortiment ne peut conduire à dépasser le nombre de titres servis en fonction du linéaire mis à disposition, tel que défini au 5°.

Pour permettre la détermination de l'assortiment offert dans ces points de vente, les messageries de presse communiquent au Secrétariat permanent du CSMP les données relatives aux publications dont elles assurent la distribution.

7° Il est créé un comité composé de cinq représentants des éditeurs de presse, désignés par l'Assemblée du Conseil supérieur sur proposition du Bureau. Ce comité détermine l'assortiment dans les points de ventes visés par la présente décision, dans le respect des critères objectifs et non discriminatoires définis au 6°. Il peut également décider d'introduire dans celui-ci un titre nouvellement créé s'il apparaît que sa performance commerciale le justifie étant précisé que, pour mesurer celle-ci, le titre doit avoir fait l'objet d'au moins une

---

<sup>1</sup> A la date de la présente décision, les univers de presse identifiés par les messageries de presse, qui seront pris en compte pour déterminer l'assortiment, sont les suivants : Actualités générales, Ado et musique, Art et culture, Enfants, Féminins, Informatique et numérique, Ludiques, Maison et art de vivre, Nature et voyages, Picture People, Sports-Auto-Loisirs, Télévision.

Conseil supérieur des messageries de presse

parution. Les listes d'assortiment arrêtées par le comité sont notifiées aux messageries de presse. Elles s'imposent à celles-ci ainsi qu'aux agents de la vente de presse.

- 8° Le Conseil supérieur mandate son Président pour prendre toutes mesures nécessaires à la mise en œuvre de la présente décision et en contrôler la bonne exécution.
- 9° Le Président du Conseil supérieur établira un bilan de l'application de la présente décision à l'issue de deux années de mise en œuvre. Le cas échéant, il proposera des mesures pour compléter ou modifier la présente décision.

\*\*\*\*\*

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° 2017-09

*fixant les conditions de rémunération des points de vente de presse implantés dans les supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> situées dans les grandes métropoles*

### 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, notamment son article 18-6 ;

**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<sup>er</sup> décembre 2011 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse, complétée et modifiée par les décisions n° 2012-06, n° 2012-07 et n° 2013-03 ;

**Vu** la décision exécutoire n° 2014-03 *concernant le schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse*, adoptée le 1<sup>er</sup> juillet 2014 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse, complétée par les décisions n° 2014-07 et n° 2014-09 ;

**Vu** la décision exécutoire n° 2016-01 *confirmant les conditions de mise en œuvre du schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2017*, adoptée le 19 juillet 2016 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

**Vu** la délibération n° 2017-06 de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse, en date du 2 octobre 2017, refusant de rendre exécutoires les décisions n° 2017-04, n° 2017-05 et n° 2017-06 adoptées le 18 juillet 2017 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse en vue de définir les conditions d'assortiment des titres servis aux supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> situées dans les grandes métropole, de fixer les conditions de rémunération des diffuseurs relevant de cette catégorie et d'homologuer le contrat-type qu'ils doivent conclure avec les dépositaires ;

**Vu** les observations du Président du Conseil supérieur des messageries de presse en date du 16 octobre 2017, transmises à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse à la suite de sa délibération n° 2017-06 du 2 octobre 2017 susvisée ; ensemble la délibération n° 2017-08 de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse maintenant son refus de rendre exécutoires les décisions n° 2017-04, n° 2017-05 et n° 2017-06 adoptées le 18 juillet 2017 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

**Vu** la décision n° 2017-08 *définissant les conditions d'assortiment des titres servis aux supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> situées dans les grandes métropoles*, adoptée ce jour par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

**Considérant** que les questions traitées dans la présente décision ont fait l'objet d'une consultation publique entre le 28 novembre et le 7 décembre 2016 et ont donné lieu à la consultation des organisations professionnelles représentatives des agents de la vente de presse ;

**Adopte la décision suivante :**

- 1° Par dérogation aux dispositions du 4° de la décision n° 2014-03 susvisée, les taux de commission des diffuseurs mentionnés dans la décision n° 2017-08 susvisée varient en fonction du nombre de présentoirs installés dans le rayon presse dédié à l'exposition des publications périodiques. Ces taux s'établissent comme suit :

Nombre de présentoirs dédiés à l'exposition des publications périodiques	Taux de commission pour les Publications périodiques	Taux de commission pour les Quotidiens
1	13%	15%
2	14%	
3	15%	

- 2° Les majorations prévues aux 6° à 13° de la décision n° 2014-03 ne sont pas applicables.

\*\*\*\*\*

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° 2017-10

*portant homologation du contrat-type des supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> situées dans les grandes métropoles*

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, notamment ses articles 18-6 et 18-7 ;

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

**Vu** la délibération n° 2017-06 de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse, en date du 2 octobre 2017, refusant de rendre exécutoires les décisions n° 2017-04, n° 2017-05 et n° 2017-06 adoptées le 18 juillet 2017 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse en vue de définir les conditions d'assortiment des titres servis aux supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> situées dans les grandes métropole, de fixer les conditions de rémunération des diffuseurs relevant de cette catégorie et d'homologuer le contrat-type qu'ils doivent conclure avec les dépositaires ;

**Vu** les observations du Président du Conseil supérieur des messageries de presse en date du 16 octobre 2017, transmises à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse à la suite de sa délibération n° 2017-06 du 2 octobre 2017 susvisée ; ensemble la délibération n° 2017-08 de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse maintenant son refus de rendre exécutoires les décisions n° 2017-04, n° 2017-05 et n° 2017-06 adoptées le 18 juillet 2017 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

**Vu** la décision n° 2017-08 définissant les conditions d'assortiment des titres servis aux supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> situées dans les grandes métropoles, adoptée ce jour par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

**Vu** la décision n° 2017-09 fixant les conditions de rémunération des points de vente de presse implantés dans les supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> situées dans les grandes métropoles, adoptée ce jour par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

**Vu** la proposition de contrat-type élaborée par les messageries de presse ;

**Considérant** que les questions traitées dans la présente décision ont fait l'objet d'une consultation publique entre le 28 novembre et le 7 décembre 2016 et ont donné lieu à la consultation des organisations professionnelles représentatives des agents de la vente de presse ;

### Adopte la décision suivante :

Conformément aux dispositions de l'article 18-6 (8°) de la loi du 2 avril 1947 susvisée, est homologuée la rédaction ci-annexée du contrat-type qui doit être conclu par les diffuseurs de presse entrant dans le champ de la décision n° 2017-08 susvisée.

\*\*\*\*\*

---

Conseil supérieur des messageries de presse

Décision n° 2017-10 - portant homologation du contrat-type des supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> situées dans les grandes métropoles  
Assemblée du 20 décembre 2017

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

**CONTRAT**  
**Relatif à l'installation d'un Rayon Presse dans une Supérette de moins de 400 m<sup>2</sup>**

**ENTRE LES SOUSSIGNES**

- \_\_\_\_\_  
Dépositaire central de presse agréé par la Commission du réseau du Conseil supérieur des messageries de presse

Ci-après nommé "le Dépositaire"

**ET**

- **Monsieur/Madame** \_\_\_\_\_ **né le** jj/mm/aaaa **demeurant à** \_\_\_\_\_
- **La société** \_\_\_\_\_, {forme}, au capital de \_\_\_\_ €, immatriculée au registre du commerce et des sociétés de {ville} sous le numero \_\_\_\_\_ dont le siège social est {adresse} et représenté par son {président/gérant/directeur général...} (cachet de la société à apposer avec la signature)

Pris ensemble et solidairement, ci-après nommé "le Diffuseur »

Et le Dépositaire et le Diffuseur étant collectivement désignés comme étant les Parties.

**EXPOSE**

La distribution et la vente au numéro des titres de presse nationale (journaux et magazines) est régie par la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 modifiée relative au statut des entreprises de groupe et de distribution des journaux et publications périodiques (loi Bichet).

Aux termes de la loi Bichet, le Conseil supérieur des messageries de presse (CSMP) fixe, sous le contrôle de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse (ARDP), les règles applicables à la distribution de la presse. Il lui appartient notamment de déterminer, par l'intermédiaire d'une commission spécialisée composée de représentants des éditeurs de presse, dénommée Commission du réseau (CDR), l'implantation des points de vente de presse. C'est également le CSMP qui, en application de la loi Bichet, fixe les conditions de rémunération des agents de la vente de presse, notamment les diffuseurs.

L'approvisionnement des points de vente situés dans une zone géographique est assuré par le dépositaire que la CDR a agréé pour desservir ladite zone.

---

Conseil supérieur des messageries de presse

Décision n° 2017-10 - portant homologation du contrat-type des supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> situées dans les grandes métropoles  
Assemblée du 20 décembre 2017

Les conditions dans lesquelles le Dépositaire approvisionne le point de vente du Diffuseur en journaux et magazines pour que ce dernier les mette en vente, ainsi que les conditions dans lesquelles cette mise en vente est assurée par le Diffuseur, sont définies dans un contrat conclu entre le Dépositaire et le diffuseur qui gère ce point de vente.

Ce contrat ne peut être conclu qu'avec un diffuseur exerçant son activité dans un lieu de vente préalablement agréé par la CDR.

Conformément aux dispositions de l'article 18-6 (8°) de la loi Bichet, le contenu de ce contrat doit être conforme au modèle-type que le CSMP a homologué dans sa décision exécutoire n° 2017-10 du 20 décembre 2017.

C'est dans ces conditions que le Dépositaire et le Diffuseur ont conclu le présent contrat.

Il est rappelé que le présent contrat s'inscrit dans le cadre des décisions de portée générale du CSMP, rendues exécutoires par l'ARDP, et notamment :

- Décision n° 2017-08 définissant les conditions d'assortiment des titres servis aux supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> situées dans les grandes métropoles ;
- Décision n° 2017-09 fixant les conditions de rémunération des points de vente de presse implantés dans les supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> situées dans les grandes métropoles.

Toutes les décisions du CSMP sont librement accessibles sur le site Internet de cet organisme ([www.csmp.fr](http://www.csmp.fr)).

Il est précisé que le présent Contrat ne peut concerner que des créations de point de vente objet de la décision n° 2017-08 du CSMP et il ne peut remplacer un contrat déjà signé par tout Diffuseur exploitant un autre type de point de vente de presse déjà existant.

## IL A ETE CONVENU CE QUI SUIT

### Article 1 - Définitions

---

**Assortiment** : l'Assortiment de Produits est fixé par la décision n° 2017-08 du CSMP. Cet Assortiment est réalisé par les Messageries. Il est adapté (i) selon le mobilier dont est équipée la surface commerciale et (ii) en fonction du palmarès des ventes régionales réalisées par le Dépositaire. Pour la réalisation de cet Assortiment, ne seront retenues que les codifications principales (titres « maîtres ») et en un seul format dans le cas où les titres seraient commercialisés sous des formats différents. Cet Assortiment exclut (i) les offres composites et déclinaisons, (ii) les hors-série, (iii) les encyclopédies (EY), (iv) les produits « assimilés librairies » (AL), les produits « para-presse » (PP), (v) les produits remis en vente, (vi) les titres et offres interdits aux mineurs.

**ARDP** : Autorité de régulation de la distribution de la presse.

**Contrat** : le présent document et l'ensemble de ses annexes. En cas de contradiction pour la compréhension ou l'interprétation d'un mot ou d'une phrase entre une annexe et le présent document, le présent document prévaudra.

**CDR** : Commission du réseau du Conseil supérieur des messageries de presse.

**CSMP** : Conseil supérieur des messageries de presse.

**Messagerie(s)** : désigne indifféremment Presstalis et les Messageries lyonnaise de presse

**Point de vente** : désigne le rayon presse situé dans un magasin qui remplit les critères cumulatifs suivants conformément à la décision exécutoire du CSMP n° 2017-08 :

- il est situé et intégré dans un commerce alimentaire de proximité dont la vente de titres de presse constitue une activité accessoire,
- la surface commerciale, hors parking et réserves, de ce commerce de proximité est inférieure à 400 m<sup>2</sup>,
- il est implanté dans une des grandes agglomérations visées par la décision n° 2107-08 du CSMP.

Le Point de vente est celui fixé à l'adresse désignée dans l'Article 3 ci-après.

**Produits** : vise les quotidiens nationaux et les publications des éditeurs de presse adhérant aux coopératives de presse et distribués dans le cadre d'un contrat de groupage. Ils satisfont aux critères d'accès aux conditions de distribution « presse » des Messageries définis par la décision n° 2013-01 du CSMP.

## Article 2 – Objet

---

Le présent Contrat a pour objet de définir les conditions financières, commerciales et opérationnelles dans lesquelles le Dépositaire fournit les Produits au Diffuseur pour être mis en vente auprès du public, ainsi que les conditions de cette mise en vente par le Diffuseur.

## Article 3 – Caractère du Contrat

---

Le présent Contrat est conclu avec le Diffuseur en considération de sa personne.

En raison du caractère intuitu personae du Contrat, ce dernier ne peut être cédé à quiconque à titre gratuit ou onéreux par le Diffuseur.

Le Diffuseur, tout comme le Dépositaire et les Messageries, a la qualité de commissionnaire du croire à la vente. Les Produits lui sont confiés en dépôt par le Dépositaire et ils demeurent la propriété des éditeurs jusqu'à leur achat par le consommateur.

Le Diffuseur ne pourra pas bénéficier du statut de diffuseur de presse concessionnaire (DPC).

La vente des Produits s'effectuera exclusivement à l'adresse suivante, sans aucune possibilité de transfert :

[●] \_\_\_\_\_

[●] \_\_\_\_\_

---

Conseil supérieur des messageries de presse

Décision n° 2017-10 - portant homologation du contrat-type des supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> situées dans les grandes métropoles  
Assemblée du 20 décembre 2017

## **Article 4 – Exclusivité d’approvisionnement**

---

Le Diffuseur s’approvisionnera exclusivement en Produits auprès du Dépositaire.

Ainsi, le Diffuseur sera livré par le Dépositaire :

- d’au maximum 100/120/200/240/300/360 (préciser) publications, dont la liste est établie par le Dépositaire et le Diffuseur en accord avec les Messageries et selon l’Assortiment défini dans l’Article 6 ci-après ;
- de quotidiens nationaux.

Il est entendu que sur la zone de desserte parisienne, chaque Messagerie opère directement ou indirectement pour la distribution de ses Produits. Dans ce cas, l’exclusivité prévue au présent article s’entend pour chaque Messagerie et les Produits qu’elle distribue.

Le Dépositaire et le Diffuseur s’interdisent de distribuer ou de mettre à disposition du public tout quotidien ou publication à caractère gratuit. Toutefois, le Diffuseur est autorisé à mettre en vente des titres de presse en provenance d’éditeurs de la PQR (Presse quotidienne régionale) ou PHR (Presse hebdomadaire régionale), et/ou à proposer, gracieusement ou non, des catalogues et/ou publications publicitaires de l’enseigne dont il fait partie.

## **Article 5 – Obligations du Diffuseur.**

---

Le Diffuseur s’engage à :

- mettre en vente, en toute impartialité et sans discrimination, la totalité des exemplaires qui lui sont livrés, au prix marqué fixé par l’éditeur,
- restituer à leur date de relève les exemplaires invendus, conformément au bordereau remis, complets et en bon état (dans un état identique à celui de leur livraison),
- signaler au Dépositaire dans un délai de 24 (vingt-quatre) heures après réception du bordereau de livraison toutes anomalies (quantités manquantes, quantités en plus, produits non marqués sur le bordereau de livraison, erreur de code à barres ...). Toute réclamation passé ce délai ne pourra être prise en compte par le Dépositaire,
- se conformer aux instructions du Dépositaire et notamment celles contenues dans le Guide des Bonnes pratiques du dépositaire relatif à la gestion des invendus joint en Annexe 1,
- mettre à l’endroit convenu un présentoir dédié aux quotidiens et ... présentoirs d’un entraxe de ... mètre(s) dédiés aux publications, afin d’exposer la totalité de l’offre Produits fournie par le Dépositaire. L’installation d’une enseigne et/ou d’une signalétique est suggérée pour signaler la présence d’un rayon presse dans le magasin,
- implanter la presse en respectant les règles du merchandising de la profession jointes en Annexe 2 mais également disponibles sur les sites Internet des Messageries,
- mettre en place l’Assortiment prévu à l’Article 6 ci-après,
- coopérer de bonne foi avec le Dépositaire pour assurer la diffusion et la mise en vente des Produits auprès du public,
- se former au moins une fois lors de l’ouverture du Point de vente auprès d’organismes spécialisés tels que le CEFOREP {adresse} ou Alliance {adresse}. Le Diffuseur est également

---

Conseil supérieur des messageries de presse

Décision n° 2017-10 - portant homologation du contrat-type des supérettes d’une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> situées dans les grandes métropoles  
Assemblée du 20 décembre 2017

fortement encouragé à engager une nouvelle formation à chaque fois que le personnel attaché au Point de vente du Diffuseur change.

## **Article 6 – Obligations du Dépositaire**

---

Le Dépositaire s'engage à :

- remplacer ou créditer toute fourniture défectueuse ou incomplète qui lui aurait été signalée par le Diffuseur dans les 24 (vingt-quatre) heures suivant la réception du signalement pour les quotidiens et dans les 5 (cinq) jours suivant la réception du signalement pour les publications,
- répondre aux demandes de réassortiments formulées par le Diffuseur, dans les meilleurs délais compte tenu de ses possibilités et de son stock de réapprovisionnement,
- procéder à des livraisons conformes aux instructions des éditeurs de presse,
- remettre au Diffuseur un bordereau de livraison détaillé lui permettant de contrôler les quantités de Produits reçues,
- reprendre les Produits invendus à leur date de relève (le principe étant que le numéro suivant « chasse » le précédent) et procéder aux opérations de crédits y afférentes,
- fixer, à l'ouverture du Point de vente, un Assortiment initial conforme aux dispositions de la décision n° 2017-08 du CSMP,
- adapter, deux fois par an, l'Assortiment des publications conformément au processus fixé par la décision n° 2017-08 du CSMP,
- coopérer de bonne foi avec le Diffuseur pour assurer la diffusion et la mise en vente auprès du public des Produits,

## **Article 7 – Rémunération**

---

La rémunération du Diffuseur est constituée par une commission sur les exemplaires vendus par ses soins. Elle est calculée conformément aux dispositions de la décision n° 2017-09 du CSMP.

Cette rémunération est versée par le Dépositaire par compensation de créance avec le produit de la vente que le Diffuseur doit remonter au Dépositaire. Dans ce cadre, le Diffuseur déclare et garantit être inscrit auprès du CSMP en tant qu'agent de la vente afin de pouvoir bénéficier de l'exonération de TVA sur cette commission payée par le Dépositaire, dans les conditions prévues à l'article 298 undecies du Code général des impôts.

## **Article 8 – Modalités de paiement**

---

Le montant dû par le Diffuseur fait l'objet d'un document comptable, appelé relevé hebdomadaire, établi par le Dépositaire. Ce relevé hebdomadaire contient un relevé de compte qui synthétise les sommes dues par le Dépositaire au Diffuseur au titre de sa

Conseil supérieur des messageries de presse

Décision n° 2017-10 - portant homologation du contrat-type des supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> situées dans les grandes métropoles  
Assemblée du 20 décembre 2017

commission et les sommes dues par le Diffuseur au Dépositaire au titre du produit de la vente réalisée. Le relevé hebdomadaire est conforme à la pratique et aux usages du secteur et constitue un document contractuel faisant foi entre les Parties.

Conformément à la décision n° 2013-02 du CSMP, le paiement de la somme due hebdomadairement, soit le règlement des ventes après compensation des créances tel que défini dans l'alinéa qui précède, doit être effectué par le Diffuseur chaque semaine par prélèvement ou à défaut par chèque (ou carte bancaire), selon les relevés hebdomadaires établis par le Dépositaire, détaillant les fournitures de la semaine concernée, les invendus restitués, la commission revenant au Diffuseur et le montant des ventes nettes à lui régler.

En vertu des dispositions des articles L. 441-6 et D. 441-5 du Code de commerce, tout paiement non effectué à la date convenue entraîne, même sans mise en demeure préalable :

- des intérêts de retard au taux de 5%, dus le jour suivant la date d'exigibilité des relevés,
- une indemnité forfaitaire de quarante euros (40€), due de plein droit et sans notification préalable en cas de retard de paiement pour frais de recouvrement.

### **Article 9 – Données personnelles**

---

L'exécution du présent Contrat nécessite la mise en œuvre de traitements automatisés de données personnelles. Le Diffuseur accepte expressément le traitement de ses données personnelles dans les termes du document joint en Annexe 3.

### **Article 10 – Durée – Résiliation**

---

Le présent Contrat prend effet à compter de sa signature par les Parties.

Il est conclu pour une durée indéterminée.

Chaque Partie peut y mettre un terme à tout moment et sans indemnité de part et d'autre, sous réserve de respecter un délai de préavis d'un mois adressé à l'autre Partie par lettre recommandée avec accusé de réception.

En cas d'inexécution par l'une ou l'autre des Parties de l'une quelconque de ses obligations au titre du présent Contrat, la Partie défaillante pourra lui notifier, par lettre recommandée avec accusé de réception, une résiliation anticipée sous préavis de quarante-huit (48) heures.

En tout état de cause, le présent Contrat sera réputé résilié de plein droit et avec effet immédiat, sans aucune formalité particulière de la part du Dépositaire, si le Diffuseur devait cesser, pour quelque raison que ce soit, son activité principale, et notamment dans le cas d'une enseigne, ses relations contractuelles avec \_\_\_\_\_ (indiquer le type de magasin) où est diffusée la presse, ou transférer son fonds de commerce à une autre adresse.

Le présent Contrat sera également résilié de plein droit à la suite d'une décision de la CDR mettant fin à l'agrément du Diffuseur en tant qu'agent de la vente de presse.

Le terme du Contrat, quelle qu'en soit la cause, rend immédiatement et de plein droit exigibles toutes les sommes dues par le Diffuseur (et notamment le règlement de tous les Produits qui seraient à paiement différé).

---

Conseil supérieur des messageries de presse

Décision n° 2017-10 - portant homologation du contrat-type des supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> situées dans les grandes métropoles  
Assemblée du 20 décembre 2017

Les articles 10 et 13 du présent Contrat demeureront en vigueur nonobstant son terme, quelle qu'en soit la cause.

### **Article 11 – Cessibilité du Contrat pour le Dépositaire**

---

La CDR décide des nominations et mutations des dépositaires de presse, avec ou sans modification de la zone de desserte. Dans le cas où une décision de la CDR viendrait à transférer l'agrément du Dépositaire et/ou à modifier sa zone de desserte pour confier l'approvisionnement du Diffuseur en journaux et publications à un autre dépositaire, le présent Contrat sera transféré de plein droit, sans formalité particulière, au nouveau dépositaire désigné à compter de la date de prise d'effet de la décision de la CDR.

### **Article 12 – Mise à jour du Contrat**

---

Dans l'hypothèse où le CSMP viendrait à prendre, postérieurement à la signature du Contrat, une ou plusieurs décisions de portée générale rendues exécutoires, dont le contenu serait incompatible avec les clauses du présent Contrat, lesdites clauses cesseront d'être applicables entre les Parties et seront remplacées de plein droit par les dispositions adoptées par le CSMP et devenues exécutoires, dès l'entrée en vigueur de celles-ci.

### **Article 13 – Règlement des différends**

---

Le présent Contrat est régi par le droit français.

En cas de différend concernant la validité, l'interprétation ou l'exécution du présent Contrat, et sous réserve des procédures d'urgences ou visant à obtenir des mesures provisoires, notamment les référés et ordonnances rendues sur requête, les Parties ont l'obligation, conformément aux dispositions de l'article 18-11 de la loi du 2 avril 1947, de recourir, préalablement à toute action contentieuse, à une procédure de conciliation devant le CSMP, dont les modalités sont déterminées par le règlement intérieur du CSMP.

Si cette procédure de conciliation n'a pas abouti, les Parties peuvent soumettre le différend à l'ARDP dans les conditions prévues à l'article 18-12 de la loi du 2 avril 1947.

En cas de recours juridictionnel, la compétence est exclusivement attribuée au Tribunal de Commerce de \_\_\_\_\_.

Fait à .....  
le .....

En deux exemplaires originaux

---

Conseil supérieur des messageries de presse

Décision n° 2017-10 - portant homologation du contrat-type des supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> situées dans les grandes métropoles  
Assemblée du 20 décembre 2017

**Le Dépositaire**

**Le Diffuseur**

**Annexe 1** : Guide de bonnes pratiques

**Annexe 2** : Règles de merchandising

**Annexe 3** : Autorisation d'utilisation des données personnelles

# CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

## DECISION N° 2018-01

*relative à la prolongation exceptionnelle de six mois des délais de préavis définis par la décision exécutoire n° 2012-01*

### 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, notamment ses articles 17, 18-7 et 18-13 ;

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

**Vu** la décision exécutoire n° 2012-01 *fixant la durée de préavis à respecter par les éditeurs qui retirent la distribution d'un titre de presse à une messagerie de presse ou qui se retirent d'une société coopérative de messageries de presse dont ils sont associés*, adoptée le 21 février 2012 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

**Vu** l'avis de la Commission de suivi de la situation économique et financière des messageries en date du 19 décembre 2017 ;

Après consultation publique ;

**Considérant** que la messagerie Presstalis se trouve actuellement dans une situation de grande difficulté et qu'à défaut de mise en œuvre rapide de mesures énergiques de redressement, elle fera l'objet d'une procédure collective qui risque de déboucher très rapidement sur sa mise en liquidation ; qu'une telle issue aurait des répercussions négatives très considérables sur l'ensemble de la filière, y compris les Messageries lyonnaises de presse, et compromettrait sérieusement les conditions d'exploitation d'un grand nombre d'éditeurs de presse, quelle que soit la messagerie assurant la distribution de leurs titres, ainsi que des autres acteurs de la filière, spécialement les agents de la vente de presse ;

**Considérant** qu'il est nécessaire de laisser à la nouvelle direction générale de Presstalis un délai suffisant pour élaborer et mettre en œuvre les mesures de redressement permettant de rétablir la situation de cette messagerie ;

**Considérant** qu'en vertu de la loi du 2 avril 1947 susvisée, le Conseil supérieur des messageries de presse est, avec l'Autorité de régulation de la distribution de la presse, garant « *du respect du principe de solidarité coopérative et des équilibres économiques du système collectif de distribution de la presse* » ; qu'il lui appartient en conséquence de prendre, dans la limite de ses compétences, toutes mesures permettant d'éviter qu'une disparition de Presstalis n'entraîne des conséquences graves et irrémédiables pour l'ensemble du système collectif de distribution de la presse en raison de la forte interdépendance financière des acteurs ;

**Considérant** que, dans cette phase cruciale pour l'ensemble des acteurs du secteur, le Conseil supérieur des messageries de presse est fondé à prendre une mesure exceptionnelle afin d'éviter que des départs en chaîne d'éditeurs de Presstalis n'accroissent la déstabilisation de cet opérateur et ne compromettent le succès de son plan de redressement ; qu'à cet effet, il apparaît adéquat et proportionné de prévoir que les délais de préavis qui doivent être respectés par les éditeurs de presse lorsqu'ils veulent retirer la distribution de tout ou partie de leurs titres à une messagerie, tels que définis par la décision exécutoire n° 2012-01 susvisée, seront, à titre exceptionnel, prolongés de six mois ;

**Adopte la décision suivante :**

- 1° A titre exceptionnel, tous les délais de préavis définis aux articles 1<sup>er</sup> et 2 de la décision exécutoire n° 2012-01 susvisée sont prolongés d'une durée supplémentaire de six mois.
- 2° La prolongation exceptionnelle de la durée des préavis de retrait définie au 1° s'applique à tous les préavis qui sont en cours d'exécution à la date d'adoption de la présente décision par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse, ainsi qu'à tous les préavis qui seront notifiés avant le 1<sup>er</sup> août 2018.

\*\*\*\*\*

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

423

# CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

## DECISION N° 2018-02

*instituant une contribution exceptionnelle des éditeurs pour le financement des mesures de redressement du système collectif de distribution de la presse*

Décision devenue exécutoire après réformation<sup>1</sup>

### Le Conseil supérieur des messageries de presse

Sur proposition du Président ;

**Vu** la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 modifiée, notamment ses articles 12, 17, 18-7 et 18-13 ;

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

**Vu** la décision n° 2012-02 relative à la fourniture par les sociétés coopératives de messageries de presse et les entreprises commerciales mentionnées à l'article 4 de la loi du 2 avril 1947 des documents et informations relatifs à leur situation économique et financière adoptée le 28 juin 2012 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

**Vu** l'avis de la Commission de suivi de la situation économique et financière des messageries en date du 19 décembre 2017 ;

**Après** consultation publique ;

**Considérant** la situation économique et financière des messageries de presse, telle que décrite dans l'avis rendu le 19 décembre 2017 par la Commission de suivi de la situation économique et financière des messageries, ainsi que dans les avis précédemment rendus par cette Commission, notamment le fait que leurs capitaux propres consolidés sont négatifs et que pour faire face à leurs besoins d'exploitation, elles ont consommé les fonds qu'elles détiennent pour le compte des éditeurs dont elles distribuent les titres ;

**Considérant** la nécessité, soulignée par la Commission dans son avis précité, de mobiliser des moyens financiers supplémentaires pour financer les mesures de restructuration indispensables pour assurer la pérennité du système collectif de distribution de la presse ;

**Considérant** qu'il appartient au Conseil supérieur des messageries de presse d'adopter une mesure d'intérêt général à cet effet afin de rétablir les équilibres économiques du système collectif de distribution de la presse dans le respect du principe de solidarité coopérative et inter-coopérative des éditeurs ;

**Considérant** qu'il apparaît nécessaire d'imposer aux éditeurs d'assurer le financement de ces mesures en leur qualité d'actionnaires des sociétés coopératives de messageries de presse, au-delà du paiement des prestations de groupage et de distribution dont les prix sont fixés par les barèmes coopératifs ;

<sup>1</sup> La délibération n° 2018-02 de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse en date du 2 mars 2018 qui a rendu exécutoire la présente décision a réformé la rédaction des 2°, 3° et 8°.

**Considérant** que chaque messagerie devra élaborer un programme pluriannuel de redressement dont le financement sera assuré par la contribution exceptionnelle que les éditeurs verseront aux coopératives ; que cette contribution prendra la forme d'un prélèvement mensuel opéré par la messagerie sur les ventes en montant fort des titres distribués ; que les éditeurs qui en ont la capacité financière pourront avancer à leur coopérative les sommes correspondant à tout ou partie du montant prévisionnel cumulé de leur contribution ;

**Considérant** que, dans tous les cas, les fonds mis à la disposition des messageries par les coopératives grâce à la contribution exceptionnelle des éditeurs pourront être remboursés à ces dernières après 2022 si la situation économique et financière des messageries bénéficiaires le permet et qu'il appartiendra alors aux coopératives recevant ces remboursements de déterminer les modalités de restitution aux éditeurs de tout ou partie de leur contribution ;

**Considérant** que, dès lors que le programme pluriannuel aura été arrêté par chaque messagerie en début de période sur la base des prévisions de vente des titres que la messagerie distribue actuellement, il est nécessaire, pour éviter que la mise en œuvre du programme ne soit remise en cause par des modifications dans le portefeuille de titres distribués, de neutraliser l'effet des changements éventuels de messagerie pendant la période au cours de laquelle la contribution sera appelée ;

**Adopte la décision suivante :**

- 1° Au plus tard dans les trois mois suivant la date à laquelle la présente décision aura été rendue exécutoire par l'Autorité de régulation de la distribution de la presse, chaque messagerie fait approuver par son conseil d'administration un programme pluriannuel de redressement applicable. Ce programme, qui est transmis au Président du Conseil supérieur après son approbation par le conseil d'administration de la messagerie, doit comporter :
  - (i) des plans d'économie et des mesures de restructuration nécessaires à l'amélioration des conditions d'exploitation de la messagerie ;
  - (ii) des mesures de reconstitution des capitaux propres de la messagerie ;
  - (iii) des mesures de reconstitution des fonds détenus par la messagerie pour le compte des éditeurs qui lui confient la distribution de leurs titres (ducroire).
- 2° Les sociétés coopératives participent au financement du programme pluriannuel de redressement de la messagerie dont elles sont actionnaires, en mettant à la disposition de celle-ci les fonds qu'elles collectent auprès de leurs adhérents, éditeurs de presse, sous la forme d'une contribution exceptionnelle égale à un pourcentage des ventes en montant fort *de l'ensemble des titres distribués dans le cadre du contrat de groupage coopératif, y compris les exportations et les importations. La contribution est prélevée mensuellement, à compter du 5 mars 2018 :*
  - *sur une période de dix semestres, en ce qui concerne les titres distribués par Presstalis ;*
  - *sur une période de neuf semestres, en ce qui concerne les titres distribués par les Messageries lyonnaises de presse.*
- 3° Au vu des besoins de financement propres à chaque messagerie, compte tenu de leur situation économique et financière, le pourcentage de la contribution exceptionnelle définie au 2° est fixé à 2,25% des ventes en montant fort pour les titres distribués par Presstalis et à 1% des ventes en montant fort pour les titres distribués par MLP.  
*(Alinéa supprimé)*
- 4° Les éditeurs de presse qui en ont la capacité financière peuvent, sur demande de la société coopérative dont ils sont membres, faire à celle-ci l'avance de tout ou partie du montant cumulé prévisionnel de la contribution sur la période définie au 2°. L'avance doit être versée à la coopérative concernée avant le 31 mars de chaque exercice. Son montant doit être au moins égal au montant cumulé prévisionnel de la contribution pour l'exercice au cours duquel

l'avance est accordée. Les conditions dans lesquelles cette avance est accordée, qui doivent être identiques pour tous les éditeurs adhérant à une même société coopérative, sont précisées dans une convention que ladite société coopérative doit conclure avec chacun des éditeurs concernés. La convention peut prévoir qu'un intérêt, dont le taux ne peut excéder 4% par an, est servi à l'éditeur sur les sommes avancées. Une copie de chaque convention est communiquée au Président du Conseil supérieur.

- 5° Lorsqu'une convention d'avance en compte courant a été conclue par un éditeur en application du 4°, le montant avancé vient en déduction de la contribution exceptionnelle définie aux 2° et 3°. Si le montant avancé par un éditeur à une messagerie est égal à la totalité du montant cumulé prévisionnel de la contribution de cet éditeur sur la période définie au 2°, aucune contribution n'est appelée, durant cette période, sur les titres de cet éditeur distribués par ladite messagerie. Si l'avance accordée par un éditeur correspond à une partie seulement du montant cumulé prévisionnel de la contribution de cet éditeur sur la période définie au 2°, le taux du prélèvement effectué par la messagerie bénéficiaire sur les ventes en montant fort des titres de cet éditeur, est calculé en prenant pour assiette la part de ce montant cumulé prévisionnel non couverte par l'avance.
  - 6° Les sommes collectées par les sociétés coopératives en application de la présente décision sont mises à la disposition des messageries selon les modalités précisées dans une convention que chaque messagerie conclut avec la ou les coopératives qui la contrôlent. Elles ne peuvent être employées à d'autres fins que le financement du programme pluriannuel de redressement défini au 1°. Elles précisent les modalités selon lesquelles les coopératives ayant mis les fonds à disposition assurent le suivi de l'emploi de ces fonds et se voient communiquer semestriellement le bilan de mise en œuvre du programme pluriannuel de redressement adopté par la messagerie bénéficiaire des fonds.
  - 7° La convention mentionnée au 6° définit les conditions du remboursement des fonds par la messagerie à la ou aux coopératives qui les ont mis à disposition. Ce remboursement ne peut intervenir qu'à l'issue de l'exercice 2022 et seulement si la situation économique et financière de la messagerie bénéficiaire des fonds le permet. La convention peut définir les indicateurs ou ratios de gestion permettant de déterminer si un remboursement est possible. En cas de remboursement de tout ou partie des fonds à une coopérative, celle-ci détermine les modalités selon lesquelles les éditeurs qui sont membres de ladite coopérative au moment du remboursement se voient restituer tout ou partie de leur contribution.
  - 8° *Si, au cours des exercices durant lesquels les contributions définies aux 2° et 3° sont appelées, la distribution d'un titre est transférée à une autre société coopérative de messagerie de presse, celle-ci procède à l'appel de la contribution dans les conditions définies au 2° et reverse les sommes ainsi collectées à la coopérative actionnaire de la messagerie d'origine dans les trois jours ouvrés suivant cette collecte.*
- En cas de recours par un éditeur à l'auto-distribution, le Conseil supérieur des messageries de presse définira le régime applicable par décision soumise au contrôle de l'ARDP.*
- 9° Les sommes collectées et dépensées en application de la présente décision sont identifiées dans la comptabilité des sociétés coopératives et des entreprises commerciales de messageries de presse.
  - 10° Chaque coopérative rend compte au Président du Conseil supérieur, au plus tard un mois après la clôture de chaque exercice, des sommes collectées en application de la présente décision et de leur emploi, ainsi que, le cas échéant, des reversements effectués en application du 8°.
  - 11° Le Conseil supérieur mandate son Président pour prendre toute mesure nécessaire à la bonne exécution de la présente décision et en contrôler l'application.

\*\*\*\*\*

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° 2018-03

*relative aux conditions de règlement par les messageries aux éditeurs de presse des recettes de vente des titres distribués*

Décision devenue exécutoire après réformation<sup>1</sup>

### Le Conseil supérieur des messageries de presse

Sur proposition du Président ;

**Vu** la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 modifiée, notamment ses articles 12, 17, 18-7 et 18-13 ;

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

**Vu** la décision n° 2012-02 *relative à la fourniture par les sociétés coopératives de messageries de presse et les entreprises commerciales mentionnées à l'article 4 de la loi du 2 avril 1947 des documents et informations relatifs à leur situation économique et financière* adoptée le 28 juin 2012 par l'Assemblée 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*, adoptée le 28 mars 2013 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

**Vu** l'avis de la Commission de suivi de la situation économique et financière des messageries en date du 19 décembre 2017 ;

Après consultation publique ;

**Considérant** la situation de trésorerie des messageries de presse, et spécialement de Presstalis, évoquée dans l'avis rendu le 19 décembre 2017 par la Commission de suivi de la situation économique et financière des messageries, ainsi que dans les avis précédemment rendus par cette Commission, dont il ressort notamment que, pour faire face à leurs besoins d'exploitation, les messageries ont consommé les fonds qu'elles détiennent pour le compte des éditeurs dont elles distribuent les titres ;

**Considérant** que Presstalis doit rétablir en urgence sa situation de trésorerie pour réduire et, si possible cesser, le recours à des crédits à court terme (affacturage) dont le coût est élevé pour la messagerie ;

**Considérant** que l'évolution globale de la trésorerie a également été négative pour les Messageries lyonnaises de presse durant l'exercice 2017, malgré l'apport en trésorerie plus accru émanant des filiales Forum ; que les capacités de financement à court terme sont à présent mobilisées par cette messagerie 7 mois sur 12 ;

---

<sup>1</sup> La délibération n° 2018-02 de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse en date du 2 mars 2018 a rendu exécutoire la présente décision pour une durée de dix semestres en tant qu'elle s'applique aux titres distribués par Presstalis et pour une durée limitée à trois semestres en tant qu'elle s'applique aux titres distribués par les Messageries lyonnaises de presse.

**Considérant** qu'il n'est pas souhaitable que les acomptes sur les recettes de vente des titres distribués, qui sont versés aux éditeurs de presse par les messageries, conduisent ces dernières à connaître des problèmes de trésorerie susceptibles de mettre en péril leurs conditions d'exploitation ;

**Considérant** que, dans le cadre de crise globale traversé actuellement par le système collectif de distribution de la presse, il est adéquat et proportionné de prendre des mesures de portée générale fixant les délais minimums dans lesquels les messageries règlent aux éditeurs les sommes liées à la mise en vente des titres dont elles assurent la distribution et évitant que ces versements ne compromettent leur trésorerie ;

**Considérant** qu'eu égard à la fragilité économique des éditeurs de taille modeste, il est possible de prévoir que le versement des acomptes et des soldes concernant la vente de leurs titres intervienne plus tôt que pour les autres éditeurs de presse ;

**Adopte la décision suivante :**

- 1°. Les acomptes que Presstalis verse aux éditeurs de quotidiens sur les recettes nettes prévisionnelles de la vente des exemplaires qui lui sont confiés pour distribution en France métropolitaine ne peuvent excéder, pour les titres ayant un taux de vente supérieur ou égal à 70%, les recettes anticipées correspondant à la vente de 50% des exemplaires pris en charge par la messagerie. Pour les titres ayant un taux de vente inférieur à 70%, l'acompte est réduit de façon à correspondre aux recettes anticipées pour un niveau de ventes situé vingt points de pourcentage en dessous du taux de vente.
- 2°. Les acomptes qu'une messagerie verse aux éditeurs de magazines sur les recettes nettes prévisionnelles de la vente des exemplaires qui lui sont confiés pour distribution en France métropolitaine ne peuvent excéder :
  - 75% des recettes nettes prévisionnelles pour les titres ayant un taux de vente supérieur à 35% ;
  - 65% des recettes nettes prévisionnelles pour les titres ayant un taux de vente compris entre 25% et 35% ;
  - 45% des recettes nettes prévisionnelles pour les titres ayant un taux de vente inférieur à 25%.
- 3°. Le taux de vente est mesuré sur la base des résultats de vente du titre considéré, si la relève de celui-ci est intervenue à la date de calcul de l'acompte et si lesdits résultats sont connus ou si un sondage représentatif a été effectué pour évaluer le taux de vente. A défaut, le taux de vente correspond aux résultats de vente moyen des trois dernières parutions du titre considéré, connus à la date de calcul de l'acompte.

Pour les nouvelles parutions, la messagerie procède à une estimation du taux de vente prévisionnel pour calculer les acomptes à verser à l'éditeur durant la première année de diffusion.

- 4°. Le règlement des acomptes définis au 1° et 2° est effectué, au plus tôt, dans les délais suivants :

Périodicité de parution du titre	Date de prise en charge du titre par la messagerie		
	Entre le 1 <sup>er</sup> et le 10 du mois	Entre le 11 et le 20 du mois	Entre le 21 et le dernier jour ouvré du mois
Quotidienne, bi-hebdomadaire ou hebdomadaire	Le sixième jour du mois suivant	Le seizième jour du mois suivant	Le vingt-sixième jour du mois suivant
Autres périodicités	Le onzième jour du mois suivant	Le vingt-et-unième jour du mois suivant	Le dernier jour du mois suivant

- 5°. Par dérogation aux dispositions du 4°, pour les sociétés éditrices dont les ventes en montant forts (VMF) sont inférieures ou égales à un million d'euros par an, le règlement des acomptes peut être avancé aux dates suivantes :

Périodicité de parution du titre	Date de prise en charge du titre par la messagerie		
	Entre le 1 <sup>er</sup> et le 10 du mois	Entre le 11 et le 20 du mois	Entre le 21 et le dernier jour ouvré du mois
Quotidienne, bi-hebdomadaire ou hebdomadaire	Le vingt-cinquième jour du mois	Le cinquième jour du mois suivant	Le quinzième jour du mois suivant
Autres périodicités	Le vingt-septième jour du mois	Le septième jour du mois suivant	Le dix-septième jour du mois suivant

La dérogation prévue au présent 5° ne s'applique pas lorsque la société éditrice appartient à un groupe de presse dont les ventes en montants forts (VMF) globales excèdent un million d'euros par an.

- 6°. Les acomptes sont réglés aux éditeurs par virement ou par chèque. Toutefois, le règlement des acomptes pour les titres ayant une périodicité bimestrielle est effectué par billet à ordre ou virement commercial à trente jours, et le règlement des acomptes pour les titres ayant une périodicité trimestrielle est effectué par billet à ordre ou virement commercial à soixante jours.
- 7°. Pour les titres dont la durée de mise en vente effective correspond à leur périodicité affichée, selon les règles posées par la décision n° 2013-01 susvisée, le règlement du solde des recettes nettes de ventes de chaque titre intervient au plus tôt le neuvième jour du deuxième mois suivant une nouvelle fourniture. Toutefois, pour les sociétés éditrices dont le chiffre d'affaires presse (VMF) est inférieur ou égal à un million d'euros par an et qui ne font pas partie d'un groupe de presse réalisant un chiffre d'affaires presse global supérieur à un million d'euros par an, le règlement du solde peut intervenir dès le vingt-cinquième jour du mois suivant une nouvelle fourniture.
- Pour les titres dont la durée de mise en vente a été supérieure à celle prévue par la décision n° 2013-01 susvisée au regard de leur périodicité affichée, la date de règlement peut être décalée dans le temps proportionnellement à la durée supplémentaire de mise en vente.
- Le paiement du solde est effectué par virement ou par chèque. Toutefois, pour les titres ayant une périodicité mensuelle ou bimestrielle, le paiement est effectué par billet à ordre ou virement commercial à trente jours. Pour les titres ayant une périodicité trimestrielle, le paiement est effectué par billet à ordre ou virement commercial à soixante jours.
- 8°. En cas de cessation de parution ou de cessation de fourniture d'un titre, le règlement du compte rendu de distribution définitif de ce titre intervient au plus tôt le vingt-cinquième jour du septième mois suivant la date de réclamation des invendus aux agents de la vente.
- 9°. Si une date de règlement, telle que fixée par la présente décision, tombe un jour férié, le règlement intervient le premier jour ouvré qui suit.
- 10°. Les dispositions applicables pour les versements des messageries aux éditeurs à raison de la distribution des titres de presse dans les départements d'outre-mer seront définies par une décision ultérieure.
- 11°. Le Conseil supérieur mandate son Président pour prendre toute mesure nécessaire à la bonne exécution de la présente décision et en contrôler l'application.
- 12°. Le Président peut diligenter tout contrôle destiné à vérifier la bonne application des dispositions ci-dessus par les messageries de presse.
- 13°. A l'issue de l'exercice 2020, le Président du Conseil supérieur établit un rapport sur la mise en œuvre de la présente décision, sur la base des données communiquées par les messageries et, le cas échéant, des contrôles qu'il a diligentés. Le Président rend compte des conclusions de ce rapport à l'Assemblée du Conseil supérieur et propose, si nécessaire, tout projet de décision visant à modifier ou compléter les règles énoncées 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

## Conseil supérieur des messageries de presse



► **Délibération**

# CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

## DELIBERATION DU 20 DECEMBRE 2017

### *relative à la prise en charge par les éditeurs de la rémunération des agents de la vente de presse*

L'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse rappelle que, conformément aux dispositions du 9° de l'article 18-6 de la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 modifiée, il appartient au Conseil supérieur de fixer par une décision exécutoire les conditions de rémunération des agents de la vente de presse, après consultation de leurs organisations professionnelles.

A la date d'adoption de la présente délibération, le Conseil supérieur a adopté les décisions suivantes, qui ont été rendues exécutoires par l'Autorité de régulation de la distribution de la presse :

- Décision n° 2011-01 du 1<sup>er</sup> décembre 2011 relative à la fixation des conditions de rémunération des agents de la vente de presse ;
- Décision n° 2012-06 du 30 novembre 2012 instituant une rémunération à l'unité d'œuvre de la mission « logistique-transport » des dépositaires de presse et modifiant la décision n° 2011-01 ;
- Décision n° 2013-03 du 28 mars 2013 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 n° 2014-03 du 1<sup>er</sup> juillet 2014 concernant le schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse ;
- Décision n° 2014-07 du 2 décembre 2014 définissant les modalités de mise en œuvre des 4° à 13° de la décision n° 2014-03 concernant le schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse ;
- Décision n° 2014-09 du 19 décembre 2014 fixant les conditions de rémunération des diffuseurs de presse dans les départements d'outre-mer ;
- Décision n° 2016-01 du 19 juillet 2016 confirmant les conditions de mise en œuvre du schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2017 ;
- Décision n° 2017-09 du 20 décembre 2017 fixant les conditions de rémunération des points de vente de presse implantés dans les supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m<sup>2</sup> situées dans les grandes métropoles.

Les messageries de presse assurent, pour le compte des éditeurs, le versement de la rémunération des agents de la vente, telle que définie par ces décisions du Conseil supérieur.

Selon les principes énoncés à l'article 12 de la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 modifiée, les barèmes des sociétés coopératives de messageries de presse doivent permettre d'assurer la couverture des coûts de distribution. Il en résulte que les messageries de presse doivent répercuter sur les éditeurs dont elles distribuent les titres, la rémunération des agents de la vente fixée par ces décisions exécutoires du Conseil supérieur.

Pour assurer le respect effectif de ce principe, l'Assemblée du Conseil supérieur recommande aux sociétés coopératives de messageries de presse, si elles ne l'ont pas encore fait, d'intégrer dans leurs barèmes applicables en 2018 des dispositions tarifaires spécifiques réglant les modalités selon lesquelles les éditeurs de presse avec qui elles ont conclu un contrat de groupage, prennent en charge les coûts exposés par elles au titre de la rémunération des agents de la vente.

Il apparaît nécessaire que ces modalités de prise en charge comportent un mécanisme d'ajustement tarifaire en cours d'exercice, permettant de garantir qu'à la fin de chaque exercice, le total des recettes que chaque messagerie a perçues auprès des éditeurs sur la base de ces dispositions tarifaires sont suffisantes pour assurer la couverture intégrale des paiements qu'elle a effectués durant ce même exercice au titre de la rémunération des agents de la vente de presse.

---

Conseil supérieur des messageries de presse

*Délibération relative à la prise en charge par les éditeurs de la rémunération des agents de la vente de presse*  
Assemblée du 20 décembre 2017

A cet égard, l'Assemblée du Conseil supérieur recommande que la mission de contrôle dévolue aux commissaires aux comptes en application de la décision exécutoire n° 2017-01 du CSMP *relative au contrôle de l'application effective des barèmes tarifaires des messageries de presse adoptés dans le cadre de l'article 12 de la loi du 2 avril 1947*, adoptée le 1<sup>er</sup> juin 2017, comporte une partie relative à la couverture des coûts exposés par les messageries pour assurer la rémunération des agents de la vente.

L'Assemblée demande au Président du Conseil supérieur de lui rendre compte de la mise en œuvre par les sociétés coopératives de messageries de presse des recommandations formulées dans la présente délibération.

Pour le Conseil supérieur des messageries de presse,



Jean-Pierre ROGER