

# **Conseil Supérieur des Messageries de Presse**

## **Avis**

**Article 1<sup>er</sup> du décret n°2005-1455 du 25 novembre 2005**

**A Monsieur le Ministre de la Culture et de la Communication**

## **Saisine du Conseil Supérieur des Messageries de Presse en application de l'article 2 du décret du 25 novembre 2005**

Le Conseil Supérieur des Messageries de Presse a été saisi par les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE, par lettre du 30 décembre 2005, dans les termes des articles 1 et 2 du décret n° 2005-1455 du 25 novembre 2005, de onze (11) Conventions identiques, souscrites le 27 décembre 2005 pour huit (8) d'entre elles et non datées pour trois (3) d'entre elles, entre les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE et onze (11) diffuseurs de presse, pour avis, sur leur conformité aux dispositions du troisième alinéa de l'article 1<sup>er</sup> du décret du 25 novembre 2005, modifiant l'article 7 du décret n° 88-136 du 9 février 1988, publié au Journal Officiel le 26 novembre 2005.

Les Conventions souscrites entre les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE et onze (11) diffuseurs de presse ayant pour objet une majoration des taux de commissions des agents de la vente de publications quotidiennes et périodiques visés aux articles 1, 2, 3 et 4 du décret n° 88-136 du 9 février 1988 modifié par le décret n° 2005-1455 du 25 novembre 2005, lesdites Conventions relèvent des dispositions de l'article 1<sup>er</sup> du décret n° 2005-1455 du 25 novembre 2005, modifiant l'article 7 du décret n° 88-136 du 9 février 1988.

Préalablement à l'établissement et à l'envoi à Monsieur le Ministre de la Culture et de la Communication de l'avis qu'il lui appartient de rendre en application du décret n° 2005-1455 du 25 novembre 2005, le Conseil Supérieur des Messageries de Presse, par lettres du 5 janvier 2006, adressées aux MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE, a souhaité que lui soient apportées des précisions concernant certaines dispositions des Conventions souscrites.

Les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE ont apporté au Conseil Supérieur des Messageries de Presse, par lettre du 9 janvier 2006, les précisions sollicitées concernant certaines dispositions des Conventions souscrites.

Dans le délai de deux mois imparti de la réception des Conventions transmises par les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE, le Conseil Supérieur des Messageries de Presse, en application de l'article 1<sup>er</sup> du décret n° 2005-1455 du 25 novembre 2005, adresse à Monsieur le Ministre de la Culture et de la Communication, un avis sur la conformité desdites Conventions aux dispositions du troisième alinéa de l'article 1<sup>er</sup> du décret n° 2005-1455 du 25 novembre 2005 modifiant l'article 7 du décret n° 88-136 du 9 février 1988.

Pour simplifier la lecture du présent avis, les onze (11) Conventions adressées au Conseil Supérieur des Messageries de Presse étant identiques, elles seront conjointement ci-après désignées "la Convention cadre".

Le présent avis a été entériné par l'Assemblée Générale du Conseil Supérieur des Messageries de Presse tenue le 2 février 2006, à l'issue d'une troisième et d'une quatrième résolution.

Suivant une cinquième résolution adoptée par ladite Assemblée Générale, le Conseil Supérieur des Messageries de Presse a institué une "Commission de suivi" de ladite Convention cadre, laquelle se réunira trimestriellement, sous l'égide du Conseil Supérieur des Messageries de Presse.

## **Exposé préalable**

### **Le principe de neutralité dans les conditions de distribution de la presse défini à l'article 11 de la loi n°87-39 du 27 janvier 1987**

La rémunération des agents de la vente de la presse repose sur un système qui garantit l'impartialité de la mise en vente des publications quotidiennes et périodiques en assurant, par l'application de taux de commissions indépendants des qualités intrinsèques des journaux et publications, la neutralité des vendeurs.

Le principe de neutralité dans les conditions de distribution de la presse est défini à l'article 11 de la loi n°87-39 du 27 janvier 1987 qui institue une rémunération ad valorem des agents de la vente de la presse comme suit :

"Afin d'assurer le respect du principe de neutralité dans les conditions de distribution de la presse, la rémunération des agents de la vente de publications quotidiennes et périodiques est déterminée en pourcentage du montant des ventes desdites publications réalisées par leur intermédiaire, dans les conditions fixées par décret.

Sont considérés comme "agents de la vente" les concessionnaires globaux, les dépositaires centraux, les marchands directement au public – sous-dépositaires, marchands en kiosques, en terrasses et en boutiques – et les vendeurs colporteurs."

### **Les conditions de rémunération des agents de la vente de la presse fixées au décret n°88-136 du 9 février 1988**

Le décret n°88-136 du 9 février 1988 fixe les conditions de rémunération des agents de la vente de la presse comme suit :

Art. 1<sup>er</sup>. - Les commissions des agents de la vente approvisionnant des sous-dépositaires diffuseurs de presse (marchands vendant directement au public en kiosques, en terrasses ou en boutiques, crieurs à poste fixe, vendeurs ambulants et vendeurs colporteurs) communément dénommés dépositaires centraux de presse, et exploitant en outre eux-mêmes un magasin de vente au public, ne peuvent excéder 23 p. 100 du montant des ventes, exprimées au prix public, de quotidiens ou de publications périodiques.

Toutefois, les commissions des dépositaires centraux de presse n'exploitant pas de magasin de vente au public peuvent être portées à 24 p. 100 pour les quotidiens et 29 p. 100 pour les autres publications périodiques.

Art. 2. - Les commissions des marchands vendant directement au public (sous-dépositaires, marchands en kiosques, en terrasses, en boutiques) communément dénommés diffuseurs de presse ne peuvent excéder 15 p. 100 du montant des ventes exprimées au prix public pour la généralité des publications quotidiennes et périodiques.

Les commissions des crieurs à poste fixe, vendeurs ambulants et vendeurs colporteurs exerçant leur activité en province ne peuvent excéder 18 p. 100 du montant des ventes exprimées au prix public pour les publications quotidiennes et 20 p. 100 pour les autres publications.

Art. 3 - A Paris, les commissions des marchands visés à l'article 2 et vendant directement au public, en kiosque; en terrasse ou en boutique ne peuvent excéder :  
18 p. 100 du montant des ventes exprimées au prix public pour les quotidiens ;  
20 p. 100 du montant des ventes exprimées au prix public pour les autres publications.  
Les crieurs à poste fixe, vendeurs ambulants et vendeurs colporteurs exerçant leurs activités à Paris bénéficient d'une commission complémentaire qui ne peut excéder 5 p. 100 du montant des ventes au prix public.

Art. 4 - Dans les villes de plus de 500.000 habitants, les commissions visées aux articles 1<sup>er</sup> et 2, premier alinéa, du présent décret, peuvent être assorties d'une commission complémentaire qui ne peut excéder 5 p. 100 du montant des ventes exprimées au prix public des seules publications périodiques, à l'exclusion des publications quotidiennes.

Art. 5 - Les taux des commissions des marchands vendant directement au public ne peuvent être réduits de plus de 1 p. 100 pour les quotidiens et de plus de 2 p. 100 pour les autres publications périodiques lorsque les fournisseurs font l'objet d'une livraison directe au domicile de ces derniers.

Art. 6 - Les commissions perçues par les entreprises concessionnaires gérant l'ensemble des points de vente situés dans l'emprise de leur concession, et acquittant à ce titre une redevance au concédant chargé d'un service public, ne peuvent excéder 30 p. 100 du montant des ventes exprimées au prix public.

Art. 7 - Les taux de commissions ci-dessus s'appliquent à toute convention conclue à compter de l'entrée en vigueur du présent décret avec les agents de la vente visés à l'article 11 de la loi n° 87 - 39 du 27 janvier 1987 portant diverses mesures d'ordre social.

### **Les majorations conventionnelles des taux de commissions des agents de la vente de la presse prévues au décret n°2005-1455 du 25 novembre 2005**

Le décret n°2005-1455 du 25 novembre 2005 modifie les dispositions de l'article 7 du décret du 9 février 1988 fixant les conditions de rémunération des agents de la vente de la presse comme suit :

Article 1<sup>er</sup> – L'article 7 du décret du 9 février 1988 susvisé fixant les conditions de rémunération des agents de la vente de la presse susvisées est ainsi rédigé :

"Les taux des commissions des agents de la vente de publications quotidiennes et périodiques fixés aux articles 1, 2, 3 et 4 du présent décret peuvent faire, par convention, l'objet de majorations. Ces majorations ne peuvent excéder 15 % du montant des ventes, exprimées au prix public, pour la généralité des publications quotidiennes et périodiques.

Ces majorations sont subordonnées à des critères objectifs, transparents, équitables et non discriminatoires, de nature à garantir le respect du principe de neutralité tel qu'il est défini à l'article 11 de la loi n°87-39 du 27 janvier 1987.

Les conventions prévoyant de telles majorations sont transmises, dès signature, au ministre chargé de la communication et au Conseil Supérieur des Messageries de Presse.

Dans un délai de deux mois après réception d'une convention, le Conseil Supérieur des Messageries de Presse adresse au ministre chargé de la communication, un avis sur la conformité de cette convention aux dispositions du troisième alinéa du présent article.

A défaut d'opposition notifiée aux parties à la convention par le ministre chargé de la communication sur proposition en ce sens du Conseil Supérieur des Messageries de Presse, dans le délai d'un mois suivant la réception de l'avis du Conseil, la convention entre en vigueur."

Article 2 – Les conventions visées au deuxième alinéa de l'article 1<sup>er</sup> du présent décret, signées au jour de la publication de présent décret, et non encore en vigueur, sont transmises dans les meilleurs délais au ministre chargé de la communication et au Conseil Supérieur des Messageries de Presse. Elles sont soumises aux dispositions de l'article 1<sup>er</sup> du présent décret.

Article 3 – Le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie et le ministre de la culture et de la communication sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret, qui sera publié au *Journal Officiel* de la République française.

### **Historique des Plans relatifs aux conditions de rémunération des diffuseurs**

A la suite du Premier Plan relatif aux conditions de rémunération des diffuseurs, arrêté après les travaux menés sous l'égide du Conseil Supérieur des Messageries de Presse, par les représentants des pouvoirs publics, des sociétés de messageries, des dépositaires et des diffuseurs, matérialisé par la signature des protocoles des 30 septembre 1994 et 18 septembre 2001, portant revalorisation de la rémunération des diffuseurs de presse fondée sur un principe de qualification, un Second Plan a été mis en place dans le cadre de l'institution d'une rémunération liée à la performance et à la diversité de l'offre des points de vente.

Pour rappel, le Premier Plan a été matérialisé par la signature d'un Protocole souscrit le 30 septembre 1994 entre les NOUVELLES MESSAGERIES DE LA PRESSE PARISIENNE, l'UNION NATIONALE DES DIFFUSEURS DE PRESSE et le SYNDICAT NATIONAL DES DEPOSITAIRES DE PRESSE, attribuant aux agents de la vente un complément de rémunération déterminé sur les ventes au prix public des journaux et publications dont la distribution est confiée aux NOUVELLES MESSAGERIES DE LA PRESSE PARISIENNE par les éditeurs adhérant aux coopératives associées dans son capital, suivant des critères de "*Presse en vitrine*", de "*Représentativité de la presse*" et d'"*Accessibilité de la presse*".

Le Premier Plan a également été matérialisé par la signature d'un Protocole souscrit le 30 septembre 1994 entre les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE, l'UNION NATIONALE DES DIFFUSEURS DE PRESSE et le SYNDICAT NATIONAL DES DEPOSITAIRES DE PRESSE, attribuant aux agents de la vente un complément de rémunération déterminé sur les ventes au prix public des journaux et publications dont la distribution est confiée aux MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE par les éditeurs associés dans son capital, suivant des mêmes critères de "*Presse en vitrine*", de "*Représentativité de la presse*" et d'"*Accessibilité de la presse*".

La mise en place de ce Second Plan relève d'une volonté jusqu'alors témoignée par l'ensemble des intervenants professionnels, laquelle n'a eu de cesse d'être réaffirmée notamment par les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE et par les NOUVELLES MESSAGERIES DE LA PRESSE PARISIENNE, lesquelles ont indiqué s'être d'ailleurs mises en disposition de pouvoir mettre en œuvre financièrement et structurellement ce Second Plan à compter du mois de juillet 2005.

Cette volonté témoignée par l'ensemble des intervenants professionnels à mettre en place ce Second Plan, s'est traduite par leur souhait de souscrire des accords interprofessionnels, à l'origine de la signature d'un Protocole et d'une Convention souscrits le 30 juin 2005 entre les NOUVELLES MESSAGERIES DE LA PRESSE PARISIENNE, l'UNION NATIONALE DES DIFFUSEURS DE PRESSE et le SYNDICAT NATIONAL DES DEPOSITAIRES DE PRESSE.

Cette volonté témoignée par l'ensemble des intervenants professionnels à mettre en place ce Second Plan, s'est traduite également par la signature d'un Protocole et d'une Convention souscrits le 30 juin 2005 entre la S.A.E.M TRANSPORT - PRESSE, l'UNION NATIONALE DES DIFFUSEURS DE PRESSE et le SYNDICAT NATIONAL DES DEPOSITAIRES DE PRESSE.

Cette volonté témoignée par l'ensemble des intervenants professionnels à mettre en place ce Second Plan, s'est traduite par l'établissement d'une convention de même objet par les MESSAGERIES LYONNAISE DE PRESSE, adressée en projet au Conseil Supérieur des Messageries de Presse le 12 juillet 2005, le 10 novembre 2005 et le 15 décembre 2005.

Cette volonté témoignée par l'ensemble des intervenants professionnels à mettre en place ce Second Plan, s'est traduite enfin par la signature d'une Convention de même objet par les MESSAGERIES LYONNAISE DE PRESSE et des Diffuseurs de Presse.

Les protocoles des 30 septembre 1994 relatifs au Premier Plan de rémunération des diffuseurs ayant été souscrits sous son égide, le Conseil Supérieur des Messageries de Presse n'ignore pas les difficultés qui peuvent être attachées à l'établissement, à la signature et à la mise en œuvre de protocoles relatifs au Second Plan.

En ce sens, le Conseil Supérieur des Messageries de Presse a notamment rappelé le 11 mai 2000 que la revalorisation de la rémunération des diffuseurs devait s'inscrire dans le cadre de la loi du 27 janvier 1987 et du décret du 9 février 1988.

En ce sens également, le Comité des Sages chargé d'examiner les conditions d'exercice de leur activité par les membres du réseau de vente de la presse, à l'origine de la volonté de l'ensemble des professionnels de mettre en place un plan instituant une rémunération liée à la performance et à la diversité de l'offre des points de vente, a souligné dans son rapport déposé le 30 décembre 1992 que *"malgré les précisions apportées par la rédaction actuelle du cadre réglementaire de 1988 qui expose que la rémunération ne peut excéder x%, un accord tacite s'est fait sur le principe selon lequel le décret est généralement invoqué comme une norme et non comme une limite"*.

Tout comme le Premier Plan a pu être régularisé le 30 septembre 1994 à travers deux protocoles d'accord distincts, l'un souscrit par les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE et l'autre souscrit par les NOUVELLES MESSAGERIES DE LA PRESSE PARISIENNE, il est envisagé que le Second Plan fasse également l'objet de la souscription de plusieurs protocoles distincts.

La Convention cadre souscrite le 27 décembre 2005 entre les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE et onze diffuseurs de presse s'inscrit par conséquent dans le cadre du Second Plan relatif aux conditions de rémunération des diffuseurs.

**Les critères subordonnant les majorations des taux de commissions définis au troisième alinéa de l'article 1<sup>er</sup> du décret n° 2005-1455 du 25 novembre 2005**

En application de l'article 1<sup>er</sup> du décret n° 2005-1455 du 25 novembre 2005, modifiant le décret du 9 février 1988, il appartient au Conseil Supérieur des Messageries de Presse saisi, d'émettre un avis sur la conformité de la Convention cadre souscrite le 27 décembre 2005 aux dispositions du troisième alinéa dudit décret à savoir :

Les majorations des taux de commissions des agents de la vente prévues à la Convention cadre souscrite le 27 décembre 2005 sont subordonnées à des critères objectifs, transparents, équitables et non discriminatoires, de nature à garantir le respect du principe de neutralité tel qu'il est défini à l'article 11 de la loi n°87-39 du 27 janvier 1987.

L'avis que le Conseil Supérieur des Messagerie de Presse est appelé à rendre relève donc de l'examen et de la conformité des critères subordonnant à la Convention cadre souscrite le 27 décembre 2005 les majorations des taux de commissions des agents de la vente, lesquels, afin de garantir le respect du principe de neutralité tel qu'il est défini à l'article 11 de la loi du 27 janvier 1987, doivent être :

- Objectifs : c'est-à-dire impartiaux, neutres, indépendants de toute appréciation personnelle et/ou de toute appréciation subjective et fonction de réalités aisément vérifiables.
- Transparents : c'est-à-dire clairs, évidents et définis.
- Équitables : c'est-à-dire impartiaux et justes.
- Non discriminatoires : c'est-à-dire qui ne tendent pas à distinguer et/ou à exclure un groupe des autres à son détriment.

## **Examen des critères subordonnant les majorations des taux de commissions des agents de la vente instaurés à la Convention cadre**

### **Les diffuseurs concernés par la Convention cadre**

La Convention cadre concerne d'une part, les publications de presse périodiques adhérentes et distribuées par la coopérative des MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE et d'autre part, les diffuseurs de France Métropolitaine, Corse, DOM et Monaco inclus, ressortissant aux dispositions de l'alinéa 1 de l'article 2 du décret du 9 février 1988 et régulièrement inscrits sur le fichier des agents de la vente tenu par le Conseil Supérieur des Messageries de Presse, à l'exception des "marchands en terrasse".

Pour tenir compte de leurs spécificités, les kiosques, ayant vocation à bénéficier d'une rémunération complémentaire, feront l'objet d'une convention distincte et spécifique, pour laquelle le Conseil Supérieur des Messageries de Presse n'a pas en l'état été saisi.

La Convention cadre prévoit que ses dispositions concernent *"tout diffuseur bénéficiaire des dispositions des présentes et signataire du document "Fiche déclarative d'informations" joint en annexe E"*.

Les dispositions du décret n°2005-1455 du 25 novembre 2005 modifiant les dispositions de l'article 7 du décret du 9 février 1988 fixant les conditions de rémunération des agents de la vente de la presse, n'apparaissent pas interdire la souscription d'une Convention cadre entre une Société Coopérative et les diffuseurs de presse.

Le Conseil Supérieur des Messageries de Presse observe cependant, qu'au "RAPPORT AU PREMIER MINISTRE", le décret modificatif au décret du 9 février 1988 était proposé pour *"permettre à la négociation professionnelle de déroger aux plafonds de taux de commissions des agents de la vente fixés par le décret n°88-136 du 9 février 1988"*.

Considérant les critères institués au troisième alinéa de l'article 1<sup>er</sup> du décret du 25 novembre 2005, tout diffuseur de presse répondant aux critères instaurés à ladite Convention cadre doit pouvoir en être bénéficiaire.

La Convention cadre prévoit en ce sens, un recensement annuel général des diffuseurs de presse ayant vocation à bénéficier de la rémunération complémentaire pour l'année civile à venir, effectué sur la base d'un déclaratif rempli par le diffuseur avant le 31 octobre de chaque année.

Au 1<sup>er</sup> septembre, à la demande des MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE et si possible avec la contribution opérationnelle du dépositaire central, il doit être remis à chacun des diffuseurs de presse un document déclaratif normalisé devant être retourné aux MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE ou au dépositaire avant le 31 octobre.

Avant le 15 décembre, les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE devront avoir validé le document déclaratif.

Tout nouveau diffuseur de presse peut se faire agréer à condition d'avoir une activité avérée d'au moins trois mois révolus, le bénéfice de la rémunération complémentaire ne pouvant toutefois commencer que le 1<sup>er</sup> du mois suivant le respect des critères instaurés à la Convention cadre.

Cependant, passé le semestre calendaire en cours, le diffuseur de presse est soumis au régime général du recensement annuel.

Par lettre du 9 janvier 2006 adressée au Conseil Supérieur des Messageries de Presse, les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE ont confirmé avoir adressé la Convention cadre à tous les diffuseurs de France Métropolitaine, Corse et Monaco, qualifiés au Premier Plan, ainsi qu'à tous les diffuseurs des grandes villes répondant aux critères du Premier Plan.

Pour ce qui concerne les DOM, les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE ont précisé constituer un fichier des agents de la vente de ces départements, afin de circulariser la Convention cadre.

Les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE ont indiqué tenir à la disposition du Conseil Supérieur des Messageries de Presse les fichiers utilisés pour circulariser la Convention cadre.

Par cette même lettre du 9 janvier 2006 adressée au Conseil Supérieur des Messageries de Presse, les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE ont confirmé que la Convention cadre sera signée avec tous les diffuseurs de France Métropolitaine, Corse, DOM et Monaco ressortissant aux dispositions de l'alinéa 1 de l'article 2 du décret du 9 février 1988 et régulièrement inscrits sur le fichier des agents de la vente tenu par le Conseil Supérieur des Messageries de Presse (à l'exception des "marchands en terrasse") qui le souhaiteront et qui répondront aux critères instaurés à ladite Convention cadre.

### **Les critères subordonnant les majorations des taux de commissions à la Convention cadre**

Les majorations des taux de commissions des agents de la vente instaurées à la Convention cadre sont subordonnées aux cinq critères cumulatifs et solidaires suivants :

- Premier critère : *la qualification Premier Plan,*
- Deuxième critère : *le volume d'activité "Presse",*
- Troisième critère : *l'informatisation et les remontées des informations,*
- Quatrième critère : *la formation professionnelle,*
- Cinquième critère : *la modernisation du point de vente.*

### Le premier critère : la "qualification Premier Plan"

Les majorations des taux de commissions des agents de la vente instaurées à la Convention cadre sont subordonnées à la "qualification Premier Plan".

Pour prétendre au bénéfice de la rémunération complémentaire prévue à la Convention cadre, le diffuseur doit être qualifié au titre du Premier Plan régi par le protocole du 30 septembre 1994 et le protocole du 12 mars 2002 aménagé par une annexe à la Convention cadre.

Le diffuseur bénéficiant des articles 2 ou 3 du décret du 9 février 1988 doit respecter tous les critères du Premier Plan aménagé.

### Les critères d'attribution du complément de rémunération au Premier Plan

Les critères d'attribution du complément de rémunération des diffuseurs au Premier Plan sont :

- Critère n°1 : *la Presse en vitrine,*
- Critère n°2 : *la Représentativité de la presse,*
- Critère n°3 : *l'Accessibilité de la presse.*

Au Premier Plan, le critère n°1 est " *substantiel*" et les critères n°2 et n°3 sont alternatifs ou cumulatifs.

### Le premier critère : "la Presse en vitrine"

Au titre de ce critère, le diffuseur s'engage à consacrer en permanence dans sa vitrine un emplacement dédié significatif, réservé à la présentation de titres quotidiens, manchettes visibles, de publications et notamment des titres nouveaux.

### Le second critère : "la Représentativité de la presse"

Au titre de ce critère, le diffuseur s'engage à consacrer à la présentation en vue de la vente de la presse un pourcentage de son linéaire mural, variant selon la surface de vente de son magasin comme suit :

Superficie du commerce	Part de linéaire mural Presse
Jusqu'à 20 m <sup>2</sup> inclus	45 %
> 20 m <sup>2</sup> jusqu'à 40 m <sup>2</sup> inclus	40 %
> 40 m <sup>2</sup> jusqu'à 60 m <sup>2</sup> inclus	35 %
> 60 m <sup>2</sup> jusqu'à 100 m <sup>2</sup> inclus	30 %
> 100 m <sup>2</sup>	25 %

Le troisième critère : "*l'Accessibilité de la presse*"

Au titre de ce critère, le diffuseur, outre le respect par lui des conditions d'ouverture stipulées au contrat type dépositaire/diffuseur, s'engage à respecter un horaire d'ouverture six jours par semaine, parmi les horaires suivants :

- ouverture au plus tard à 6h30,
- ouverture entre 12h00 et 14h00,
- ouverture jusqu'à 20h00.

Le complément de rémunération au Premier Plan constitue "*un complément de commission*"

Le complément de rémunération des diffuseurs instauré au Premier Plan, "*prend la forme d'un complément de commission*" assis sur les ventes au prix public des journaux et publications dont la distribution est confiée aux MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE par les éditeurs adhérant aux coopératives associées dans son capital.

Le complément de commission des diffuseurs instauré au Premier Plan apparaît subordonné à des critères objectifs, transparents, équitables et non discriminatoires, de nature à garantir le respect du principe de neutralité tel qu'il est défini à l'article 11 de la loi du 27 janvier 1987.

L'aménagement des critères du Premier Plan

La Convention cadre "*aménage*" les critères d'attribution du complément de commission au titre du Premier Plan.

A la Convention cadre est annexée une annexe D intitulée "*AMENAGEMENT DES CRITERES DU 1ER PLAN*", à savoir :

*Premier aménagement* : Le point de vente doit disposer d'une enseigne Presse permettant d'identifier la vente de presse dans l'activité du magasin. Elle doit être apposée en enseigne drapeau.

*Second aménagement* : Le point de vente s'engage à consacrer en permanence dans sa vitrine un emplacement dédié significatif afin de présenter au minimum un quotidien, quatre publications, un produit hors presse.

L'ensemble de ces titres en cours de vente feront l'objet d'une rotation régulière et d'une large visibilité des "unes".

*Troisième aménagement* : Le linéaire presse dédié aux produits des messageries doit représenter une longueur de 4 mètres au sol minimum. Seul doit être déclaré le linéaire mural, les îlots, présentoirs n'étant pas pris en compte.

*Quatrième aménagement* : Ajoute une option supplémentaire aux créneaux horaires prévus dans le Premier Plan, un horaire journalier de 9 heures.

Les "*aménagements*" apportés aux critères subordonnant les compléments de commission au titre du Premier Plan n'apparaissent pas altérer leurs caractères objectifs, transparents, équitables et non discriminatoires de nature à garantir le respect du principe de neutralité tel qu'il est défini par l'article 11 de la loi du 27 janvier 1987.

#### **Le deuxième critère : le "*volume d'activité Presse*"**

Les majorations des taux de commissions des agents de la vente instaurées à la Convention cadre sont subordonnées au "*volume d'activité Presse*".

Pour prétendre au bénéfice de la rémunération complémentaire prévue à la Convention cadre, le point de vente doit avoir réalisé pour l'année 2006, un volume d'affaires relatif aux publications de Presse coopérative de 90.000 € prix public TTC, toutes messageries confondues, soit pour chaque semestre de l'année 2006 un minimum de chiffre d'affaires Presse coopérative de 45.000 € TTC toutes messageries confondues.

Ce volume d'affaires "plancher" pourra être réactualisé chaque année en fonction de l'évolution du chiffre d'affaires des quotidiens nationaux et publications périodiques coopératives des messageries fournie par la Direction du Développement des Médias ou le Conseil Supérieur des Messageries de Presse ou le Ministre chargé de l'économie et des finances. A défaut d'informations, les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE communiqueront au Conseil Supérieur des Messageries de Presse le niveau de la réactualisation qu'elle aura retenu, calculé sur la base de sa propre évolution.

Le "*volume d'activité Presse*" subordonnant les majorations des taux de commission des agents de la vente de la presse, instaurées à la Convention cadre, apparaît constituer un critère objectif, transparent, équitable et non discriminatoire, de nature à garantir le respect du principe de neutralité tel qu'il est défini à l'article 11 de la loi du 27 janvier 1987.

#### **Le troisième critère : "*l'informatisation et les remontées des informations*"**

Les majorations des taux de commissions des agents de la vente instaurées à la Convention cadre sont subordonnées à "*l'informatisation et les remontées des informations*".

Pour prétendre au bénéfice de la rémunération complémentaire prévue à la Convention cadre, le diffuseur doit :

- être équipé d'un terminal et d'une version de logiciel presse capable de remonter les informations de vente à chaque messagerie de Presse, selon la définition de leur propre protocole,
- avoir équipé son terminal d'un scanner de codes à barres en état de marche,
- réaliser via le scanner la saisie des codes à barres de tous les exemplaires effectivement vendus des produits et publications distribués par les messageries en respectant un taux de fiabilité moyen mensuel pondéré supérieur ou égal à 85 %.

Le taux de fiabilité moyen fait l'objet d'une évaluation mensuelle.

Pour chaque mois pour lequel le taux de 85 % n'aura pas été atteint, le diffuseur verra sa rémunération complémentaire semestrielle diminuée d'1/6<sup>ème</sup>.

Le taux de 85 % intègre une tolérance liée aux aléas techniques ou commerciaux relatifs au scanning, l'objectif étant de s'assurer à terme un taux brut moyen de 95 % et plus.

Le fichier des ventes scannées de la journée doit être transmis à chaque messagerie chaque jour d'ouverture du point de vente.

La statistique "*toutes messageries confondues*" se fait par remontée semestrielle du taux et du nombre de scans par diffuseur et par mois de chaque messagerie.

Au cas où la statistique ne pourrait être, pour des raisons techniques ou autres, établie "*toutes messageries confondues*", chaque messagerie effectuera son calcul pour son propre compte.

Sous réserve que tout éventuel changement de version de logiciel informatique presse "*remontées des ventes*" s'effectue tant dans son information que dans son installation, moyennant un délai de préavis raisonnable, "*l'informatisation et les remontées des informations*" subordonnant les majorations des taux de commission des agents de la vente de la presse instaurées à la Convention cadre, apparaissent constituer un critère objectif, transparent, équitable et non discriminatoire, de nature à garantir le respect du principe de neutralité tel qu'il est défini à l'article 11 de la loi du 27 janvier 1987.

Par lettre du 9 janvier 2006 adressée au Conseil Supérieur des Messageries de Presse, les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE ont confirmé que toute évolution des conditions d'interopérabilité ou des fonctionnalités du logiciel informatique permettant la "*remontées des ventes*" s'effectuera moyennant un délai raisonnable tant dans son information que dans son installation auprès de agents de la vente.

#### **Le quatrième critère : la "*formation professionnelle*"**

Les majorations des taux de commissions des agents de la vente instaurées à la Convention cadre sont subordonnées à la "*formation professionnelle*".

Pour prétendre au bénéfice de la rémunération complémentaire prévue à la Convention cadre, le diffuseur, ou l'un au moins de ses collaborateurs, doit avoir suivi au cours des trois dernières années, un stage de "*perfectionnement presse*".

De même, le diffuseur s'engage à suivre lui-même ou à faire suivre à l'un au moins de ses collaborateurs, au minimum une fois tous les trente six mois un stage de "*perfectionnement presse*", lié à la vente et à la gestion de la presse, d'une durée minimum d'une journée, assuré par un organisme de formation agréé.

Ce stage de perfectionnement est attaché à une personne participant à la gestion du point de vente.

La "*formation professionnelle*" subordonnant les majorations des taux de commissions des agents de la vente de la presse, instaurées à la Convention cadre apparaît constituer un critère objectif, transparent, équitable et non discriminatoire, de nature à garantir le respect du principe de neutralité tel qu'il est défini à l'article 11 de la loi du 27 janvier 1987.

### **Le cinquième critère : la "modernisation du point de vente"**

Les majorations des taux de commissions des agents de la vente instaurées à la Convention cadre sont subordonnées à la "modernisation du point de vente".

Pour prétendre au bénéfice de la rémunération complémentaire prévue à la Convention cadre, le diffuseur doit avoir réalisé au cours des neuf dernières années, "une action de modernisation du point de vente".

Egalement, le diffuseur doit réaliser "une action de modernisation du point de vente" au moins une fois tous les neufs ans révolus, laquelle doit être significative et correspondre à un investissement minimum de 3.500 € hors taxes et hors gros-œuvre pour l'année de référence 2006.

Sont retenus les investissements destinés à améliorer la présentation de la presse, quotidiens et publications.

La Convention cadre prévoit que ce montant est susceptible d'être révisé chaque année après agrément du Conseil Supérieur des Messageries de Presse.

A défaut de cet agrément, la Convention cadre prévoit que l'augmentation ne pourra être supérieure à l'inflation de l'année précédente ou à la variation du plafond de l'aide publique à la modernisation réservée aux diffuseurs de Presse si cette variation est supérieure à l'inflation.

La "modernisation du point de vente" subordonnant les majorations des taux de commission des agents de la vente de la presse instaurées à la Convention cadre, apparaît constituer un critère objectif, transparent, équitable et non discriminatoire, de nature à garantir le respect du principe de neutralité tel qu'il est défini à l'article 11 de la loi du 27 janvier 1987.

### **Le mécanisme de calcul et modalités de règlement de la rémunération complémentaire instaurés à la Convention cadre**

La Convention cadre instaure que les diffuseurs de presse reçoivent une rémunération complémentaire "selon trois facteurs de rémunération" cumulatifs liés :

- au facteur de spécialisation lié à la "diversité de l'Offre-Pressé",
- au facteur de "performance commerciale lié au niveau d'activité Presse du diffuseur",
- au facteur "de consolidation Géo-Commercial".

La "diversité de l'Offre-Pressé", la "performance commerciale" et la "consolidation géo-commerciale" doivent être considérées comme constituant des critères subordonnant à la Convention cadre les majorations des taux de commission des agents de la vente, même s'ils ne sont pas "qualifiés" comme tels.

## Le facteur de spécialisation lié à la "*diversité de l'Offre-Press*"

La "*rémunération complémentaire de spécialisation*" dépend du nombre total de "*publications Presse coopérative*" servies par le point de vente toutes messageries confondues.

Un linéaire développé minimum est demandé en cohérence avec le niveau de l'Offre totale afférente.

La rémunération complémentaire est progressive et dépend du "*Taux de représentativité de l'Offre-Press*", calculé semestriellement en comparant le nombre de titres presse coopérative reçus et présentés à la vente par le diffuseur, au nombre total de titres presse coopérative présentés à la vente sur le réseau national des diffuseurs de presse toutes messageries, toutes coopératives, tous éditeurs de Presse confondus.

La rémunération complémentaire au titre de "*l'Offre-Press*" ne peut excéder 2.5% du "*chiffre d'affaires Presse prix public*" du diffuseur relatif aux publications distribuées par les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE et se calcule comme suit :

$$2,5 \% \times \text{"Taux de représentativité de l'Offre-Press"}$$

Si le "*Taux de Représentativité de l'Offre-Press*" est supérieur à 70 %, alors la rémunération est égale à 2,5 % de façon constante.

Si le "*Taux de Représentativité de l'Offre-Press*" est inférieur à 33 %, alors la rémunération est égale à 0.

La rémunération complémentaire dépend également de la "*Conformité du linéaire*" lequel est fonction du nombre de mètres linéaires destinés à l'exposition et à la vente des produits et publications "*Presse*" des messageries et proportionnels à "*l'Offre-Press*".

Le linéaire est considéré comme suffisant si celui-ci est supérieur ou égal à la formule suivante :

$$\text{"Taux de représentativité de l'Offre-Press"} \times 75/33\%$$

La Convention cadre précise que "75" constitue le nombre de mètres linéaires développés minimum et "33 %" le taux de représentativité minimal demandé pour "*l'Offre-Press*", le linéaire pris en compte étant celui consacré aux "*publications Presse*" toutes messageries confondues.

Le taux de rémunération complémentaire lié au facteur "*diversité de l'Offre-Press*" est stipulé continu et progressif à partir d'un taux de 33 %, sauf au-delà d'un taux de 70 % de "*représentativité de l'Offre-Press*" où la rémunération linéaire bénéficie d'un taux unique de 2,5 % ou de 2 % si le linéaire n'est pas conforme à la norme de linéaire demandée.

La Grille suivante, annexée à la Convention cadre, illustre "pour différentes valeurs indicatives le niveau de rémunération selon l'Offre-Pressé et le linéaire requis conforme" :

OFFRE TITRE PRESSE Toutes Messageries	Linéaire requis minimum en mètre	Taux de remise complémentaire <i>Si linéaire "Conforme"</i>	Taux de remise complémentaire <i>Si linéaire "Non Conforme"</i>
< 33 %	< 75	0 %	0 %
33 %	75	0,83 %	0,33 %
35 %	79	0,88 %	0,38 %
40 %	90	1,00 %	0,50 %
45 %	102	1,13 %	0,63 %
50 %	113	1,25 %	0,75 %
55 %	125	1,38 %	0,88 %
60 %	136	1,50 %	1,00 %
65 %	147	1,63 %	1,13 %
70 %	159	1,75 %	1,25 %
> 70 %	160	2,50 %	2,00 %
75 %	170	2,50 %	2,00 %
80 %	181	2,50 %	2,00 %
90 %	204	2,50 %	2,00 %
95 %	215	2,50 %	2,00 %
> 95 %	> 215	2,50 %	2,00 %

Le dépositaire (ou à défaut les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE) doit fournir au moins tous les deux mois aux diffuseurs concernés les informations relatives à "l'offre titres" reçues depuis l'ouverture du semestre de référence lui permettant de se positionner par rapport à la grille évoquée.

La rémunération complémentaire liée à la diversité de "l'offre titres" est versée aux diffuseurs tous les six mois.

La détermination de "l'offre titres" toutes messageries confondues se fait par la consolidation des informations officielles et/ou publiques.

Toutefois, au cas où "l'offre titres" ne peut, pour des raisons techniques ou autres, être établie "toutes messageries confondues", la Convention cadre prévoit que chaque messagerie effectue son calcul pour son propre compte.

Dans ce cas, la Convention cadre précise que le calcul se fera en fonction de la dernière part de marché connue et reconnue pour chaque messagerie relativement au nombre des "publications Presse".

Le facteur de spécialisation lié à la "diversité de l'Offre-Pressé" subordonnant les majorations des taux de commission des agents de la vente de la presse instaurées à la Convention cadre apparaît constituer un critère objectif, transparent, équitable et non discriminatoire, de nature à garantir le respect du principe de neutralité tel qu'il est défini à l'article 11 de la loi du 27 janvier 1987.

## **Le facteur de performance commerciale lié "au niveau d'activité Presse du diffuseur"**

La rémunération complémentaire relative à la performance commerciale du diffuseur est calculée sur la moyenne de "*Chiffre d'Affaires Presse Coopérative*" prix public TTC des diffuseurs qualifiables pour l'ensemble des messageries de presse, pondéré par le taux de remise complémentaire lié à la diversité de "*l'Offre-Pressé*".

La mesure du "*Chiffre d'Affaires Presse Prix fort*", toutes messageries confondues, s'effectue par la consolidation des informations officielles ou publiques.

Toutefois, au cas où la "*performance commerciale*" ne peut, pour des raisons techniques ou autres, être établie "*toutes messageries confondues*", la Convention cadre prévoit que chaque messagerie effectue son calcul pour son propre compte.

Dans ce cas, la Convention cadre précise que le calcul se fera en fonction de la dernière part de marché connue pour chaque messagerie relativement à son chiffre d'affaires prix public TTC.

Le principe du niveau de performance considéré est :

Relatif à la partie du "*Chiffre d'Affaires Presse coopérative*" prix public TTC excédant de deux tiers le niveau national moyen de "*Chiffre d'Affaires Presse coopérative prix fort*" des diffuseurs qualifiés et qualifiables au titre des critères du Premier Plan aménagé,

Proportionnel au taux de rémunération obtenu dans le cadre du facteur spécialisation relatif à "*l'Offre-Pressé*".

Le niveau de performance est déterminé de la façon suivante :

Seul le "*Chiffre d'Affaires Presse coopérative prix fort*" excédant de deux tiers le seuil de chiffre d'affaires fixé au second critère d'agrément est Primé, c'est-à-dire bénéficiaire d'une rémunération complémentaire au titre de la performance (dénommé "*CA Presse Primé*").

Le "*CA Presse Primé*" au titre de la performance reçoit un complément de rémunération selon sept tranches successives ; la dernière n'étant pas plafonnée. A chacune de ces tranches se voit associé un taux de commission permettant de calculer un niveau de rémunération pour chaque tranche ; les rémunérations de toutes ces tranches se cumulent.

Pour la mise en œuvre de la Convention cadre, le seuil de "*Chiffre d'Affaires Presse coopérative prix fort*" national moyen des diffuseurs qualifiés et qualifiables au titre des critères du Premier Plan aménagé est établi à 90.000 € pour l'année 2006, soit 45.000 € en moyenne par semestre toutes messageries confondues. Le seuil de "*Chiffre d'Affaires Presse coopérative prix fort*" nécessaire pour bénéficier d'un complément de performance est établi à un niveau excédant de deux tiers cette moyenne, soit 75.000 € par semestre.

Pour les années suivantes, le seuil de performance sera équivalent à un niveau excédant de deux tiers le niveau national moyen de "*Chiffre d'Affaires Presse coopérative prix fort*" des diffuseurs qualifiés et qualifiables au titre des critères du Premier Plan. Ce seuil sera communiqué en septembre de chaque année.

La grille de rémunération évoquée à la Convention cadre est la suivante :

Tranche de CA presse total par semestre / S 1 2006 *	Taux maximal par tranche de CA
< 75.000 (5/3 x 45.000)	0 %
75.000 à 126.000	1 %
126.001 à 151.000	1,25 %
151.001 à 176.000	1,50 %
176.001 à 201.000	2,00 %
201.001 à 226.000	2,50 %
226.001 à 251.000	3,50 %
> 251.000	5,00 %
Total	= complément brut de rémunération

\*S1 2006 correspond à la tranche de chiffre d'affaires semestriel prise en compte sur la base du réel au 30/06/2005

Le montant total brut de complément obtenu par la somme des compléments de chaque tranche est rapporté au "*Chiffre d'Affaires Presse prix fort*" afin de déterminer le "*taux moyen de complément brut de rémunération au titre de la performance*".

Ce taux est pondéré par le taux de remise complémentaire de spécialisation obtenu (relatif à "*l'Offre-Pressé*") le tout divisé par 2,5 % (correspondant au taux de remise maximal possible pour le facteur de spécialisation).

La rémunération complémentaire liée à la performance est calculée sur le "*Chiffre d'Affaires Presse prix public*" du diffuseur relatif aux publications distribuées par MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE.

La rémunération complémentaire liée à la performance est réglée semestriellement.

Le niveau national moyen de "*Chiffre d'Affaires Presse Prix fort*" est communiqué par la messagerie aux diffuseurs avant le début de chaque nouveau semestre.

Le facteur de performance commerciale lié "*au niveau d'activité Presse du diffuseur*" subordonnant les majorations des taux de commission des agents de la vente de la presse instaurées à la Convention cadre apparaît constituer un critère objectif, transparent, équitable et non discriminatoire, de nature à garantir le respect du principe de neutralité tel qu'il est défini à l'article 11 de la loi du 27 janvier 1987.

#### **Le facteur de consolidation "géo-commercial"**

Une rémunération complémentaire est attribuée au regard de la situation d'implantation "*géo-commerciale*" du point de vente du diffuseur.

La Convention cadre précise que cette rémunération a pour objet de "*conforter la présence des diffuseurs de presse dans les zones de forte chalandise*".

La Convention cadre précise que cette rémunération "*complète le niveau de rémunération de Spécialisation (Offre-Pressé) et de Performance Commerciale pour les diffuseurs situés dans ces endroits où les loyers et les charges d'exploitation sont statistiquement plus élevés que la moyenne nationale*".

La Convention cadre précise également que cette rémunération complète le niveau de rémunération de "*spécialisation "Offre-Presse"*" et de "*performance commerciale*" pour les diffuseurs situés dans ces endroits "*où les loyers et les charges d'exploitation sont statistiquement plus élevés que la moyenne nationale*".

Cette rémunération complémentaire relative à la situation d'implantation "*géo-commerciale*" est attribuée seulement aux diffuseurs bénéficiaires d'un complément de rémunération supérieur à zéro au titre de "*l'Offre-Presse*" et au titre de la "*performance commerciale*".

Cette rémunération complémentaire tient compte de la situation du point de vente dans une galerie commerciale ou dans une ville d'une aire urbaine.

Sont exclues de cette rémunération complémentaire les villes dans lesquelles les diffuseurs sont déjà rémunérés sur une base de 20 %, notamment par l'effet des dispositions du décret du 9 février 1988.

Sous réserve du respect des "*critères d'accès*" instaurés à la Convention cadre et du bénéfice d'un complément de rémunération liée au facteur de spécialisation "*Offre-Presse*" et d'un complément de rémunération liée au facteur de la "*performance commerciale*" :

tout magasin situé, soit à l'intérieur d'une ville comptant au moins 10.000 habitants et faisant partie d'une aire urbaine de plus de 50.000 habitants, soit dans la galerie commerçante d'un centre commercial où est installé un supermarché (surface de vente au détail supérieure à 400 m<sup>2</sup> et inférieure à 2500 m<sup>2</sup>), bénéficie d'une rémunération complémentaire de 1% sur son "*Chiffre d'Affaires Presse prix fort*" relatif aux publications distribuées par les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE.

tout magasin situé, dans une galerie commerçante d'un centre commercial où est installé un hypermarché (surface de vente au détail supérieure ou égale à 2500 m<sup>2</sup>), bénéficie d'une rémunération complémentaire de 3% sur son "*Chiffre d'Affaires Presse prix fort*" relatif aux publications distribuées par les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE.

La Convention cadre précise que ces critères ne sont pas cumulatifs et que le diffuseur bénéficie du critère le plus favorable.

La Convention cadre précise également que les points de vente "*presse*" intégrés dans l'enceinte de la surface de vente propre à un supermarché ou à un hypermarché sont exclus.

Le facteur de consolidation "*géo-commercial*" subordonnant à la Convention cadre une majoration des taux de commission des agents de la vente de la presse a pour objet selon ladite Convention cadre "*de conforter la présence des diffuseurs de presse dans les zones de forte chalandise*".

Les majorations des taux de commission des agents de la vente de la presse relevant du facteur de consolidation "*géo-commercial*" sont attribuées à la Convention cadre, aux "*diffuseurs situés dans ces endroits où les loyers et les charges d'exploitation sont statistiquement plus élevés que la moyenne nationale*".

Des dispositions de la Convention cadre, des précisions apportées par les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE par lettre du 9 janvier 2006, des explications apportées par les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE à l'Assemblée Générale du Conseil Supérieur des Messageries de Presse tenue le 2 février 2006 et à l'issue d'une quatrième résolution adoptée par ladite Assemblée Générale, le facteur de consolidation "géo-commercial" subordonnant une majoration des taux de commission des agents de la vente de la presse instaurée à ladite Convention cadre apparaît constituer un critère objectif, transparent, équitable et non discriminatoire, de nature à garantir le respect du principe de neutralité tel qu'il est défini à l'article 11 de la loi du 27 janvier 1987.

**Avis du Conseil Supérieur des Messageries de Presse sur la conformité de la Convention cadre aux dispositions du troisième alinéa de l'article 1<sup>er</sup> du décret du 25 novembre 2005**

Des critères subordonnant les majorations des taux de commissions des agents de la vente de la presse ci-avant évoqués, instaurés à la Convention cadre souscrite le 27 décembre 2005 entre les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE et onze diffuseurs de presse, des précisions et levées d'interprétation apportées par les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE, par lettre du 9 janvier 2006, des explications apportées par les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE à l'Assemblée Générale du Conseil Supérieur des Messageries de Presse tenue le 2 février 2006 et à l'issue d'une quatrième résolution adoptée par ladite Assemblée Générale :

les majorations des taux de commissions des agents de la vente instituées à la Convention cadre souscrite le 27 décembre 2005 entre les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE et onze diffuseurs de presse, apparaissent subordonnées à des critères objectifs, transparents, équitables et non discriminatoires, de nature à garantir le respect du principe de neutralité tel qu'il est défini à l'article 11 de la loi du 27 janvier 1987 et conformes aux dispositions du troisième alinéa de l'article 1<sup>er</sup> du décret n° 2005-1455 du 25 novembre 2005.

Il apparaît nécessaire que soit instaurée avec les représentants de la profession, une garantie des engagements souscrits par les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE à sa lettre du 9 janvier 2006 adressée au Conseil Supérieur des Messageries de Presse, suivant lesquels, la Convention cadre sera présentée à tous les diffuseurs de France Métropolitaine, Corse, DOM et Monaco ressortissant aux dispositions de l'alinéa 1 de l'article 2 du décret du 9 février 1988 et régulièrement inscrits sur le fichier des agents de la vente tenu par le Conseil Supérieur des Messageries de Presse (à l'exception des "marchands en terrasse") qui souhaiteront y souscrire et qui répondront aux critères instaurés à ladite Convention cadre.

## Périmètre de l'avis du Conseil Supérieur des Messageries de Presse

Le Conseil Supérieur des Messageries de Presse rappelle que le présent avis rendu dans le cadre de sa saisine en application de l'article 1<sup>er</sup> du décret n° 2005-1455 du 25 novembre 2005 modifiant l'article 7 du décret n° 88-136 du 9 février 1988, est exclusif à l'examen de la conformité des critères subordonnant les majorations des taux de commissions des agents de la vente prévues à la Convention cadre souscrite le 27 décembre 2005 entre les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE et onze diffuseurs de presse, avec les dispositions du troisième alinéa de l'article 1<sup>er</sup> du décret n° 2005-1455 du 25 novembre 2005 modifiant l'article 7 du décret n° 88-136 du 9 février 1988.

Le présent avis du Conseil Supérieur des Messageries de Presse, saisi en application de l'article 1<sup>er</sup> du décret n° 2005-1455 du 25 novembre 2005 modifiant l'article 7 du décret n° 88-136 du 9 février 1988, est exclusif de toutes autres dispositions et de toutes autres appréciations de la Convention cadre souscrite le 27 décembre 2005 entre les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE et onze diffuseurs de presse, sur lesquelles il ne revient pas au Conseil Supérieur des Messageries de Presse de se prononcer au présent avis, rendu en application des dispositions du cinquième alinéa de l'article 1<sup>er</sup> du décret n° 2005-1455 du 25 novembre 2005 modifiant l'article 7 du décret n° 88-136 du 9 février 1988.

Le présent avis du Conseil Supérieur des Messageries de Presse ne saurait donc préjuger de toute décision rendue ou à intervenir de toute Juridiction, de toute Institution, de toute Commission et/ou de tout Conseil saisi ou appelé à se prononcer sur la Convention cadre souscrite le 27 décembre 2005 entre les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE et onze diffuseurs de presse, notamment au regard de toutes dispositions législatives, réglementaires et/ou concurrentielles, nationales ou européennes.

Le 2 février 2006

Le Conseil Supérieur des Messageries de Presse  
Le Président

Bernard VILLENEUVE

**Pièces jointes au présent avis**

1. Convention cadre du 27 décembre 2005 souscrite entre les MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE et un diffuseur de presse
2. Lettre des MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE adressée au Conseil Supérieur des Messageries de Presse le 30 décembre 2005
3. Lettre du Conseil Supérieur des Messageries de Presse adressée aux MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE le 5 janvier 2006
4. Lettre des MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE adressée au Conseil Supérieur des Messageries de Presse le 9 janvier 2006
5. Lettre du Conseil Supérieur des Messageries de Presse adressée aux MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE le 18 janvier 2006