

CONSEIL SUPERIEUR  
DES MESSAGERIES DE PRESSE

**RAPPORT MORAL DU PRESIDENT DU CONSEIL  
SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE**

Présenté à l'Assemblée générale du 21 juillet 2011







## **I - LE CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE**

- L'évolution de la régulation du système de distribution de la presse et du Conseil Supérieur des Messageries de Presse (p.8)
- Le Bureau (p.30)
- La Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles (p.31)
- La Commission du Réseau (p.35)
- La Commission de Conciliation (p.46)
- La procédure de médiation (p.47)
- Le site Internet (p.49)
- Le fichier des agents de la vente (p.51)
- Les appels de contributions (p.52)

## **II - LES SOCIETES DE MESSAGERIES DE PRESSE**

- L'activité des sociétés de messageries de presse (p.54)
- Le contrôle de la comptabilité et de la documentation financière des Sociétés Coopératives de messageries de presse (p.54)
- La situation des sociétés de messageries de presse (p.55)

## **III - LE RESEAU DES AGENTS DE LA VENTE**

- L'évolution du réseau des agents de la vente en 2010 (p.62)
- La capillarité du réseau de vente (p.64)
- Le réseau des kiosques (p.66)
- La rémunération des diffuseurs de presse (p.69)
- L'assortiment des titres servis au point de vente (p.75)
- L'évolution législative concernant les publications destinées à la jeunesse (p.84)
- La contribution économique territoriale des diffuseurs de presse (p.86)
- La réforme du niveau 2 de la distribution (p.87)

## **IV - LES DONNEES SECTORIELLES**

- Les aides à la presse (p.104)
- La formation professionnelle (p.109)
- La distribution de la presse par voie postale (p.110)
- La distribution de la presse à l'export (p.111)

## **V - ANNEXE (Fichier des agents de la vente)**



La présentation du Rapport moral annuel procure l'occasion au Président du Conseil Supérieur des Messageries de Presse d'évoquer auprès de vous l'ensemble des questions liées à la distribution de la presse.

Cette année il permet de faire un point d'étape particulièrement important avant la mise en œuvre de la loi *relative à la régulation du système de distribution de la presse* adoptée en 1<sup>ère</sup> lecture par le Sénat le 5 mai 2011 et définitivement adoptée le 5 juillet 2011 par l'Assemblée nationale.

Il revient naturellement de façon très détaillée sur cette évolution législative majeure, qui a permis de moderniser la loi du 2 avril 1947 dans le respect de ses principes, auxquels la profession avait confirmé son attachement à l'occasion des Etats Généraux de la Presse Ecrite.

Il présente le dispositif de régulation du système de distribution de la presse mis en place par le législateur, après une concertation approfondie et dans un contexte de large consensus, tant professionnel que politique. Il souligne l'équilibre et la complémentarité ainsi trouvés entre une instance professionnelle rénovée, à la composition plus conforme aux enjeux actuels, aux missions précisées et complétées et une autorité administrative, composée de trois magistrats, appelée à donner force exécutoire aux décisions du Conseil Supérieur et à arbitrer les différends professionnels que celui-ci n'aurait pu préalablement concilier.

Il permet aussi de faire un point d'étape sur la mise en œuvre des recommandations restituées par le Livre vert à la suite des Etats Généraux de la Presse Ecrite lancés par le Président de la République, M. Nicolas SARKOZY.

Sa lecture permet de constater que l'appel lancé à la profession par les Etats Généraux de la Presse Ecrite a définitivement été entendu. Les acteurs de la distribution ont fait preuve de courage, de détermination et d'ambition. Ils sont passés aux actes pour faire évoluer le système de la vente au numéro.

La profession ayant été appelée à témoigner de sa capacité à s'auto-réformer dans le cadre du droit existant, depuis la clôture des Etats Généraux de la Presse Ecrite, votre Président et son Bureau se sont attachés à mettre en œuvre avec volontarisme, pragmatisme, détermination, les recommandations issues de la très large réflexion conduite par les participants aux Etats Généraux.

Le présent Rapport moral expose l'avancée des travaux conduits par le Conseil Supérieur, notamment pour réformer le niveau 2 de la distribution, favoriser la restructuration du réseau des dépositaires de presse, faire évoluer le mode de rémunération de ces derniers à travers l'introduction d'unités d'œuvre selon une nouvelle bonne pratique professionnelle, veiller à assurer la continuité territoriale de la distribution de la presse, pour réformer également la pratique professionnelle, afin de restaurer l'attractivité du métier de diffuseur de presse, à travers une nouvelle norme professionnelle d'assortiment des titres servis au point de vente.

Ce Rapport moral permet aussi de mesurer la pertinence des évolutions que nous avons mises en place au sein du Conseil Supérieur pour permettre à celui-ci d'être en mesure d'assurer une régulation plus efficace du système de distribution de la presse. Les travaux conduits durant l'année écoulée par nos différentes commissions depuis leur institution, Commission de Conciliation, Commission du Réseau, Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles, témoignent du bien fondé de la réforme de nos modes de fonctionnement. Ces évolutions ont été accueillies favorablement par la profession et soulignées par les pouvoirs publics, lesquels s'en sont félicités. Elles permettent aujourd'hui au Conseil Supérieur de disposer d'une base solide pour conduire les nouvelles évolutions que la loi du 5 juillet 2011 imposera d'engager pour permettre à votre Conseil de mener à bien les nouvelles missions que le législateur lui a confiées.

Je salue cette année encore la forte mobilisation des acteurs de la distribution témoignée autour de leur Conseil Supérieur. Celle-ci était d'autant plus indispensable que les réformes sont devenues plus nécessaires et urgentes encore avec la poursuite de la baisse de la vente au numéro qui frappe durement notre profession dans toutes ses composantes.

Ce Rapport moral rend également compte des importantes réformes engagées ces derniers mois par les Sociétés Coopératives de messageries de presse pour faire face aux graves difficultés qu'elles rencontrent et qui seraient susceptibles d'avoir immédiatement des répercussions irréversibles sur l'ensemble des acteurs de la chaîne de distribution.

Si notre mobilisation, engagée début 2009, a ainsi permis de mettre en œuvre des réformes essentielles, il nous appartient cependant de poursuivre ensemble et sans relâche nos efforts pour prolonger la réforme de notre système de distribution. Nous serons notamment conduits à le faire à travers les nouvelles attributions confiées au Conseil Supérieur par le législateur.

Les éditeurs nous invitent à ce mouvement. C'est en ce sens, qu'à travers leurs organisations professionnelles, ils ont renouvelé encore récemment, leur démarche commune et unifiée, pour que soient poursuivies et menées à bien par le Conseil Supérieur les réformes urgentes et nécessaires à l'évolution du système de distribution de la presse.

Bien entendu, la présentation du Rapport moral annuel me fournit aussi l'occasion de dresser un rapide et plus large bilan de l'activité de notre profession au cours de l'année écoulée.







## **I - LE CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE**

- **L'évolution de la régulation du système de distribution de la presse et du Conseil Supérieur des Messageries de Presse**
- **Le Bureau**
- **La Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles**
- **La Commission du Réseau**
- **La Commission de Conciliation**
- **La procédure de médiation**
- **Le site Internet**
- **Le fichier des agents de la vente**
- **Les appels de contributions**

## I - LE CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

### L'évolution de la régulation du système de distribution de la presse et du Conseil Supérieur des Messageries de Presse

#### *Les principes fondamentaux*

Principes constitutionnels, la liberté de la presse et de sa distribution, ont été rendues effectives par la loi du 2 avril 1947 qui proclame que "*La diffusion de la presse imprimée est libre*" et qui confère aux éditeurs la maîtrise de la distribution de leurs journaux et publications dans le cadre de règles démocratiques, égalitaires et impartiales.

La loi organise la distribution de la presse en conférant à tout éditeur la liberté d'assurer lui-même la distribution de ses propres journaux et publications par les moyens qu'il juge les mieux appropriés. Lorsqu'un éditeur décide de se grouper avec d'autres éditeurs, le groupage et la distribution de leurs journaux et publications doivent être assurés par des Sociétés Coopératives de messageries de presse. Celles-ci peuvent assurer elles-mêmes la fonction de messageries, en assumant, par leurs propres moyens, le groupage et la distribution des titres de leurs adhérents. Elles peuvent aussi confier l'exécution de ces opérations matérielles à des entreprises commerciales, en s'assurant une participation majoritaire dans leur direction, leur garantissant l'impartialité de cette gestion et la surveillance de leurs comptabilités.

La même loi a institué, en son Titre II, le Conseil Supérieur des Messageries de Presse comme l'autorité garante du pluralisme de la presse, de l'impartialité de sa distribution et du respect de ses principes. Elle lui a confié les missions particulières de contrôler la comptabilité des sociétés de messageries de presse, de veiller au respect de leur caractère coopératif, de coordonner l'emploi des moyens de transport à longue distance utilisés par les Sociétés Coopératives de messageries de presse et la mission générale de faciliter l'application de la loi.

Le Conseil Supérieur exprime son autorité auprès des éditeurs, des Sociétés Coopératives de messageries de presse, des sociétés commerciales de messageries de presse, des agents de la vente de la presse, dépositaires et diffuseurs de presse, et des pouvoirs publics, par un mode d'expression consensuel. Ainsi, le Conseil Supérieur exerce une fonction normative, instaure des usages professionnels et accompagne les éditeurs dans la mise en œuvre des adaptations constantes de la distribution de la presse imposées par les contraintes économiques et les développements techniques.

La loi n'ayant toutefois pas conféré au Conseil Supérieur des pouvoirs de régulation de manière explicite, cette approche consensuelle dans les évolutions s'est trouvée contrariée, voire empêchée, par l'irruption de rapports concurrentiels entre les sociétés de messageries de presse.

Les éditeurs de journaux et publications périodiques, par la voix de leurs organisations professionnelles, ont encouragé l'établissement d'une telle

concurrence. Celle-ci a eu pour conséquence certes de faire baisser les coûts de distribution, mais aussi de placer dans un contexte conflictuel la coexistence des deux sociétés de messageries de presse se partageant un même réseau de dépositaires et de diffuseurs de presse et des systèmes d'informations communs.



### ***Les Etats Généraux de la Presse Ecrite***

Les Etats Généraux de la Presse Ecrite lancés par le Président de la République ont mis en avant la nécessité et l'urgence d'évolutions dans le système de distribution de la presse et de son efficace régulation. Rappelant l'indispensable maintien du pluralisme de la presse et de l'impartialité de sa distribution, les Etats Généraux ont confirmé que la loi Bichet devait être conservée et que les évolutions nécessaires devaient être réalisées dans le respect de ses principes.

Par suite, les propositions pour une réforme du Conseil Supérieur des Messageries de Presse formulées par le président de l'Autorité de la concurrence dans son rapport au Président de la République ont préconisé sa transformation en une autorité administrative indépendante collégiale, aux missions renforcées, les éditeurs ne jouant qu'un rôle consultatif dans le cadre de commissions techniques, modifiant ainsi les principes essentiels établis au Titre I<sup>er</sup> de la loi Bichet selon lesquels la liberté de la presse impose la maîtrise de sa distribution par les éditeurs.

Cependant, dès l'issue des Etats Généraux de la Presse Ecrite, le Conseil Supérieur s'était attaché, par une série de réformes structurelles, à mettre en œuvre les recommandations restituées par le Livre vert : constitution d'une Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles, d'une Commission de Conciliation, de la Commission du Réseau et adoption de leurs règles de fonctionnement. Le Conseil Supérieur a aussi engagé la réforme du niveau 2 de la distribution : adoption d'un Schéma directeur du réseau de niveau 2 ; d'une méthodologie d'évaluation de l'activité de dépositaire proposée par le cabinet Ricol-Lasteyrie ; évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse. Le Conseil Supérieur a enfin répondu aux demandes des pouvoirs publics, des éditeurs et des diffuseurs de presse touchant à la réforme du niveau 3 de la distribution par l'adoption d'une norme professionnelle relative à l'assortiment des journaux et publications servis au point de vente.

Pour leur part, c'est à travers leurs organisations professionnelles, le Syndicat de la presse quotidienne nationale (SPQN), le Syndicat de la presse magazine & d'information (SPMI - devenu SPM), le Syndicat professionnel de la presse magazine et d'opinion (SPPMO), la Fédération nationale de la presse spécialisée (FNPS) et le Syndicat de la presse quotidienne régionale (SPQR), que les éditeurs ont entrepris, à l'été 2010, une démarche commune et unifiée auprès des pouvoirs publics pour exprimer leurs attentes sur l'évolution du Conseil Supérieur.

Prenant en compte le souhait de maintenir le cadre législatif actuel, notamment le Titre I<sup>er</sup> de la loi du 2 avril 1947 qui confère aux éditeurs la maîtrise de la distribution de leurs journaux et publications, ces attentes résident dans un renforcement du rôle et des missions du Conseil Supérieur et dans une évolution permettant de favoriser

l'autonomie de ses décisions et donc une plus grande rapidité d'exécution, avec des garanties d'indépendance.

Cette évolution doit s'inscrire dans le respect de la liberté de la presse, qui constitue un principe constitutionnel né de l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789 et de ses corollaires consacrés par la loi du 29 juillet 1881, qui institue la liberté de l'imprimerie et de la librairie, et par la loi du 2 avril 1947, qui institue la liberté de la diffusion de la presse et confie aux éditeurs la maîtrise de la distribution de leurs journaux et publications.

C'est dans ce sens que la constitution d'une autorité administrative indépendante, ayant des missions bien définies et complémentaires, agissant aux côtés du Conseil Supérieur a été utilement envisagée par la profession, ce que le Président du Conseil Supérieur précisait à son Rapport moral présenté à l'Assemblée générale du 10 juin 2011.

Le Président du Conseil Supérieur a précisé aussi que pour assurer le fonctionnement harmonieux de la distribution de la presse, le Conseil Supérieur devait élaborer, en concertation avec les différents acteurs, les recommandations, normes et bonnes pratiques professionnelles, les adopter, définir les conditions de leur mise en œuvre, s'assurer des évolutions nécessaires, favoriser le règlement des conflits entre les différents acteurs de la distribution de la presse en vente au numéro.



### ***La proposition de loi présentée devant le Sénat***

L'intervention du législateur pouvant seule permettre ces évolutions nécessaires de nature à assurer une efficace régulation du système de distribution de la presse, la proposition de loi *relative à la régulation du système de la distribution de la presse* présentée par le Président de la Commission de la Culture, de l'Éducation et de la Communication du Sénat, M. Jacques LEGENDRE, est venue inscrire dans le respect des principes posés par le cadre législatif actuel une évolution déterminante de la régulation du système de la distribution de la presse.

Le Président et le Directeur du Conseil Supérieur, auditionnés par le rapporteur de la proposition de loi, M. le Sénateur David ASSOULINE, ont rappelé les attentes de la profession.

Le Président et le Directeur du Conseil Supérieur ont fait connaître leurs analyses techniques sur certaines dispositions de la proposition de loi. Ils ont nourri une relation continue avec le Président de la Commission, le Rapporteur du texte et les administrateurs de la Commission du Sénat, comme avec le Directeur général et les services de la Direction Générale des Médias et des Industries Culturelles.

Ainsi, pour une meilleure efficacité de certaines dispositions de la proposition de loi, le Président a fait valoir que l'Article 3 - alinéa 5 ainsi rédigé :

*« 3° Deux représentants des entreprises commerciales concourant à la distribution de la presse sur proposition des organisations professionnelles les plus représentatives ou, à défaut, d'une assemblée générale de ces entreprises »*

avait pour objet de prévoir une représentation des sociétés de messageries de presse concourant aux opérations matérielles de distribution de la presse quelle que soit leur forme (relevant de l'article 2 ou de l'article 4 de la loi).

L'usage avait voulu qu'au titre de cette représentation, le directeur général des NMPP, devenues Presstalis, siège au Conseil Supérieur. Cependant, depuis que les MLP réalisent des opérations matérielles de distribution de la presse, leur directeur n'avait pu siéger au Conseil Supérieur, la société de messageries n'étant pas une entreprise commerciale et un seul représentant était prévu par la loi. La disposition visée par la proposition de loi devait donc permettre cette représentation.

Le Président a donc suggéré la rédaction suivante de l'Article 3 - alinéa 5 :

*« 3° Deux représentants des entreprises de messageries de presse concourant aux opérations matérielles de distribution de la presse sur proposition des organisations professionnelles les plus représentatives ou, à défaut, d'une assemblée générale de ces entreprises »*

Le Président a fait valoir au titre de l'Article 3 - alinéa 9 ainsi rédigé :

*« Les membres du Conseil Supérieur des messageries de presse sont nommés pour quatre ans et leur mandat est renouvelable une fois »*

que le Conseil Supérieur étant une instance professionnelle dont les membres sont désignés sur proposition des organisations professionnelles, il n'apparaissait pas qu'une limitation dans le renouvellement de leur mandat soit adaptée. En effet, l'engagement dans les organisations professionnelles peut aller couramment au-delà des huit années prévues et, dès lors, le risque est grand de voir des présidents ou administrateurs desdites organisations ne plus pouvoir occuper les sièges du Conseil Supérieur qui relèvent de leur mandat. Si un syndicat professionnel réélit le même président pendant de nombreuses années, pourquoi faudrait-il que ce dernier cesse de pouvoir participer aux travaux du Conseil Supérieur des Messageries de Presse au bout de deux mandats de quatre ans ?

Le Président a donc suggéré la rédaction suivante de l'Article 3 - alinéa 9 :

*« Les membres du Conseil supérieur des messageries de presse sont nommés pour quatre ans, leur mandat est renouvelable »*

Cette suggestion conduisait à modifier l'article 3 - alinéa 13 :

*« En cas de vacance d'un siège d'un membre du Conseil pour quelque cause que ce soit, il est procédé à son remplacement pour la durée du mandat restant à courir. Un mandat exercé pendant une durée inférieure à deux ans n'est pas pris en compte pour l'application de la règle de renouvellement du mandat »*

par les dispositions suivantes :

« En cas de vacance d'un siège d'un membre du Conseil pour quelque cause que ce soit, il est procédé à son remplacement pour la durée du mandat restant à courir. »

Le Président a fait valoir que l'Article 3 - alinéa 14 ainsi rédigé :

*« Pour l'exercice de ses attributions, le Conseil Supérieur des messageries de presse peut constituer en son sein des commissions spécialisées en s'appuyant, le cas échéant, sur le concours d'experts. »*

pourrait impliquer que les commissions spécialisées ne soient constituées que par les seuls membres du Conseil Supérieur. Ceci emporte une double impossibilité. En termes de disponibilité, les membres du Conseil Supérieur ne peuvent suivre les importants travaux des diverses commissions spécialisées dévoreuses de temps. En termes de compétence, ces diverses commissions spécialisées font appel au savoir et à l'expérience professionnelle de techniciens (directeurs de vente, directeurs de diffusion directeurs financiers, etc.) qui ne seront sans aucun doute pas les membres du Conseil Supérieur qui seront présentés et nommés. Il était donc important que les commissions spécialisées du Conseil Supérieur puissent être composées d'autres personnalités que ses seuls membres.

Le Président a donc suggéré la rédaction suivante de l'Article 3 - alinéa 14 :

« Pour l'exercice de ses attributions, le Conseil Supérieur des messageries de presse peut constituer des commissions spécialisées en s'appuyant, le cas échéant, sur le concours d'experts »

Le Président a fait valoir au titre de l'Article 4 - alinéa 12 ainsi rédigé :

*« Art. 18-2. - Le Conseil Supérieur des messageries de presse et l'Autorité de régulation de la distribution de la presse ne peuvent délibérer que si au moins la moitié de leurs membres respectifs sont présents »*

que les règles de quorum ainsi posées pouvaient sembler contraignantes pour le Conseil Supérieur, au regard du rythme des décisions qu'il sera appelé à prendre et par ailleurs peu adaptées à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse composée de trois membres.

Le Président a donc suggéré la rédaction suivante de l'Article 4 - alinéa 12 :

« Art. 18-2.- Le Conseil Supérieur des messageries de presse ne peut délibérer que si au moins la moitié de ses membres sont présents ou représentés par un autre membre. L'Autorité de régulation de la distribution de la presse ne peut délibérer que si au moins deux de ses membres sont présents. »

Le Président a fait valoir au titre de l'Article 4 - alinéa 28 ainsi rédigé :

*« 6° Décide, selon des critères objectifs et non discriminatoires définis dans un cahier des charges, de l'implantation des points de vente de presse, des nominations et des mutations de dépositaires centraux de presse avec ou sans modification de la zone de chalandise »*

qu'il apparaissait indispensable de préciser que le Conseil Supérieur exerce cette mission à travers une commission spécialisée composée d'éditeurs, en respect du principe de la maîtrise de la distribution de leurs titres par ces derniers, qui leur est conférée par la loi du 2 avril 1947.

Le Président a donc suggéré la rédaction suivante de l'Article 4 - alinéa 28 :

*« 6° Décide, selon des critères objectifs et non discriminatoires définis dans un cahier des charges, à travers une commission spécialisée composée d'éditeurs, de l'implantation des points de vente de presse, des nominations et des mutations de dépositaires centraux de presse avec ou sans modification de la zone de chalandise »*

Le Président a fait valoir au titre de l'Article 4 - alinéa 35 ainsi rédigé :

*« 13° Définit, après consultation des organisations professionnelles représentatives des agents de la vente de presse, les bonnes pratiques professionnelles de la distribution de la presse vendue au numéro »*

que les bonnes pratiques professionnelles de la distribution de la presse vendue au numéro intéressent tous les acteurs de la distribution de la presse. Aussi, les consultations ne pouvaient se limiter aux seules organisations professionnelles représentatives des agents de la vente de presse. Elles devaient être étendues à l'ensemble des acteurs de la distribution de la presse.

Le Président a donc suggéré la rédaction suivante de l'Article 4 - alinéa 35 :

*« 13° Définit, après consultation des acteurs de la distribution de la presse et notamment des organisations professionnelles représentatives des agents de la vente de presse, les bonnes pratiques professionnelles de la distribution de la presse vendue au numéro »*

Le Président a fait valoir au titre de l'Article 4 - alinéa 45 ainsi rédigé :

*« Art. 18-11. - I - Si la procédure de conciliation n'a pas abouti à un règlement amiable dans un délai de deux mois, le différend peut être soumis par l'une ou l'autre des parties à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse ou à la juridiction compétente. À défaut de saisine par les parties, le Conseil Supérieur des messageries de presse peut saisir l'Autorité de régulation de la distribution de la presse »*

qu'il paraissait nécessaire de fixer un délai (par exemple de deux mois) aux parties pour soumettre le différend à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse ou à la juridiction compétente, passé lequel le Président du Conseil Supérieur des messageries de presse (et non le Conseil Supérieur des messageries de presse, pour une

question de délai) pourrait alors saisir l'Autorité de régulation de la distribution de la presse.

Le Président a donc suggéré la rédaction suivante de l'Article 4 - alinéa 45 :

« Art. 18-11. - I - Si la procédure de conciliation n'a pas abouti à un règlement amiable dans un délai de deux mois, le différend peut être soumis par l'une ou l'autre des parties à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse ou à la juridiction compétente. À défaut de saisine par les parties de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse ou d'une juridiction à l'issue d'un délai de deux mois à compter de l'échec de la procédure de conciliation, le Président du Conseil Supérieur des messageries de presse peut saisir l'Autorité de régulation de la distribution de la presse »

Le Président a fait valoir au titre de l'Article 4 - alinéa 54 ainsi rédigé :

*« Art. 18-12. - Les décisions prises par le Conseil Supérieur des messageries de presse en application des 1°, 2°, 3°, 4°, 5°, 9° et 13° de l'article 18-6 de la présente loi et auxquelles il souhaite voir conférer un caractère exécutoire sont transmises avec un rapport de présentation au président de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse »*

qu'il serait opportun de prévoir que cette faculté de conférer un caractère exécutoire aux décisions prises par le Conseil Supérieur soit étendue aux décisions prises dans le cadre de l'exercice de sa mission générale visant à assurer le bon fonctionnement du système coopératif et du réseau de distribution de la presse.

Le Président a donc suggéré la rédaction suivante de l'Article 4 - alinéa 54 :

« Art. 18-12. - Les décisions prises par le Conseil supérieur des messageries de presse dans le cadre de l'exercice de sa mission générale visant à assurer le bon fonctionnement du système coopératif et du réseau de distribution de la presse, ou en application des 1°, 2°, 3°, 4°, 5°, 9 ° et 13° de l'article 18-6 de la présente loi et auxquelles il souhaite voir conférer un caractère exécutoire sont transmises avec un rapport de présentation au président de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse »

Le Président a fait valoir au titre de l'Article 4 - alinéa 56 ainsi rédigé :

*« Dans le cas contraire, le président du Conseil Supérieur des messageries de presse dispose d'un délai de quinze jours pour présenter ses observations. Dans les quinze jours suivant leur réception, l'Autorité peut rendre exécutoires les décisions ou demander au Conseil Supérieur des messageries de presse une nouvelle délibération »*

qu'afin d'éviter toute paralysie entre l'instance professionnelle et de l'autorité administrative, il serait souhaitable, qu'à l'issue du deuxième délai de quinze jours, l'Autorité de régulation de la distribution de la presse "rende" exécutoires les décisions ou "demande" au Conseil Supérieur une nouvelle délibération. Il pourrait être aussi prévu, à l'image de l'alinéa qui précède ces dispositions, que la décision

du Conseil Supérieur devienne exécutoire à défaut d'opposition de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse. De même, il semblait opportun de prévoir la possibilité, sur proposition du président du Conseil Supérieur des messageries de presse, de ne rendre exécutoires que certaines dispositions de la décision soumise.

Le Président a donc suggéré la rédaction suivante de l'Article 4 - alinéa 56 :

« Lorsque l'Autorité formule des objections dans le délai d'un mois défini au précédent alinéa, le président du Conseil Supérieur des messageries de presse dispose d'un délai de quinze jours à compter de leur réception pour présenter ses observations. Dans les quinze jours suivant leur réception, l'Autorité décide s'il y a lieu de rendre la décision exécutoire ou demande au Conseil Supérieur des messageries de presse une nouvelle délibération. L'absence de décision expresse de l'Autorité dans ce délai de quinze jours vaut absence d'opposition à ce que la décision devienne exécutoire. Sur proposition du président du Conseil Supérieur des messageries de presse, l'Autorité peut ne rendre exécutoires que certaines des dispositions de la décision qui lui est soumise »

Le Président a fait valoir au titre de l'Article 4 - alinéa 57 ainsi rédigé :

*« Les recours contre les décisions de portée générale rendues exécutoires par l'Autorité de régulation de la distribution de la presse sont formés devant le Conseil d'État dans les conditions prévues par le code de justice administrative »*

qu'il paraissait souhaitable de confier à la juridiction judiciaire de tels recours dès lors que tous les autres contentieux relatifs à la distribution de la presse relèvent de la juridiction judiciaire (et notamment les contentieux entre opérateurs portant sur l'exécution des décisions du Conseil Supérieur des messageries de presse). Il était important d'unifier le contentieux des actes relatifs à l'organisation de la distribution de la presse et de le confier au seul juge judiciaire.

A ce propos, le Président a rappelé que le Conseil Constitutionnel considère que *« Lorsque l'application d'une législation ou d'une réglementation spécifique pourrait engendrer des contestations contentieuses diverses qui se répartiraient, selon les règles habituelles de compétence, entre la juridiction administrative et la juridiction judiciaire, il est loisible au législateur, dans l'intérêt d'une bonne administration de la justice, d'unifier les règles de compétence au sein de l'ordre juridictionnel principalement intéressé. Une telle unification peut être opérée tant en fonction de l'autorité dont les décisions sont contestées, qu'au regard de la matière concernée. Cet aménagement précis et limité des règles de compétence juridictionnelle peut être justifié par les nécessités d'une bonne administration de la justice. »* (Décision 96-378 DC, 23 juillet 1996)

En l'espèce, il convenait de confier au même ordre juridictionnel l'ensemble des contentieux portant sur l'organisation de la distribution de la presse, qu'il s'agisse de différends entre les acteurs du système de distribution (diffuseurs, messageries, éditeurs de presse) ou de différends opposant certains acteurs (ou leurs syndicats professionnels) aux décisions du Conseil Supérieur. Dans tous les cas, l'objet de ces différends est l'application des principes et règles tendant à garantir que la distribution des titres de

presse s'effectuait dans les conditions respectant le pluralisme de la presse et assurant la liberté et l'impartialité de la distribution des titres de presse.

Il serait ainsi opportun et conforme à une bonne administration de la justice que la contestation des décisions exécutoires du Conseil Supérieur soit portée devant le juge judiciaire comme tous les autres contentieux relatifs à la distribution de la presse.

Le Président a donc suggéré la rédaction suivante de l'Article 4 - alinéa 57 :

« Les recours contre les décisions de portée générale rendues exécutoires par l'Autorité de régulation de la distribution de la presse sont portées devant la Cour d'appel de Paris dans des conditions fixées par décret en Conseil d'Etat »

Le Président a fait valoir au titre de l'Article 4 - alinéa 58 ainsi rédigé :

*« Art. 18-13. - En cas de manquement constaté aux obligations résultant des décisions visées à l'article 18-12 de la présente loi, le président de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse peut saisir le juge afin qu'il soit ordonné à la personne qui en est responsable de se conformer à ses obligations, de mettre fin aux manquements et d'en supprimer les effets »*

qu'il serait souhaitable que le président du Conseil Supérieur dispose d'une prérogative identique à celle reconnue au président de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse.

Le Président a donc suggéré la rédaction suivante de l'Article 4 - alinéa 58 :

« Art. 18-13. - En cas de manquement constaté aux obligations résultant des décisions visées à l'article 18-12 de la présente loi, le président de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse ou le président du Conseil Supérieur des messageries de presse peut saisir le juge afin qu'il soit ordonné à la personne qui en est responsable de se conformer à ses obligations, de mettre fin aux manquements et d'en supprimer les effets »

Le Président a fait valoir au titre de l'Article 4 - alinéa 59 ainsi rédigé :

*« La demande est portée devant le président de la section du contentieux du Conseil d'Etat qui statue en référé et dont la décision est immédiatement exécutoire. Il peut prendre, même d'office, toute mesure conservatoire et prononcer une astreinte pour s'assurer de l'exécution de son ordonnance »*

que pour la raison déjà exposée concernant l'Article 4 - alinéa 57, il semblait opportun de modifier l'article 18-13 de telle sorte que la demande du président de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse visant à faire respecter une décision exécutoire du Conseil Supérieur soit portée devant le Premier Président de la Cour d'appel de Paris, plutôt que devant le Président de la Section du contentieux du Conseil d'Etat.

Le Président a donc suggéré la rédaction suivante de l'Article 4 - alinéa 59 :

« La demande est portée devant le Premier Président de la Cour d'appel de Paris qui statue en référé et dont la décision est immédiatement exécutoire. Il peut prendre, même d'office, toute mesure conservatoire et prononcer une astreinte pour s'assurer de l'exécution de son ordonnance »



Il est par ailleurs apparu que des amendements significatifs à la proposition de loi étaient envisagés, dont certains remettaient fondamentalement en cause l'équilibre souhaité par les éditeurs et d'autres compliquaient l'exercice des missions du Conseil Supérieur.

Ces amendements auraient eu pour conséquence que la maîtrise du système de distribution de la presse ne relevait plus des éditeurs, mais de l'autorité administrative.

A travers leurs organisations professionnelles et aux côtés du Président du Conseil Supérieur, les éditeurs ont dès lors entrepris une nouvelle démarche commune et unifiée auprès du Président de la Commission de la Culture, de l'Education et de la Communication du Sénat, M. Jacques LEGENDRE pour exprimer leurs attentes et rappeler l'accord équilibré, patiemment recherché et trouvé entre les pouvoirs publics et les éditeurs, sur la réforme de la régulation du système de distribution de la presse.

Cette démarche commune et unifiée des organisations professionnelles a été entendue.

Ainsi, à l'occasion des débats tenus devant le Sénat, il est apparu que les éditeurs trouvaient dans le texte adopté par le Sénat en première lecture le 5 mai 2011, une traduction satisfaisante des éléments essentiels de l'accord équilibré qu'ils avaient patiemment recherchés et trouvés avec les pouvoirs publics à la suite de leur démarche entreprise à l'été 2010.



Les travaux de la Commission de la Culture, de l'Education et de la Communication du Sénat ont été nourris des auditions réalisées par le Rapporteur, qui a notamment entendu des représentants des organisations professionnelles représentatives des éditeurs, des dépositaires de presse et des diffuseurs de presse et des personnels occupés dans les entreprises de messageries de presse. Auparavant, la Commission avait eu l'occasion d'entendre les sociétés de messageries de presse, lors de deux auditions organisées les 16 février 2011, pour les MLP, et 2 mars 2011, pour Presstalis.

Lors de sa séance du 27 avril 2011, la Commission de la Culture, de l'Education et de la Communication du Sénat a examiné la proposition de loi présentée par M. Jacques LEGENDRE. Dans son Rapport fait au nom de la Commission, M. David ASSOULINE a notamment souligné : « *Votre Commission a souhaité consacrer le respect des principes de solidarité coopérative et des équilibres économiques du*

*système collectif de distribution de la presse comme l'un des objectifs fondamentaux de la régulation sectorielle assurée par le Conseil Supérieur et l'Autorité de régulation de la distribution de la presse.* » La Commission de la Culture, de l'Education et de la Communication a amendé le texte initial. C'est donc le texte issu des travaux de la Commission qui a été soumis à l'examen de la Séance publique.

Lors de la Séance publique du 5 mai 2011, le Sénat après y avoir apporté de nouveaux amendements a adopté le texte de la proposition de loi, lequel a été transmis à l'Assemblée nationale.



### **La loi adoptée par l'Assemblée nationale**

A la suite de la transmission à l'Assemblée nationale du texte voté par le Sénat, le Président du Conseil Supérieur est intervenu auprès de la Présidente de la Commission des affaires culturelles et de l'éducation de l'Assemblée nationale, Mme Michèle TABAROT, des Vice-présidents MM. Michel HERBILLON et Christian KERT. Par ses courriers du 30 mai 2011, le Président du Conseil Supérieur a voulu souligner toute l'importance que la profession portait à l'examen de ce texte par l'Assemblée nationale dans les délais les plus rapides, au regard du contexte professionnel. Le Président du Conseil Supérieur a également rencontré à ce propos M. le Député Patrice MARTIN LALANDE, Rapporteur spécial au nom de la Commission des finances pour la mission *Médias* de la loi de finances.

Le Président du Conseil Supérieur est également intervenu conjointement avec les éditeurs représentant les cinq organisations professionnelles qui siègent à ses côtés au sein du Bureau du Conseil Supérieur, auprès du Président de l'Assemblée nationale, M. Bernard ACCOYER, auprès du Ministre chargé des relations avec le Parlement, M. Patrick OLLIER et auprès de M. le Député Christian JACOB, Président du groupe *Union pour un Mouvement Populaire (UMP)*, par lettres du 17 juin 2011. Par ces courriers, les éditeurs, ayant appris très récemment qu'une inscription aux ordres du jour de la Commission des affaires culturelles et de l'éducation et de la Séance publique se précisait pour la fin du mois de juin et les tous premiers jours du mois de juillet, tenaient à confirmer tout le prix qu'ils attachaient à l'examen de la proposition de loi *relative à la régulation du système de la distribution de la presse* dans le cadre envisagé de la session extraordinaire. Par leurs signatures conjointes, les éditeurs de toutes les formes de presse, représentant le pluralisme de la presse française, voulaient une nouvelle fois témoigner du large consensus les réunissant sur ce sujet important pour le devenir de leur système de distribution.



Durant l'examen de la proposition de loi par l'Assemblée nationale, le Président et le Directeur du Conseil Supérieur ont pu, comme à l'occasion de son examen par le Sénat, entretenir une relation suivie avec la Présidente de la Commission, le Rapporteur du texte et les administrateurs de la Commission de l'Assemblée nationale. Il en a été de même avec le Directeur général et les services de la Direction Générale des Médias et des Industries Culturelles.

Le Président du Conseil Supérieur a notamment communiqué à la Présidente de la Commission et au Rapporteur du texte, M. Jean-Christophe BAGUET une contribution destinée à faire connaître aux députés sa vision de l'évolution de la régulation du système de distribution.

Le Président du Conseil Supérieur a relevé que le texte adopté par le Sénat emportait une large adhésion de la profession. Il prévoit la création d'une autorité administrative, souhaitée par les pouvoirs publics et acceptée par la profession, dès lors que celle-ci ne fait pas obstacle à la maîtrise du système de distribution de la presse conférée aux éditeurs par la loi du 2 avril 1947 à travers un renforcement du rôle du Conseil Supérieur, instance professionnelle. Il repose sur une complémentarité des missions entre deux instances placées sur un même rang.

Dans ce sens, le texte prévoit que le bon fonctionnement du système coopératif et du réseau de distribution de la presse reste de la compétence de l'instance professionnelle, l'autorité administrative étant quant à elle appelée à intervenir dans deux champs de compétence clairement définis : donner force exécutoire aux décisions du Conseil Supérieur et arbitrer les différends qui n'auraient pas été réglés amiablement par ce dernier. Dès lors, l'autorité administrative trouve naturellement sa place aux côtés du Conseil Supérieur des Messageries de Presse.

La proposition de loi adoptée par le Sénat confère au Conseil Supérieur un statut d'instance professionnelle clairement défini.

L'évolution de sa composition clarifie son rôle d'instance professionnelle et sa relation avec les pouvoirs publics. Le retrait des transporteurs dont la qualité de membre ne se justifiait plus au fil des évolutions rencontrées apparaît légitime. La représentation des diffuseurs de presse, acteurs déterminants de la vente au numéro de la presse, est une indispensable actualisation qui vient prendre en compte les évolutions observées dans la distribution (différenciation des missions des agents de la vente dépositaires et diffuseurs). La prédominance des éditeurs au sein du Conseil Supérieur et sa présidence confiée à l'un d'eux s'inscrivent dans le strict respect du Titre I<sup>er</sup> de la loi.

Le renforcement et l'élargissement des missions du Conseil Supérieur s'avèrent indispensables pour permettre une efficace régulation du système de distribution de la presse. La mission générale visée par la loi de "faciliter" son application, qui a constitué un avantage dans un cadre consensuel, n'est plus adaptée aux missions d'une instance de régulation veillant sur un secteur confronté aux lois de la concurrence. Les missions du Conseil Supérieur doivent donc être complétées et précisées pour prendre en compte les besoins de la profession et y répondre.

Dans la situation de devoir décider d'importantes réformes du système de distribution, dont certaines de portée exécutoire, la profession tirera profit de la création d'une autorité administrative indépendante ayant pour mission de rendre exécutoire les décisions de nature normative du Conseil Supérieur.

La composition de l'autorité administrative fondée sur un collège de trois magistrats s'inscrit dans les missions qui lui sont confiées.

Le traitement amiable par le Conseil Supérieur des différends survenant entre les acteurs du système de distribution, avant tout contentieux, répond à un souhait exprimé par la profession. Il en est aussi de la mission d'arbitrage confiée en second ressort à l'autorité administrative.



Auditionné par la Commission des affaires culturelles et de l'éducation de l'Assemblée nationale le 21 juin 2011, le Président du Conseil Supérieur a été amené à exprimer son soutien global à la proposition de loi relative à la régulation du système de distribution de la presse, votée en première lecture au Sénat.

Le Président du Conseil Supérieur a précisé qu'après le vote du Sénat, si la proposition de loi devait être améliorée, il semblait que cela pouvait porter sur deux points. D'une part, l'avis formulé par l'autorité administrative sur l'évolution des conditions tarifaires des Sociétés Coopératives de messageries de presse pourrait être perçu comme une limitation de la souveraineté des Sociétés Coopératives alors que l'article 12 du Titre I de la loi soumet les barèmes à l'approbation de leurs assemblées générales. D'autre part, la consultation publique préalable aux décisions du Conseil Supérieur ayant une incidence importante sur le marché de la distribution de la presse pouvait apparaître comme susceptible d'entraîner un retard dans la mise en œuvre de ces mesures nécessaires à la profession lesquelles relèvent exclusivement d'un cadre professionnel et sont issues d'un processus associant déjà largement les acteurs de la distribution.

Le Président du Conseil Supérieur a toutefois insisté sur l'ardente nécessité à réformer sans retard le système de régulation de la distribution de la presse.



Une table ronde ouverte à la presse, a permis à la Commission des affaires culturelles et de l'éducation de l'Assemblée nationale d'entendre, dans sa séance du 21 juin 2011, le Conseil Supérieur et les sociétés de messageries de presse Presstalis et MLP (cf.supra). Au-delà de cette table ronde, les travaux de la Commission ont été nourris des auditions réalisées par le Rapporteur, qui a notamment entendu des représentants des organisations professionnelles représentatives des éditeurs, des dépositaires de presse et des diffuseurs de presse et des personnels occupés dans les entreprises de messageries de presse.

Lors de sa séance du 29 juin 2011, la Commission des affaires culturelles et de l'éducation de l'Assemblée nationale a examiné la proposition de loi adoptée par le Sénat. Dans son Rapport, M. Jean-Christophe BAGUET a souligné : « *Devant le rapporteur et la Commission, l'ensemble des acteurs a souhaité une mise en œuvre très rapide de la présente proposition de loi. En l'espèce la rapidité ne saurait être confondue avec la précipitation : en effet, les orientations de cette proposition de loi ont fait l'objet d'un travail aussi long qu'approfondi depuis la fin de l'année 2008, et un large accord s'est fait autour de la stratégie qui la sous-tend. C'est pourquoi considérant le texte proposé comme satisfaisant, il est proposé d'adopter cette proposition de loi sans modification.* » A l'issue de la discussion générale et de l'examen des articles, notamment à travers des amendements portant sur les articles

2, 3 et 4, la Commission a adopté l'ensemble de la proposition de loi sans modification.

En conséquence, la Commission des affaires culturelles et de l'éducation a demandé à l'Assemblée nationale d'adopter la proposition de loi dans les termes adoptés par le Sénat le 5 mai 2011.

Lors de la Séance publique du 5 juillet 2011, l'Assemblée nationale a adopté le texte de la proposition de loi sans modification. Voté en des termes identiques par les deux assemblées, ce texte est ainsi devenu loi *relative à la régulation du système de distribution de la presse*.



### ***Le nouveau cadre législatif de la régulation du système de distribution de la presse***

La loi du 5 juillet 2011 *relative à la régulation du système de distribution de la presse* modifie les dispositions du Titre II de la loi du 2 avril 1947, abroge son Titre III et abroge également l'article 11 de la loi du 27 janvier 1987.



Le Conseil Supérieur est donc à présent doté d'une personnalité morale de droit privé. Il a pour mission générale d'assurer le bon fonctionnement du système coopératif de distribution de la presse et de son réseau.

Ses décisions de portée générale sont rendues exécutoires par l'Autorité de régulation.

Le Conseil Supérieur et l'Autorité de régulation veillent, dans leur champ de compétences, au respect de la concurrence et des principes de liberté et d'impartialité de la distribution. Ils sont garants du respect des principes de solidarité coopérative et des équilibres économiques du système collectif de distribution de la presse.



Le Conseil Supérieur comprend vingt membres, nommés par arrêté du Ministre chargé de la communication :

- 1° Neuf représentants des éditeurs de journaux et publications périodiques sur proposition des organisations professionnelles les plus représentatives ;
- 2° Trois représentants des Sociétés Coopératives de messageries de presse sur proposition des assemblées générales des Sociétés Coopératives de messageries de presse ;
- 3° Deux représentants des entreprises commerciales et des messageries de presse concourant aux opérations matérielles de distribution de la presse sur proposition des assemblées générales de ces entreprises ou messageries ;

- 4° Deux représentants des dépositaires de journaux ou publications périodiques sur proposition des organisations professionnelles les plus représentatives ou, à défaut, d'une assemblée générale des dépositaires ;
- 5° Deux représentants des diffuseurs de presse sur proposition des organisations professionnelles les plus représentatives ou, à défaut, d'une assemblée générale des diffuseurs ;
- 6° Deux représentants du personnel occupé dans les entreprises de messageries de presse sur proposition des organisations syndicales les plus représentatives.

Les membres du Conseil Supérieur sont nommés pour quatre ans et leur mandat est renouvelable.

Le président du Conseil Supérieur est élu par l'ensemble de ses membres, parmi les membres ayant la qualité d'éditeur de presse. Son mandat est de quatre ans et il est renouvelable. En cas d'empêchement du président, le doyen d'âge des représentants des éditeurs préside le Conseil Supérieur.

À l'expiration de leur mandat, les membres restent en fonction jusqu'à la première réunion du conseil dans sa nouvelle composition.

Il est mis fin de plein droit au mandat de tout membre du Conseil Supérieur qui perd la qualité en raison de laquelle il a été nommé.

En cas de vacance d'un siège d'un membre du Conseil Supérieur pour quelque cause que ce soit, il est procédé à son remplacement pour la durée du mandat restant à courir.

Le Conseil Supérieur ne peut délibérer que si au moins la moitié de ses membres sont présents ou représentés par un autre membre dans les conditions fixées par son règlement intérieur.

Le Conseil Supérieur délibère à la majorité des membres présents. Le Président a voix prépondérante en cas de partage égal des voix.



Pour l'exercice de ses attributions, le Conseil Supérieur peut constituer des commissions spécialisées en s'appuyant, le cas échéant, sur le concours d'experts.

Les attributions, la composition et les modalités de fonctionnement de ces commissions spécialisées sont fixées par le règlement intérieur du Conseil Supérieur.

Pour l'exécution de ses missions, le Conseil Supérieur :

- 1° Détermine les conditions et les moyens propres à garantir une distribution optimale de la presse d'information politique et générale ;

2° Fixe pour les autres catégories de presse, selon des critères objectifs et non discriminatoires définis dans un cahier des charges, les conditions d'assortiment des titres et de plafonnement des quantités servis aux points de vente ;

3° Définit les conditions d'une distribution non-exclusive par une messagerie de presse, dans le respect des principes de solidarité coopérative et des équilibres économiques des Sociétés Coopératives de messageries de presse, et les conditions d'une distribution directe par le réseau des dépositaires centraux de presse sans adhésion à une société coopérative de messageries de presse ;

4° Fixe le schéma directeur, les règles d'organisation et les missions du réseau des dépositaires centraux de presse et des diffuseurs de presse répondant à l'efficacité économique et à l'efficacité commerciale ;

5° Établit un cahier des charges du système d'information au service de l'ensemble des messageries de presse et de leurs mandataires, garantissant à tout éditeur, quelle que soit sa messagerie, l'accès aux informations relatives à l'historique des ventes et des fournitures pour chacun de ses titres, au niveau de chaque point de vente. Ce cahier des charges inclut le schéma d'organisation des flux financiers dans l'ensemble de la chaîne de distribution et les conditions de leur sécurisation ;

6° Délègue, dans des conditions fixées par son règlement intérieur, à une commission spécialisée composée d'éditeurs le soin de décider, selon des critères objectifs et non discriminatoires définis dans un cahier des charges, de l'implantation des points de vente de presse, des nominations et des mutations de dépositaires centraux de presse avec ou sans modification de la zone de chalandise ;

7° Délivre un certificat d'inscription aux agents de la vente de presse et assure la gestion du fichier recensant les agents de la vente de presse déclarés ;

8° Homologue les contrats-types des agents de la vente de presse au regard des dispositions de la présente loi et des règles qu'il a lui-même édictées ;

9° Fixe les conditions de rémunération des agents de la vente de presse, après consultation de leurs organisations professionnelles ;

10° Exerce le contrôle comptable des Sociétés Coopératives de messageries de presse, conformément aux dispositions de l'article 16 de la loi. Il s'assure en particulier que les Sociétés Coopératives de messageries de presse et les entreprises commerciales mentionnées à l'article 4 de la loi qui distribuent des quotidiens d'information politique et générale opèrent une distinction claire, le cas échéant dans le cadre d'une comptabilité par branche, entre la distribution de ces quotidiens et celle des autres publications. Tous les documents utiles à cette fin lui sont adressés sans délai après leur approbation par leur assemblée générale.

Il peut également demander communication, en tant que de besoin, des comptes prévisionnels des Sociétés Coopératives de messageries de presse ;

11° Dispose d'un droit d'opposition sur les décisions des Sociétés Coopératives de messageries de presse susceptibles d'altérer leur caractère coopératif ou de compromettre leur équilibre financier, ainsi que sur celles des entreprises

commerciales mentionnées à l'article 4 de la loi dans lesquelles les coopératives de messageries de presse auraient une participation majoritaire, qui auraient pour conséquence d'altérer le caractère coopératif de ces dernières ou de compromettre leur équilibre financier. Ce droit d'opposition ne s'exerce pas si le commissaire du Gouvernement émet un avis défavorable ;

12°Définit, après consultation des acteurs de la distribution de la presse et notamment des organisations professionnelles représentatives des agents de la vente de presse, les bonnes pratiques professionnelles de la distribution de la presse vendue au numéro.

Lorsque, dans le cadre des dispositions de la loi, le Conseil Supérieur envisage d'adopter des mesures ayant une incidence importante sur le marché de la distribution de la presse, il rend publiques les mesures envisagées dans un délai raisonnable avant leur adoption et recueille, dans le cadre d'une consultation publique d'une durée maximale d'un mois, les observations qui sont faites à leur sujet.

Les résultats d'une consultation sont rendus publics par le Conseil Supérieur, à l'exclusion des informations couvertes par le secret des affaires.



L'Autorité de régulation de la distribution de la presse comprend trois membres, nommés par arrêté du Ministre chargé de la communication : un conseiller d'État désigné par le vice-président du Conseil d'État ; un magistrat de la Cour de cassation désigné par le premier président de la Cour de cassation ; un magistrat de la Cour des comptes désigné par le premier président de la Cour des comptes.

Le président de l'Autorité de régulation est élu en son sein.

Le mandat des membres de l'Autorité de régulation est de quatre ans. Il n'est ni révocable ni renouvelable. À l'expiration de leur mandat, les membres de l'autorité restent en fonction jusqu'à la première réunion de celle-ci dans sa nouvelle composition.

Il est mis fin de plein droit au mandat de tout membre de l'autorité qui perd la qualité en raison de laquelle il a été nommé.

En cas de vacance d'un siège de membre de l'autorité pour quelque cause que ce soit, il est procédé à son remplacement pour la durée du mandat restant à courir. Un mandat exercé pendant une durée inférieure à deux ans n'est pas pris en compte pour l'application de la règle de non-renouvellement du mandat.

Les fonctions de membre de l'Autorité de régulation sont incompatibles avec celles de membre du Conseil supérieur des messageries de presse et avec l'exercice de fonctions ou la détention d'un mandat ou d'intérêts dans une entreprise du secteur de la presse. Le non-respect de cette règle entraîne la cessation d'office des fonctions de membre de l'autorité, par décision des deux autres membres de l'autorité.

L'Autorité de régulation ne peut délibérer que si au moins deux de ses membres sont présents. L'Autorité délibère à la majorité des membres présents. Le président a voix prépondérante en cas de partage égal des voix.



Les membres et les personnels du Conseil Supérieur et de l'Autorité de régulation ainsi que les experts consultés sont tenus au secret professionnel pour les faits, actes et renseignements dont ils ont pu avoir connaissance dans le cadre de leurs fonctions, dans les conditions et sous les peines prévues aux articles 226-13 et 226-14 du Code pénal. Les membres et les personnels du Conseil Supérieur et de l'Autorité de régulation restent tenus à cette obligation de confidentialité pendant une durée d'un an après la fin de leur mandat.

Les membres du Conseil Supérieur et de l'Autorité de régulation ne prennent, à titre personnel, aucune position publique sur les délibérations.



Un commissaire du Gouvernement est désigné par le Ministre chargé de la communication pour siéger auprès du Conseil Supérieur avec voix consultative. Il peut faire inscrire à l'ordre du jour d'une séance du Conseil toute question intéressant la distribution de la presse. L'examen de cette question est de droit.

Dans le cas où il estime qu'une décision du Conseil Supérieur est susceptible de porter atteinte aux objectifs de la loi, il peut demander une nouvelle délibération.



Les frais afférents au fonctionnement du Conseil Supérieur et de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse ainsi que les sommes que ces organismes pourraient être condamnés à verser sont à la charge des Sociétés Coopératives de messageries de presse.



Le Conseil Supérieur et l'Autorité de régulation établissent, chacun, un règlement intérieur.

Le Conseil Supérieur établit chaque année un rapport public qui rend compte de son activité et de l'application de la loi en proposant, le cas échéant, des modifications de nature législative ou réglementaire. Ce rapport est adressé au Gouvernement et au Parlement avant la fin du premier semestre de chaque année.

Le Conseil Supérieur peut être saisi par le Gouvernement et par le Parlement de demandes d'avis ou d'études pour les activités relevant de sa compétence.



Le président du Conseil Supérieur et le président de l'Autorité de régulation ont qualité pour agir en justice.

Le président du Conseil Supérieur et le président de l'Autorité de régulation saisissent le procureur de la République de toute infraction aux dispositions de la présente loi dont ils ont connaissance.



Les présidents du Conseil Supérieur et de l'Autorité de régulation saisissent l'Autorité de la concurrence de faits dont ils ont connaissance et qui sont susceptibles de contrevenir aux dispositions des articles L. 420-1, L. 420-2 et L. 420-5 du Code de commerce. Ils peuvent également la saisir pour avis de toute autre question relevant de sa compétence.

L'Autorité de la concurrence communique à l'Autorité de régulation, pour avis, toute saisine entrant dans le champ des compétences de celle-ci. Elle peut également saisir le Conseil Supérieur et l'Autorité de régulation, pour avis, de toute question relative au secteur de la distribution de la presse.



Tout différend relatif au fonctionnement des Sociétés Coopératives et commerciales de messageries de presse, à l'organisation et au fonctionnement du réseau de distribution de la presse et à l'exécution des contrats des agents de la vente de presse est soumis par l'une des parties, avant tout recours contentieux, à une procédure de conciliation transparente, impartiale et contradictoire, devant le Conseil Supérieur, selon des modalités prévues par son règlement intérieur.

En cas de conciliation, même partielle, les parties peuvent demander la reconnaissance de l'accord par l'Autorité de régulation.

Si la procédure de conciliation n'a pas abouti à un règlement amiable dans un délai de deux mois, le différend peut être soumis par l'une ou l'autre des parties à l'Autorité de régulation ou à la juridiction compétente. À défaut de saisine par les parties de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse ou d'une juridiction compétente à l'issue d'un délai d'un mois à compter de l'échec de la procédure de conciliation, le président du Conseil Supérieur peut saisir l'Autorité de régulation.

L'Autorité de régulation se prononce, au regard des règles et des principes de la loi, dans un délai de deux mois, qu'elle peut porter à quatre mois si elle l'estime utile, après avoir diligemment, si nécessaire, une enquête et mis les parties à même de présenter leurs observations. Elle prend en considération les décisions du Conseil Supérieur qu'elle a rendu exécutoires. Dans le respect des secrets protégés par la loi, elle peut entendre toute personne dont l'audition lui paraît utile au règlement du différend.

La décision de l'Autorité de régulation est motivée et précise les conditions de règlement du différend. Elle est notifiée aux parties et rendue publique sous réserve des secrets protégés par la loi.

En cas de méconnaissance de la décision par l'une des parties, le président de l'Autorité de régulation peut saisir le juge afin qu'il soit ordonné à la personne qui en est responsable de se conformer à cette décision. La demande est portée, en fonction de l'objet du différend, soit devant le président du tribunal de grande instance de Paris, soit devant le président du tribunal de commerce de Paris. Il statue en référé et sa décision est immédiatement exécutoire.

Lorsque les faits à l'origine du différend sont susceptibles de constituer des pratiques anticoncurrentielles au sens du Titre II du Livre IV du code de commerce, le délai ci-dessus évoqué est suspendu jusqu'à ce que l'Autorité de la concurrence, saisie par l'Autorité de régulation, se soit prononcée sur sa compétence. Lorsque l'Autorité de la concurrence s'estime compétente, l'Autorité de régulation est dessaisie.

Les décisions prises par l'Autorité de régulation peuvent faire l'objet d'un recours en annulation ou en réformation devant la cour d'appel de Paris, dans un délai d'un mois à compter de leur notification.

Le recours n'est pas suspensif. Toutefois, le juge peut ordonner le sursis à exécution de la décision si celle-ci est susceptible d'entraîner des conséquences manifestement excessives ou s'il est survenu, postérieurement à sa notification, des faits nouveaux d'une exceptionnelle gravité.

Le pourvoi en cassation formé, le cas échéant contre l'arrêt de la cour d'appel, est exercé dans un délai d'un mois suivant la notification de cet arrêt.



Les décisions de portée générale prises par le Conseil Supérieur dans le cadre de sa mission générale visant à assurer le bon fonctionnement du système coopératif de distribution de la presse et de son réseau ou en application des 1° à 5°, 8°, 9° et 13° de l'article 18-6 de la loi ci-avant évoquées sont transmises avec un rapport de présentation au président de l'Autorité de régulation.

Ces décisions deviennent exécutoires à défaut d'opposition formulée par l'autorité dans un délai de six semaines suivant leur réception. Le refus opposé par l'autorité doit être motivé.

En cas de refus opposé par l'Autorité de régulation, le président du Conseil Supérieur dispose d'un délai de quinze jours pour présenter ses observations. Dans les quinze jours suivant leur réception, l'Autorité de régulation peut rendre exécutoires les décisions ou demander au Conseil Supérieur une nouvelle délibération, en lui adressant, le cas échéant, des recommandations.

Sur proposition du président du Conseil Supérieur, l'Autorité de régulation peut ne rendre exécutoires que certaines dispositions de la décision qui lui est soumise.

Les décisions du Conseil Supérieur de portée générale rendues exécutoires par l'Autorité de régulation peuvent faire l'objet d'un recours devant la cour d'appel de Paris.

Les décisions à caractère individuel prises par le Conseil Supérieur peuvent faire l'objet d'un recours, en fonction de leur objet, soit devant le tribunal de grande instance, soit devant le tribunal de commerce, territorialement compétents.

En cas de manquement constaté aux obligations résultant des décisions visées ci-dessus, le président de l'Autorité de régulation ou le président du Conseil Supérieur peut saisir le juge afin qu'il soit ordonné à la personne qui en est responsable de se conformer à ses obligations, de mettre fin aux manquements et d'en supprimer les effets.

La demande est portée devant le premier président de la cour d'appel de Paris qui statue en référé et dont la décision est immédiatement exécutoire. Il peut prendre, même d'office, toute mesure conservatoire et prononcer une astreinte pour s'assurer de l'exécution de son ordonnance.



L'Autorité de régulation formule, avant la fin du premier semestre de chaque année, un avis sur l'exécution par le Conseil Supérieur des missions qui lui sont confiées par l'article 16 et les 10° et 11° de l'article 18-6 de la loi. Elle peut demander au Conseil Supérieur, aux Sociétés Coopératives de messageries de presse et aux entreprises commerciales mentionnées à l'article 4 de la loi que lui soient adressés sans délai tous les documents utiles à cette fin. Elle peut entendre toute personne dont l'audition lui paraît susceptible de contribuer utilement à son information.

Après consultation du Conseil Supérieur, l'Autorité de régulation formule, avant la fin du premier semestre de chaque année, un avis sur l'évolution des conditions tarifaires des Sociétés Coopératives de messageries de presse. À cette fin, elle peut entendre toute personne dont l'audition lui paraît susceptible de contribuer utilement à son information.



La loi abroge le Titre III de la même loi Bichet.

L'article 11 de la loi n°87-39 du 27 janvier 1987 portant diverses mesures d'ordre social est aussi abrogé à compter de l'entrée en vigueur de la première décision prise par le Conseil Supérieur en application du 9° de l'article 18-6 de la loi précitée et au plus tard dans un délai de six mois à compter de la publication de la loi.



### ***L'action des pouvoirs publics saluée par la profession***

Le Président du Conseil Supérieur souligne que ce processus législatif est venu amender la loi du 2 avril 1947, qualifiée à cette occasion, à juste raison, "d'icône de la République", dans le respect de ses principes auxquels la profession a maintes fois rappelé son attachement, pour renforcer, compléter et moderniser la régulation professionnelle instituée en 1947.

Il relève que cette réforme législative donne à notre secteur les instruments qui lui permettront de conduire les évolutions pressantes dont il a tant besoin. Il souligne qu'il appartient désormais à la profession, forte des nouvelles attributions confiées à un Conseil Supérieur rénové, de poursuivre et de mener à bien les réformes et évolutions déjà engagées.

Le Président du Conseil Supérieur tient à saluer la rare qualité de la concertation engagée par les pouvoirs publics avec la profession, sous la conduite du Ministre de la culture et de la communication, de son cabinet et de ses services, au premier rang desquels figure la Direction Générale des Médias et des Industries Culturelles. Il souligne que cette concertation approfondie a rendu possible le très large consensus professionnel salué par les Parlementaires, tant au Sénat, qu'à l'Assemblée nationale.

A l'issue de ce processus exemplaire à bien des égards, le Président du Conseil Supérieur souhaite, au nom du Conseil Supérieur et de la profession rassemblée autour de celui-ci, remercier tout particulièrement le Ministre de la culture et de la communication, M. Frédéric MITTERRAND, son conseiller pour la presse, M. Vincent PEREYGNE, le Directeur général des Médias, Mme Laurence FRANCESCHINI, Mme Sylvie CLEMENT-CUZIN, Sous-directeur de la presse écrite et des métiers de l'information, le Président Jacques LEGENDRE, auteur de la proposition de loi, M. David ASSOULINE, Rapporteur du texte au Sénat, la Présidente Mme TABAROT, M. Jean-Christophe BAGUET, Rapporteur du texte à l'Assemblée nationale, les administrateurs des deux assemblées, M. le Député Marcel ROGEMONT, qui a apporté son précieux concours au Rapporteur et l'ensemble des Parlementaires qui, dans la diversité de leurs opinions, se sont investis dans ces travaux parlementaires, avec comme fil conducteur commun la liberté de la presse qui nous réunit.

Le Président du Conseil Supérieur souhaite aussi saluer l'attention portée à leur Conseil et à l'évolution du système de distribution de la presse durant cette période de réforme de sa régulation par les acteurs de la profession : éditeurs, sociétés coopératives, sociétés de messageries, dépositaires, diffuseurs, personnels de la distribution.

Le Président remercie les pouvoirs publics, les sénateurs, les députés et tous les acteurs de la distribution qui ont œuvré pour que la profession dispose à travers



### ***La période transitoire à la nouvelle composition du Conseil Supérieur***

Le Conseil Supérieur, dans sa nouvelle composition ne pourra cependant se réunir qu'après que ses membres auront été désignés par arrêté du Ministre chargé de la communication sur proposition des Sociétés Coopératives de messageries de presse, des organisations professionnelles et syndicales, des entreprises commerciales et des messageries de presse concourant aux opérations matérielles de distribution de la presse concernées, dans les conditions prévues par l'article 18 de la loi du 2 avril 1947 dans sa rédaction issue de la proposition de loi.

Un certain délai s'écoulera donc nécessairement entre l'entrée en vigueur de la loi et la date à laquelle le Conseil Supérieur pourra effectivement se réunir en vue d'élire son Président et assumer ses nouvelles compétences.

L'intérêt éminent qui s'attache à la continuité du système de distribution de la presse commande que le Conseil Supérieur ne soit pas paralysé jusqu'à ce qu'il soit installé dans sa nouvelle composition. En effet, le Conseil Supérieur, qui acquerra la personnalité morale dès l'entrée en vigueur de la loi modifiant la loi du 2 avril 1947, devra pouvoir prendre les actes nécessaires à l'accomplissement de son changement de statut ainsi que ceux lui permettant d'être rapidement opérationnel.

En particulier, il est nécessaire de s'assurer que, dès publication de l'arrêté ministériel fixant la nouvelle composition du Conseil Supérieur, celui-ci sera convoqué sans tarder pour l'élection de son Président.

C'est pourquoi, il est proposé à l'Assemblée générale du Conseil Supérieur se tenant le 21 juillet 2011 de confier à l'actuel Président du Conseil Supérieur, le soin de prendre, pendant la période transitoire qui s'ouvrira à l'entrée en vigueur de la loi nouvelle jusqu'à la première réunion des membres du Conseil Supérieur dans sa nouvelle composition, les actes nécessaires à la mise en place du nouveau cadre législatif.

Il est aussi proposé de mandater l'actuel Président du Conseil Supérieur aux fins de prendre, pendant cette même période transitoire, les actes nécessaires à l'indispensable continuité du Conseil Supérieur, en ce compris les actes relevant de sa qualité de Président de l'Association de Gestion du Conseil Supérieur des Messageries de Presse, dont l'objet est d'assurer la gestion et l'administration des dépenses de fonctionnement du Conseil Supérieur du fait qu'il ne disposait pas de la personnalité morale jusqu'à l'adoption du nouveau cadre législatif.

Naturellement, le Président souhaite que le processus de désignation des membres qui constitueront la prochaine Assemblée générale du Conseil Supérieur puisse être conduit dans les meilleurs délais. Il compte pour cela sur l'attention des pouvoirs publics et sur celle des acteurs de la profession. Il souhaite de même que la composition de la nouvelle autorité administrative créée par la loi du 5 juillet 2011 puisse être rapidement arrêtée.



## **Le Bureau**

Depuis 2005, le Président du Conseil Supérieur a souhaité la constitution d'un Bureau important et conséquent dans lequel toutes les formes de presse et catégories d'éditeurs se retrouvent à travers leurs représentants les plus qualifiés.

L'Assemblée générale tenue le 10 juin 2010 a élu le Bureau composé d'un Président, de cinq Vice-présidents : Mme Anne-Marie COUDERC, M. Jean-Pierre CAFFIN, M. Pierre JEANTET, M. Francis MOREL et M. Bernard VILLENEUVE, un Trésorier : M. Jean-Louis REDON, un Trésorier-adjoint : M. Alfred GERSON et le Commissaire : Mme Laurence FRANCESCHINI.

L'Assemblée générale tenue le 18 novembre 2010 a élu M. Marc FEUILLEE, en remplacement de Mme Anne-Marie COUDERC ; M. Bruno LESOUF, en remplacement de M. Jean-Pierre CAFFIN ; M. Jean VIANSSON PONTE, en remplacement de M. Pierre JEANTET.

Le Bureau s'est réuni régulièrement, dans le cadre de réunions mensuelles, pour assister le Président dans sa mission, analyser les différents travaux du Conseil et traiter les sujets d'actualité.

Je remercie vivement l'ensemble des personnalités qui ont participé aux travaux du Bureau pour leur investissement, l'ampleur et la qualité du travail accompli dans une période durant laquelle les enjeux ont été particulièrement essentiels pour la profession, tant à travers les réformes de la distribution, qu'à travers celle de la régulation du système de distribution.



### **La Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles**

Alors que les éditeurs témoignent d'une volonté de régulation plus efficace de la distribution de la presse au bénéfice de l'ensemble du secteur dans le respect des prescriptions du droit de la concurrence, afin d'être en mesure de l'assurer, le Conseil Supérieur s'est doté du cadre structurel nécessaire. Celui-ci établit les règles d'une procédure permettant de favoriser l'adoption des normes et bonnes pratiques professionnelles et de faciliter leur application dans le respect des principes de transparence, de concertation, de pluralisme et d'efficacité.

C'est ainsi que, sur proposition du Président, l'Assemblée générale du Conseil Supérieur du 9 juillet 2009 a institué une Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles. Cette même assemblée a adopté les stipulations de l'article 8 "Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles", lesquelles définissent les missions de la commission, ses règles de fonctionnement et sa composition.

La Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles est composée de onze personnalités choisies parmi les éditeurs représentatifs du pluralisme de la presse et des personnes qualifiées, désignées par l'Assemblée générale du Conseil Supérieur sur proposition du Président du Conseil Supérieur en accord avec le Bureau.

La mission, les règles de saisine, les règles de fonctionnement et la composition de la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles sont publiées sur le site Internet du Conseil Supérieur.

L'Assemblée générale du Conseil Supérieur a approuvé la composition de la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles présentée par le Président du Conseil Supérieur en accord avec le Bureau. Aux côtés des éditeurs représentatifs du pluralisme de la presse, siègent le Président de l'Union Nationale des Diffuseurs de Presse, un magistrat de la cour d'Appel de Paris, un membre honoraire du Conseil d'Etat. L'Assemblée générale a aussi approuvé la proposition

du Président du Conseil Supérieur, en accord avec le Bureau, visant à désigner M. Pascal CHAUVIN, Magistrat, Président de Chambre à la Cour d'Appel de Paris, en qualité de président de la Commission.

L'Assemblée générale du Conseil Supérieur du 22 décembre 2010 a désigné sur proposition du Président du Conseil Supérieur, en accord avec le Bureau, M. Christophe VEYRIN-FORRER, Président du directoire de Motor Presse France, en qualité de membre de la Commission, en remplacement de M. Marc FEUILLEE.



### ***La saisine relative à l'adaptation de l'offre de presse servie au point de vente***

Dans l'intérêt d'une régulation plus efficace de la distribution de la presse au bénéfice de l'ensemble du secteur, dans le respect des principes de transparence, de concertation, de pluralisme et d'efficacité institués par le Conseil Supérieur dans les règles de fonctionnement de la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles, le Président du Conseil Supérieur a saisi, le 22 juillet 2010, la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles d'une demande d'élaboration d'une norme ou bonne pratique professionnelle relative à l'adaptation de l'offre servie au point de vente.

Compte tenu du calendrier de déploiement national du dispositif de l'assortiment des titres convenu entre les acteurs concernés, il est apparu urgent que le Conseil Supérieur puisse adopter, si tel était son choix, une norme ou bonne pratique professionnelle relative à l'adaptation de l'offre servie aux points de vente. Aussi, faisant application de l'article 8.11 du règlement intérieur du Conseil Supérieur, le Président a demandé à la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles de procéder à l'instruction de la saisine dans un délai de trois mois.

La saisine de la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles a permis aux acteurs de la profession de participer au débat nécessaire.

Après instruction de la saisine dans le respect des règles instituées au règlement intérieur, la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles a adopté par consensus de ses membres un projet de réponse motivée sous la forme d'une proposition de norme professionnelle relative à l'adaptation de l'offre de presse aux points de vente.

Egalement, la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles a adopté par consensus de ses membres, dans la continuité de la norme professionnelle proposée, des recommandations concernant les publications de grilles de jeux, les produits hors-presse, l'arbitrage des éventuelles difficultés de mise en œuvre de la norme professionnelle et les points de vente complémentaires.

Dans le délai de huit jours suivant la clôture de l'instruction, en application de l'article 8.13, 2<sup>ème</sup> alinéa du règlement intérieur du Conseil Supérieur, le président de la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles a transmis au Président du Conseil Supérieur la proposition de norme professionnelle adoptée par la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles.

En application de l'article 8.14, 1<sup>er</sup> alinéa du règlement intérieur du Conseil Supérieur, le Président a proposé à l'Assemblée générale du Conseil Supérieur d'adopter la norme professionnelle relative à l'adaptation de l'offre de presse aux points de vente proposée par la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles et d'entériner ses recommandations.

L'Assemblée générale du Conseil Supérieur du 18 novembre 2010 a adopté la norme professionnelle relative à l'adaptation de l'offre de presse aux points de vente proposée par la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles et entériné ses recommandations.

Conformément à l'article 8.15 du règlement intérieur du Conseil Supérieur, la norme professionnelle adoptée et les recommandations entérinées par l'Assemblée générale sont publiées sur le site Internet du Conseil Supérieur, dans une partie librement accessible.



### ***La saisine relative à l'évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse***

Ainsi que le Président du Conseil Supérieur en avait informé l'Assemblée générale tenue le 22 décembre 2010, dans l'intérêt d'une régulation plus efficace de la distribution de la presse au bénéfice de l'ensemble du secteur, il a aussi saisi par lettre du 17 janvier 2011 la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles d'une demande d'élaboration d'une Norme ou Bonne Pratique Professionnelle relative à l'évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse, afin d'inscrire l'instruction de cette question dans le respect des principes de transparence, de concertation, de pluralisme et d'efficacité institués dans les règles de fonctionnement de la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles.

Compte tenu du caractère d'urgence unanimement mis en avant par les acteurs de la profession, il est apparu nécessaire au Président de faire application de l'article 8.11 du règlement intérieur du Conseil Supérieur et de demander à la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles de procéder à l'instruction de la saisine dans un délai de trois mois.

La saisine de la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles a permis aux acteurs de la profession de participer au débat nécessaire à travers leurs auditions et leurs contributions.

Dans le cadre de l'instruction de la saisine, la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles s'est adjoint l'expertise du cabinet comptable et financier Ricol-Lasteyrie et du cabinet d'avocats Brandford-Griffith & Associés, lesquels avaient déjà abordé la question pour le Conseil Supérieur.

Après instruction de la saisine dans le respect des règles instituées au règlement intérieur, la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles a adopté par consensus de ses membres un projet de réponse motivée sous la forme d'une

proposition de bonne pratique professionnelle relative à l'évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse.

Egalement, la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles a aussi considéré par consensus de ses membres que l'introduction d'unités d'œuvre dans le mode de rémunération des dépositaires de presse commandait d'abroger ou de modifier l'article 11 de la loi n° 87-39 du 27 janvier 1987. La Commission a rejoint en ce sens les recommandations du Livre vert et du rapport du président de l'Autorité de la concurrence. Elle a aussi relevé que la proposition de loi n° 378 présentée par M. le Sénateur Jacques LEGENDRE (depuis votée en termes identiques par l'Assemblée nationale) prévoit l'abrogation de l'article 11 de la loi du 27 janvier 1987.

Enfin, la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles a adopté par consensus de ses membres, dans la continuité de la bonne pratique professionnelle proposée, une recommandation concernant l'accès aux données brutes de vente des diffuseurs de presse informatisés.

En application de l'article 8.14, 1<sup>er</sup> alinéa du règlement intérieur du Conseil Supérieur, le Président a proposé à l'Assemblée générale du Conseil Supérieur d'adopter la bonne pratique professionnelle relative à l'évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse proposée par la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles et d'entériner sa recommandation.

L'Assemblée générale du Conseil Supérieur du 18 mai 2011 a adopté la bonne pratique professionnelle relative à l'évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse proposée par la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles et entériné sa recommandation.

Conformément à l'article 8.15 du règlement intérieur du Conseil Supérieur, la bonne pratique professionnelle adoptée et la recommandation entérinée par l'Assemblée générale sont publiées sur le site Internet du Conseil Supérieur, dans une partie librement accessible.



Conformément à l'article 8.16 du règlement intérieur du Conseil Supérieur des Messageries de Presse, un rapport sur l'activité de la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles durant l'année 2010 a été établi par le Secrétariat permanent du Conseil Supérieur, sous l'autorité du Président du Conseil Supérieur. Ce rapport est publié sur le site Internet du Conseil Supérieur, dans une partie librement accessible. Je tiens à remercier au nom du Conseil Supérieur les membres de la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles qui ont participé aux travaux de la Commission durant sa première année d'activité : Mme Guillemette PAYEN, MM. Jean-Luc BREYSSE, Pascal CHAUVIN, Hubert CHICOU, Bertrand COUSIN, Marc FEUILLEE, Alfred GERSON, Lionel GUERIN, Bruno LESOUF, Eric de MONTLIVALT, Gérard PROUST, Christophe VEYRIN-FORRER. Je tiens à souligner la qualité et l'importance de leur investissement dans des dossiers complexes qu'il leur a fallu instruire dans un temps nécessairement limité, en laissant toute sa place à la concertation professionnelle. Je remercie particulièrement, pour leur participation aux travaux de la profession, son président, M. Pascal CHAUVIN et M. Bertrand COUSIN.



## La Commission du Réseau

La loi du 2 avril 1947 institue la liberté de la diffusion de la presse et organise sa distribution. Elle confère à tout éditeur la liberté d'assurer lui-même la diffusion de ses propres journaux et publications. Lorsqu'un éditeur décide de se grouper avec d'autres éditeurs, le groupage et la distribution de leurs journaux et publications sont assurés par des Sociétés Coopératives de messageries de presse. Celles-ci peuvent assumer le groupage et la distribution des titres de leurs adhérents par leurs propres moyens ou confier l'exécution de ces opérations matérielles à des entreprises commerciales en s'assurant une participation majoritaire dans leur direction leur garantissant l'impartialité de cette gestion et la surveillance de leurs comptabilités.

Pour que tout quotidien ou publication bénéficie de garanties contre le risque de toute partialité ou arbitraire dans sa distribution, la loi a confié aux éditeurs la maîtrise et le contrôle de la distribution de leurs titres. Cette maîtrise s'exprime notamment dans l'organisation du réseau de distribution concourant au système collectif de vente des journaux et publications périodiques, lequel se caractérise par une chaîne de contrats de mandat entre les Sociétés Coopératives de messageries de presse, les sociétés commerciales de messageries de presse, les dépositaires de presse et les diffuseurs de presse, conférant statut de mandataires commissionnaires du croire aux agents de la vente, les journaux et publications demeurant la propriété des éditeurs jusqu'à leur vente au lecteur.

La presse étant spécifique par sa nature, fragile et d'une durée de vie extrêmement limitée, sa distribution requiert un traitement délicat, rapide, performant, particulier, instantané et simultané, justifiant d'un réseau de distribution adapté et de l'agrément des agents de la vente par les éditeurs à travers les Sociétés Coopératives de messageries de presse.

Dans le cadre de la mise en œuvre des recommandations des Etats Généraux de la Presse Ecrite restituées par le Livre vert, les missions assurées par la Commission d'Organisation de la Vente (Cov), commission d'éditeurs constituées en 1948, devaient être prises en charge par le Conseil Supérieur.

Alors que les éditeurs témoignent d'une volonté de régulation plus efficace de la distribution de la presse au bénéfice de l'ensemble du secteur dans le respect des prescriptions du droit de la concurrence et alors que la mise en œuvre d'un Schéma Directeur du réseau de niveau 2 et le développement de la capillarité du réseau de niveau 3 constituent des impératifs d'orientation du réseau de distribution, afin d'être en mesure de l'assurer, le Conseil Supérieur devait se doter du cadre structurel nécessaire et établir les règles d'une procédure permettant d'assurer le respect des principes de transparence, de concertation, de pluralisme, de non-discrimination, d'objectivité et d'efficacité.

Les missions de la Cov et ses règles de procédure devant être profondément remaniées, le Président a réalisé auprès des acteurs de la profession, éditeurs, Sociétés Coopératives de messageries de presse, sociétés de messageries de

presse et organisations professionnelles des dépositaires et des diffuseurs de presse, des consultations permettant de les définir dans le respect des recommandations des Etats Généraux de la Presse Ecrite.

Le Président, comme il s'y était engagé à l'Assemblée générale du Conseil Supérieur tenue le 9 juillet 2009 et auprès des Pouvoirs publics, en accord avec le Bureau du Conseil Supérieur, a proposé à l'occasion de l'Assemblée générale du Conseil Supérieur du 5 novembre 2009, l'intégration des missions de la Cov et la mise en place d'une Commission du Réseau permettant une régulation plus efficace du réseau de distribution de la presse vendue au numéro au bénéfice de l'ensemble du secteur dans le respect des droits de chacun, des prescriptions du droit de la concurrence et dans le cadre d'une procédure appropriée.

L'Assemblée générale du Conseil Supérieur du 5 novembre 2005 a décidé d'intégrer les missions de la Cov et d'instituer au sein du Conseil Supérieur une Commission du Réseau.

Egalement, l'Assemblée générale du Conseil Supérieur a adopté les stipulations de l'article 9 "La Commission du Réseau", ayant fait l'objet de travaux révisés par le cabinet Brandford-Griffith & Associés, lesquelles définissent la mission, les règles de fonctionnement et la composition de la Commission du Réseau, les règles d'adoption d'agrément des agents de la vente et complètent le règlement intérieur du Conseil Supérieur auquel elles sont intégrées.



### ***Les règles de composition et de fonctionnement de la Commission du Réseau***

Il a ainsi été institué au sein du Conseil Supérieur une Commission du Réseau composée d'éditeurs, laquelle a pour mission :

- d'examiner les "Propositions dépositaire", qui sont les propositions formulées par les dépositaires, directement ou par l'intermédiaire d'une Messagerie de presse, concernant la création, la modification partielle ou totale de la zone de chalandise (le "Rattachement") ; l'association logistique de dépôts de presse ; le transfert, à titre gratuit ou onéreux, directement ou indirectement, sous quelque forme que ce soit (la "Mutation") d'un contrat de dépositaire ; ou tout autre événement susceptible d'affecter substantiellement l'exécution d'un contrat de dépositaire ;
- d'examiner les "Propositions Diffuseur", qui sont les propositions formulées par les Diffuseurs, par l'intermédiaire d'une Messagerie de presse ou d'un dépositaire, concernant la création de points de vente de détail ou tout événement susceptible d'affecter substantiellement l'exécution d'un contrat de Diffuseur ;
- de veiller à la bonne organisation, à la pertinence, à l'efficacité et au développement équilibré du Réseau.

Le Président du Conseil Supérieur établit, avec l'accord du Bureau et après consultation des Coopératives, la liste des membres de la Commission du Réseau. Il soumet celle-ci à l'approbation de l'Assemblée générale du Conseil Supérieur.

Les membres de la Commission sont choisis pour leur expertise, parmi les éditeurs représentatifs du pluralisme de la presse, selon la règle initiale en tenant compte des principes de représentation suivants :

- a) chaque Coopérative dispose d'un représentant ;
- b) les Coopératives confiant l'exécution des opérations matérielles de transport, de groupage et de distribution des titres de leurs adhérents à une Société Commerciale disposent d'un représentant complémentaire par Société Commerciale, proposé par une Coopérative associée ayant une majorité de membres éditeurs de publications ;
- c) les Coopératives assurant elles-mêmes les opérations matérielles de transport, de groupage et de distribution des titres de leurs adhérents disposent chacune d'un représentant complémentaire ;
- d) la Coopérative justifiant du plus grand nombre de titres à rythme de parution quotidienne dispose d'un représentant complémentaire.

Les membres de la Commission du Réseau sont au nombre de treize. Ils sont désignés pour un mandat de trois ans, renouvelable.

Le Président du Conseil Supérieur désigne chaque année, avec l'accord du Bureau, le président et le vice-président de la Commission du Réseau parmi les membres de cette dernière. Les mandats du président et du vice-président sont renouvelables. Le Président du Conseil Supérieur soumet la désignation du président et du vice-président à l'approbation de l'Assemblée générale du Conseil Supérieur.

Le Secrétariat permanent du Conseil Supérieur assure le secrétariat de la Commission du Réseau. Il établit un compte-rendu des séances.

La Commission du Réseau tient autant de séances que besoin, et au moins une par mois.

Un représentant de la direction du réseau de chaque société de messageries de presse est appelé à assister aux séances de la Commission du Réseau afin de concourir à l'information de ses membres.

Les Propositions dépositaire et les Propositions diffuseur comportent des éléments d'informations objectifs préalablement définis permettant à la Commission du Réseau de se prononcer. Les Propositions Diffuseur sont adressées à la Commission du Réseau par l'intermédiaire des sociétés de messageries de presse ou des dépositaires. Les Propositions dépositaire sont adressées directement par le ou les dépositaires concernés ou par l'intermédiaire des sociétés de messageries de presse.

Les Propositions sont publiées sur le site Internet du Conseil Supérieur. Un avis mentionne la date de la séance au cours de laquelle la Commission du Réseau les examinera. Tout intéressé peut adresser ses observations à la Commission du Réseau.

Le secrétariat de la Commission présente chaque dossier dont la Commission du Réseau est saisie.

Le ou les déposataires concernés par une Proposition déposataire peuvent être entendus, à leur demande, par la Commission du Réseau.

La Commission du Réseau adopte ses décisions au regard des critères objectifs préalablement définis tenant (1) aux compétences professionnelles du ou des déposataires postulants ou du diffuseur postulant, et de leur personnel, (2) à la localisation du ou des dépôts de presse ou du point de vente de détail concerné, (3) à la zone de chalandise du ou des dépôts de presse ou du point de vente de détail concerné, (4) aux aménagements et installations du ou des dépôts de presse ou du point de vente de détail concerné, (5) aux moyens économiques, informatiques, logistiques et commerciaux dont dispose le ou les déposataires postulants ou le diffuseur postulant, (6) à la qualité de la prestation servie et (7) aux contraintes opérationnelles liées à l'activité de distribution de la presse et aux spécificités du produit presse.

La Commission du Réseau applique ces critères de manière objective, non-discriminatoire et proportionnée aux nécessités d'une organisation efficace et durable du réseau de distribution de la presse, compte tenu des spécificités de ce produit et de l'objectif d'une distribution large de la presse dans l'ensemble de ses composantes.

La Commission du Réseau fait en outre application des orientations et schémas directeurs entérinés par l'Assemblée générale et publiés sur une partie librement accessible du site Internet du Conseil Supérieur.

Les éventuels liens capitalistiques du ou des déposataires ou du diffuseur postulant ne sont pas pris en considération par la Commission du Réseau. En particulier, celle-ci veille à ne pas favoriser, sans raison objective, les dépôts intégrés verticalement aux sociétés de messageries de presse et/ou les points de vente qui leurs sont liés.

Les décisions de la Commission du Réseau sont prises par consensus. Toutefois, tout membre peut demander qu'il soit procédé à un vote. La Commission du Réseau se prononce alors à la majorité simple des membres présents ou représentés. Le président et le vice-président n'ont pas voix prépondérante.

Les décisions de refus d'agrément sont motivées. Les décisions de la Commission du Réseau sont publiées dans une partie librement accessible du site Internet du Conseil Supérieur.

Les décisions de la Commission du Réseau sont mises en œuvre au plus tôt par les sociétés de messageries de presse et par les déposataires de presse. Leur validité

est subordonnée au respect des conditions et engagements au vu desquels elles ont été prises.

Lorsque la Commission du Réseau a accepté une Proposition dépositaire relative à un Rattachement, les indemnités de rattachement sont déterminées suivant une méthodologie d'évaluation agréée par le Conseil Supérieur.

Les dépositaires ou les diffuseurs de presse dont la Proposition n'a pas fait l'objet d'une acceptation par la Commission du Réseau peuvent déposer une demande motivée de réexamen, laquelle est inscrite à l'ordre du jour de la plus prochaine séance de la Commission du Réseau qui peut désigner trois de ses membres pour approfondir l'instruction du dossier, lesquels, au plus tard dans un délai de trois mois, exposent leurs conclusions devant la Commission du Réseau qui adopte une décision finale.

Le secrétariat de la Commission du Réseau établit un rapport annuel sur l'activité de la Commission du Réseau sous le contrôle de son président. Ce rapport est remis au Président du Conseil Supérieur et aux présidents des Sociétés Coopératives de messageries de presse. Il est publié sur le site Internet du Conseil Supérieur dans une partie librement accessible.

Comme le Président s'y était engagé à l'Assemblée générale du 5 novembre 2009, le Conseil Supérieur a mis en œuvre dans les délais les plus rapides les procédures et règles de fonctionnement de la Commission du Réseau, lesquelles sont publiées sur le site Internet du Conseil Supérieur dans une partie librement accessible.



### ***L'évolution des règles de composition de la Commission du Réseau***

Lors de l'Assemblée générale du Conseil Supérieur tenue le 5 novembre 2009, la Société Coopérative de messageries de presse Messageries Lyonnaises de Presse avait fait valoir que la place qui lui était dévolue au sein de la Commission du Réseau lui paraissait insuffisamment représentative avec seulement deux représentants et a témoigné du souhait que les règles de représentation des Sociétés Coopératives de messageries de presse au sein de la Commission du Réseau puissent faire l'objet d'une nouvelle concertation.

Le Président du Conseil Supérieur a proposé que cette question soit abordée par le Conseil afin que son Assemblée générale puisse être saisie, le cas échéant, d'une proposition visant à amender les règles régissant la composition de la Commission du Réseau, telles qu'elles ont été adoptées. Une telle proposition a été accueillie favorablement par l'Assemblée générale du 22 décembre 2010.

Le Président, dans le Rapport moral présenté à l'Assemblée générale du 10 juin 2010, a précisé que la réflexion proposée devrait nécessairement s'inscrire dans le cadre des réformes importantes intéressant les cinq Sociétés Coopératives de messageries de presse associées à la société de messageries de presse Presstalis et les trois Sociétés Coopératives de messageries de presse associées à la société de messageries de presse SAEM Transports-Presse.

La réforme des Sociétés Coopératives de messageries de presse associées aux sociétés de messageries de presse Presstalis et SAEM Transports-Presse a été finalisée en décembre 2010 par la création de 2 nouvelles Sociétés Coopératives de messageries de presse l'une pour les quotidiens, l'autre pour les magazines.

Afin de tenir compte des conséquences de cette réforme et du souhait témoigné par la Société Coopérative de messageries de presse Messageries Lyonnaises de Presse, l'Assemblée générale du Conseil Supérieur du 22 décembre 2010 a été saisie d'une modification des règles de composition de la Commission du Réseau posées à l'article 9.2.1 du règlement intérieur du Conseil Supérieur, qu'elle a adopté dans les termes suivants :

*« 9.2.1 Le Président du Conseil Supérieur des Messageries de Presse établit, avec l'accord du Bureau et après consultation des conseils d'administration des Coopératives, la liste des membres de la Commission du Réseau. Il soumet cette liste à l'approbation de l'Assemblée générale du Conseil Supérieur des Messageries de Presse. »*

*Les membres sont choisis pour leur expertise, parmi les éditeurs représentatifs du pluralisme de la presse. La consultation des Coopératives s'organise en tenant compte des principes suivants :*

*a) les Coopératives regroupant exclusivement des éditeurs de quotidiens ou une majorité de membres éditeurs de quotidiens disposent de trois représentants. Le nombre des représentants de chacune d'elle est déterminé au prorata du chiffre d'affaires ;*

*b) les Coopératives regroupant exclusivement des éditeurs de publications ou ayant une majorité de membres éditeurs de publications disposent de dix représentants. Le nombre des représentants de chacune d'elle est déterminé au prorata du chiffre d'affaires. »*

Toutes autres dispositions de l'article 9.2 sont demeurées inchangées.

L'Assemblée générale du Conseil Supérieur du 22 décembre 2010 a décidé que la modification des règles de composition de la Commission du Réseau posées à l'article 9.2.1 du règlement intérieur du Conseil Supérieur, prendra effet à l'issue de l'Assemblée générale du Conseil Supérieur qui sera appelée à approuver la liste des membres de la Commission du Réseau établie par le Président du Conseil Supérieur, avec l'accord du Bureau et après consultation des conseils d'administration des Sociétés Coopératives de messageries de presse, conformément aux dispositions de l'article 9.2.1 du règlement intérieur du Conseil Supérieur. Jusqu'à cette date, afin d'éviter toute rupture dans son fonctionnement, dans l'intérêt des éditeurs, des acteurs de la distribution et du réseau, la Commission du Réseau a poursuivi l'exécution de ses missions dans sa composition actuelle, telle qu'instituée par l'Assemblée générale du Conseil Supérieur du 5 novembre 2009.

Par lettres du 10 mai 2011, le Président du Conseil Supérieur a ouvert la concertation auprès des trois Sociétés Coopératives de messageries de presse en

vue de la nouvelle composition de la Commission du Réseau. A la date de rédaction du présent rapport, seules la Coopérative de Distribution des Quotidiens et la Coopérative de Distribution des Magazines ont indiqué les personnalités, choisies pour leur expertise, que leurs Conseils d'administration pressentaient pour siéger au sein de la Commission du Réseau.



### ***L'activité de la Commission du Réseau en 2010***

La Commission du Réseau, dont la première séance s'est tenue le 6 janvier 2010 a siégé régulièrement chaque mois. Au total, onze séances se sont tenues durant l'année 2010.

Conformément aux dispositions de l'article 9.10 du règlement intérieur du Conseil Supérieur, le secrétariat de la Commission du Réseau a établi un rapport annuel sur les activités de la Commission sous le contrôle de son président.

Ce rapport a été remis au Président du Conseil Supérieur et aux présidents des Sociétés Coopératives de messageries de presse. Il est publié sur le site Internet du Conseil Supérieur, dans une partie librement accessible.



Pour l'année 2010, la Commission du réseau a été présidée par M. Philippe ABREU. Le mandat de vice-président fut assuré par M. Bertrand HOULE.

L'Assemblée générale du Conseil Supérieur du 10 juin 2010 a été appelée à approuver la proposition du Président du Conseil Supérieur, en accord avec le Bureau, visant à désigner M. Stéphane LEMOINE, Directeur commercial presse magazine France de Lagardère Active Média, en qualité de membre de la Commission, après consultation de la Société Coopérative de Distribution de la Presse (Hebdomadaires et Périodiques), en remplacement de M. Antoine BOIRON.

L'Assemblée générale de ce jour est appelée à approuver la proposition du Président du Conseil Supérieur, en accord avec le Bureau, visant à entériner les désignations en qualité de membres de la Commission de Mme MEYER-CAZEAUX, Directrice déléguée au sein de Lagardère Active Média, en remplacement de M. Stéphane LEMOINE et de M. Bruno RECURT, Directeur des ventes de Prisma Presse, en remplacement de M. Bertrand HOULE, toutes deux après consultation de la Société Coopérative de Distribution des Magazines. L'Assemblée générale de ce jour est également appelée à approuver la proposition du Président du Conseil Supérieur, en accord avec le Bureau, visant à entériner la désignation de Mme Pascale MAURIN, Directeur des ventes de Bayard, en qualité de vice-présidente de la Commission du Réseau en remplacement de M. Bertrand HOULE.

Je tiens à remercier en votre nom le président de la Commission du Réseau M. Philippe ABREU, son vice-président M. Bertrand HOULE et tous les éditeurs qui ont participé à leurs côtés aux travaux de la Commission durant l'année écoulée : Mmes Paule COUDERAT, Catherine MASSABUAU, Pascale MAURIN, Valérie MEYER-

CAZEAUX, MM. Jean-Luc BRETONNET, Hervé BONNAUD, Xavier COSTES, Michel DELBORT, Jean-Luc FILEGON, Jean GIRAULT, Vincent HAM, Stéphane LEMOINE, Bruno RECURT. Je tiens à souligner leur implication constante et le soin particulier qu'ils ont mis à installer avec efficacité les nouvelles procédures adoptées par l'Assemblée générale du Conseil Supérieur.



En vertu de l'article 9.9 du règlement intérieur du Conseil Supérieur portant « Complément aux règles d'organisation », la Commission du Réseau peut « *préciser et compléter les règles définies relatives à l'organisation et aux travaux de la Commission, notamment en ce qui concerne le contenu et les modalités de dépôt des Propositions, la procédure d'instruction et les conditions de leur examen par la Commission. Ces règles complémentaires sont publiées sur une partie librement accessible du site Internet du Conseil Supérieur.*

*La Commission du Réseau peut également adopter toute motion et formuler toute proposition s'inscrivant dans le cadre de ses missions ».*

A travers l'expérience acquise dans l'instruction des Propositions présentées à la Commission du Réseau depuis son institution et soumises à son examen, il est apparu la nécessité d'apporter six précisions et compléments à l'article 9 du règlement intérieur du Conseil Supérieur.

Tout d'abord, il est apparu la nécessité de compléter et de préciser les éléments contenus dans les Propositions dépositaire relatifs aux informations objectives instituées à l'article 9.5 du règlement intérieur du Conseil Supérieur portant "Dépôt des Propositions" présentées à la Commission du Réseau. Les éléments structurels, économiques, informatiques, logistiques, commerciaux et la qualité de la prestation servie doivent notamment être détaillés dans leur présentation du projet, tant pour l'organisation actuelle que pour l'organisation projetée par le postulant. Ainsi, les organisations actuelles et futures pourront être appréciées au vu des cinq missions relevant du mandat du dépositaire, à savoir la logistique ; le commercial titres ; le commercial réseau ; la finance et l'information.

Egalement, il est apparu la nécessité de compléter et de préciser que, compte tenu de leurs spécificités, les Propositions Diffuseur relatives aux points de vente en concession sont soumises aux mêmes règles que celles régissant les Propositions Diffuseur relatives aux points de vente quotidiens (PVQ) ou aux points de vente complémentaires (PVC).

Par ailleurs, à travers la mission qui lui est confiée de veiller à la bonne organisation, à la pertinence, à l'efficacité et au développement équilibré du Réseau, la Commission du Réseau s'assurant de l'indispensable continuité territoriale de la distribution de la presse, il est apparu la nécessité de compléter et de préciser le contenu et les modalités de dépôt des Propositions dépositaire, la procédure d'instruction et les conditions de leur examen par la Commission du Réseau dans les cas spécifiques et urgents où la continuité territoriale de la distribution de la presse se trouverait menacée et/ou ne serait plus assurée dans une zone de chalandise.

Ainsi, dans le cas où la continuité territoriale de la distribution de la presse se trouverait menacée dans une zone de chalandise, il incombe aux sociétés de messageries de presse d'adresser sans délai au secrétariat de la Commission du Réseau une Proposition dépositaire conservatoire (la "Proposition Conservatoire") de nature à anticiper à titre conservatoire une distribution immédiate et provisoire dans la zone de chalandise menacée. Dans le cas où la continuité territoriale de la distribution de la presse ne serait plus assurée dans une zone de chalandise et qu'aucune Décision Conservatoire n'avait précédemment été rendue par la Commission du Réseau, les Messageries de presse adressent sans délai au secrétariat de la Commission du Réseau une Proposition dépositaire provisoire (la "Proposition Provisoire") de nature à assurer une distribution immédiate et provisoire dans la zone de chalandise concernée. Ces deux formes de propositions sont régies par des procédures différentes. Aucune publicité ne leur est donnée.

Il est par ailleurs apparu la nécessité de compléter et de préciser, concernant les dépôts dans lesquels une société de messagerie de presse détient directement ou indirectement une participation majoritaire ou les dépôts gérés par une société de messagerie de presse, en tenant compte des particularités de ces situations de niveau 2, les éléments contenus dans les Propositions dépositaire relatifs aux informations objectives instituées à l'article 9.5 du règlement intérieur du Conseil Supérieur et les critères objectifs relatifs aux décisions de la Commission du Réseau institués à l'article 9.7.2 du règlement intérieur du Conseil Supérieur lorsqu'elles ont pour objet une nomination d'un directeur ou d'un dépositaire (cas des agences, dépôts gérés par une messagerie, dépôts dans lesquels une messagerie détient directement ou indirectement une participation majoritaire).

Lorsque qu'une Proposition dépositaire ou une Proposition Diffuseur a déjà fait l'objet d'une Décision de refus par la Commission du Réseau à l'occasion d'une précédente séance, il est également apparu la nécessité de compléter et de préciser les éléments que doivent comporter les Propositions présentées à la Commission, les modalités de leur procédure d'instruction et les conditions de leur examen par la Commission du Réseau, relatives aux règles instituées aux articles 9.5 et 9.6 du règlement intérieur du Conseil Supérieur. La Proposition concernée doit notamment comporter un exposé des éléments nouveaux sur laquelle elle est présentée et tout document en justifiant.

Enfin, il est également apparu la nécessité de compléter et de préciser les modalités de la procédure de Demande de Réexamen d'une Proposition et les conditions de son examen par la Commission du Réseau relatives aux règles instituées à l'article 9.8 du règlement intérieur du Conseil Supérieur. Ainsi, Les dépositaires ou diffuseurs dont la Proposition n'a pas fait l'objet d'une acceptation pure et simple par la Commission du Réseau peuvent déposer une demande motivée de réexamen (la "Demande de Réexamen"), par lettre recommandée avec accusé de réception adressée au Secrétariat de la Commission, au plus tard dans le délai de quinze jours suivant la publication de la Décision sur une partie librement accessible du site Internet du Conseil Supérieur pour les dépositaires de presse et au plus tard dans le délai de un mois suivant la publication de la Décision sur une partie librement accessible du site Internet du Conseil Supérieur pour les diffuseurs de presse.

Ces précisions et compléments aux règles relatives à l'organisation et aux travaux adoptés par la Commission du Réseau sont publiés dans une partie librement accessible du site Internet du Conseil Supérieur.



Au travers d'une motion, adoptée lors de la séance de la Commission du Réseau du mercredi 7 juillet 2010 les éditeurs membres de la Commission du Réseau ont souligné un retrait significatif et inquiétant des ouvertures de points de vente, qui s'élevait à - 18.3 % au 30 juin 2010.

Au vu de ce résultat, ils ont tenu à réaffirmer unanimement l'attente des éditeurs quant au développement de la capillarité du réseau de vente. Ils ont appelé l'ensemble des acteurs du système de distribution et tout spécialement les dépositaires de presse, à se mobiliser fortement autour de cet objectif.

La Commission du Réseau a adopté une seconde motion d'information et d'alerte lors de sa séance du 1<sup>er</sup> juin 2011, par laquelle elle s'inquiète du faible nombre de « Propositions diffuseur » qui lui ont été transmises par les dépositaires de presse durant le 1<sup>er</sup> semestre 2011, relevant une forte baisse de - 31%.

La Commission du Réseau souligne dans cette motion que ce constat sur la baisse du nombre d'ouvertures de points de vente est d'autant plus préoccupant qu'il s'accompagne d'une réelle détérioration de la qualité du réseau de vente, du fait de la forte proportion des points de vente complémentaires (PVC) dans le total des créations (44 %). Mais surtout la Commission relève que près du tiers des nouveaux « PVC » sont en fait des magasins de presse à offre large qui optent pour ce statut de magasin à offre limitée.

La Commission du Réseau, souhaite ainsi dans le cadre de la mission qui lui est confiée par le Conseil Supérieur et qui l'appelle notamment à « *veiller à la bonne organisation, à la pertinence, à l'efficacité et au développement équilibré du Réseau* », alerter la profession sur les conséquences préjudiciables à l'exposition de la presse et à la vente, du retard pris dans la mise en œuvre de la réforme d'adaptation de l'offre de presse servie au point de vente. Une nouvelle fois, elle appelle les dépositaires de presse à se mobiliser fortement et sans délai pour assurer la capillarité et l'efficacité du réseau de vente de la presse sur les zones de chalandise qui leur sont confiées, conformément aux attentes des éditeurs.



Le Président du Conseil Supérieur rappelle qu'à la suite de l'Assemblée générale tenue le 5 novembre 2009, le Syndicat National des Dépositaires de Presse a adressé au Conseil Supérieur, le 29 décembre 2009, un recours gracieux, mettant en cause les résolutions adoptées, l'institution de la Commission du Réseau et ses règles de fonctionnement. Le Syndicat National des Dépositaires de Presse considère insuffisantes les garanties apportées dans la composition, la nomination, la représentativité, les règles de procédure et le contrôle de la Commission du Réseau instituée par l'Assemblée générale.

Par suite de la réponse apportée par le Président sur les garanties adoptées par l'Assemblée générale du Conseil Supérieur tenue le 5 novembre 2009, le Syndicat

National des Dépositaires de Presse a cependant annoncé entendre saisir le Conseil d'Etat.

Le Syndicat National des Dépositaires de Presse a ainsi saisi le Conseil d'Etat par mémoire déposé le 6 avril 2010. Le Conseil Supérieur sollicite le rejet de ses demandes. La procédure est pendante devant le Conseil d'Etat.

Le Président relève que l'article 18-6 de la loi du 2 avril 1947, modifiée par la loi du 5 juillet 2011, donne mission au Conseil Supérieur de déléguer, dans des conditions fixées par son règlement intérieur, à une commission spécialisée composée d'éditeurs, le soin de décider, selon des critères objectifs et non discriminatoires définis dans un cahier des charges, de l'implantation des points de vente de presse, des nominations et des mutations de dépositaires centraux de presse avec ou sans modification de la zone de chalandise.



Comme indiqué ci-avant, le Conseil Supérieur, dans sa nouvelle composition issue de la loi du 5 juillet 2011 ne pourra se réunir qu'après que ses membres auront été désignés par arrêté du ministre chargé de la communication sur proposition des Sociétés Coopératives de messageries de presse, des organisations professionnelles et syndicales, des entreprises commerciales et des messageries de presse concourant aux opérations matérielles de distribution de la presse concernées, dans les conditions prévues par l'article 18 de la loi du 2 avril 1947 dans sa rédaction issue de la loi du 5 juillet 2011.

Un certain délai s'écoulera donc nécessairement entre l'entrée en vigueur de la loi et la date à laquelle le Conseil Supérieur pourra effectivement se réunir en vue d'élire son Président et assumer ses nouvelles compétences.

L'intérêt éminent qui s'attache à la continuité du système de distribution de la presse commande que le Conseil Supérieur ne soit pas paralysé jusqu'à ce qu'il soit installé dans sa nouvelle composition.

En ce qui concerne l'implantation des points de vente ainsi que les nominations, mutations et rattachements des dépositaires centraux de presse, les dispositions du 6° de l'article 18-6 de la loi du 2 avril 1947 (issue de la nouvelle loi) prévoient que le Conseil Supérieur déléguera à une commission spécialisée, composée d'éditeurs de presse, le soin d'adopter les décisions en la matière, dans les conditions prévues au règlement intérieur du Conseil Supérieur.

Le législateur a ainsi confirmé la décision, adoptée le 5 novembre 2009 par le Conseil Supérieur, de créer une Commission du Réseau, commission spécialisée composée d'éditeurs, pour se prononcer sur les propositions des dépositaires et des diffuseurs de presse.

Il appartiendra au Conseil Supérieur, après qu'il aura été installé dans sa nouvelle composition, de redésigner les membres de la commission spécialisée dans le cadre législatif nouveau. Mais il ne faut pas qu'en attendant, les travaux d'examen des propositions des dépositaires et diffuseurs de presse s'interrompent. Une telle

interruption serait très dommageable à l'économie du système de distribution de la presse et à la continuité de la distribution de la presse.

Il convient donc que les travaux de l'actuelle Commission du Réseau puissent se poursuivre durant la période transitoire et jusqu'à ce que le Conseil Supérieur, dans sa nouvelle composition, puisse confirmer la composition et les règles de fonctionnement de cette commission spécialisée.

C'est pourquoi, il est proposé à l'Assemblée générale du Conseil Supérieur se tenant le 21 juillet 2011 de confier aux membres de l'actuelle Commission du Réseau la charge de prendre ces actes pour le compte de la commission spécialisée visée par les dispositions du 6° de l'article 18-6 de la loi du 2 avril 1947 (issues de la nouvelle loi), et ce jusqu'à l'installation de cette dernière.



### **La Commission de Conciliation**

Alors que les éditeurs témoignent d'une volonté de favoriser le traitement amiable et rapide des différends opposant les sociétés de messageries de presse, le Conseil Supérieur, afin d'être en mesure de répondre à toute demande de traitement amiable d'un différend opposant les Sociétés Coopératives de messageries de presse et/ou les sociétés de messageries de presse et/ou leurs filiales, s'est doté du cadre structurel nécessaire. Celui-ci établit les règles d'une procédure permettant de parvenir à concilier les parties concernées dans le respect des principes de transparence, de contradictoire et d'équité.

C'est ainsi que, sur proposition du Président, l'Assemblée générale du Conseil Supérieur tenue le 5 mai 2009 a institué une Commission de Conciliation. Cette même assemblée a défini les missions de la commission, ses règles de fonctionnement et sa composition.

En cas de survenance d'un différend entre Sociétés Coopératives de messageries de presse et/ou sociétés commerciales de messageries de presse et/ou leurs filiales, celles-ci soumettent donc, préalablement à tout règlement contentieux, ce différend à la Commission de Conciliation du Conseil Supérieur.

La Commission de Conciliation assiste les parties au différend dans la recherche de toute solution de nature à mettre fin amiablement à celui-ci, dans le cadre d'une procédure équilibrée et contradictoire.

La Commission de Conciliation est composée du Président du Conseil Supérieur, qui la préside, et de deux personnalités choisies parmi les éditeurs et/ou des personnalités qualifiées indépendantes, désignées par le Président du Conseil Supérieur en accord avec le Bureau.

Le Président du Conseil Supérieur a désigné M. Gérard PLUYETTE, Magistrat, Conseiller doyen de la 1<sup>ère</sup> Chambre civile de la Cour de cassation et M. Frédéric CASSEGRAIN, éditeur, pour composer à ses côtés la Commission de Conciliation.

Le Secrétariat permanent du Conseil Supérieur assure le secrétariat et les fonctions de rapporteur auprès de la Commission de Conciliation.

La mission, les règles de saisine, les règles de fonctionnement et la composition de la Commission de Conciliation sont publiées sur le site Internet du Conseil Supérieur.



Le Président rappelle que la Commission de Conciliation a été saisie par les Messageries Lyonnaises de Presse d'un différend l'opposant à la Société d'Agence et de Diffusion (SAD).

Avec l'assistance de la Commission de Conciliation, dans la recherche d'une solution de nature à y mettre fin dans le cadre de la procédure transparente, équilibrée et contradictoire instaurée par le Conseil Supérieur, le différend opposant les Messageries Lyonnaises de Presse à la SAD a été réglé amiablement.

La Commission de Conciliation a établi un compte rendu de conciliation auquel l'accord de conciliation souscrit entre les Messageries Lyonnaises de Presse et la SAD sous l'égide de la Commission de Conciliation a été annexé, ses parties signataires ayant décidé de communiquer sur cet accord dans les termes suivants :

*"Les Parties conviennent que l'accord signé le 20 décembre 2010 entre le Syndicat National des Dépositaires de Presse et les MLP, intitulé "Avenant au Protocole d'accord du 2 mai 2010", s'applique à la SAD, à compter du 1<sup>er</sup> mai 2011, ce qui correspond à une rémunération de la SAD par les MLP de 10,71 % sur les produits presse.*

*Cet accord de conciliation passé devant la Commission de Conciliation du Conseil Supérieur des Messageries de Presse met fin au différend introduit par les MLP devant celle-ci."*



Je tiens à remercier au nom du Conseil Supérieur MM. Gérard PLUYETTE et Frédérick CASSEGRAIN, qui siègent à mes côtés au sein de la Commission de Conciliation, ils ont participé avec assiduité aux nombreuses audiences organisées dans le cadre de la saisine instruite et apporté toute leur compétence et leur savoir faire à la Commission pour faciliter les échanges entre les parties et l'issue amiable de leur différend.



### **La procédure de médiation**

Le Président du Conseil Supérieur rappelle que faisant valoir la décision de l'Autorité de la concurrence du 27 janvier 2009, les Messageries Lyonnaises de Presse avaient indiqué aux gérants de Presstalis et de la SAEM Transports-Presses souhaiter mettre en œuvre une médiation. A cette fin les Messageries Lyonnaises de Presse avaient informé saisir le Centre de Médiation et d'Arbitrage de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris.

Les cinq organisations professionnelles représentatives des éditeurs, la FNPS, le SPMI, le SPPMO, le SPQN et le SPQR ont alors rappelé qu'elles ne souhaitaient pas que soient ajoutées aux difficultés nées de la situation économique, d'autres difficultés qui découleraient de l'exacerbation des désaccords entre les sociétés de messageries.

Constatant avec satisfaction qu'un dialogue entre Presstalis, la SAEM Transports-Presses et les Messageries Lyonnaises de Presse pourrait être engagé sur des questions touchant à leurs relations directes, les cinq organisations professionnelles d'éditeurs ont toutefois rappelé que les questions relevant de la distribution des journaux et publications et de l'organisation du réseau sont redevables de débats au sein du Conseil Supérieur et réaffirmé que le Conseil Supérieur constitue l'instance seule habilitée à réguler la distribution de la presse en France et à assurer aux acteurs l'égalité, l'impartialité et la non-discrimination de traitement.

A cette occasion, rappelant que dès l'issue des Etats Généraux de la Presse Ecrite, le Conseil Supérieur avait su rassembler la profession et mettre en œuvre les réformes restituées par le Livre vert, les cinq organisations professionnelles d'éditeurs ont tenu à renouveler unanimement leur soutien aux travaux du Conseil Supérieur.

De plus, les cinq organisations professionnelles d'éditeurs ont rappelé aux acteurs de la distribution de la presse que leur activité se déroule dans le cadre d'un système de mandat.

Le président du Conseil de gérance de Presstalis et le président du Conseil de gérance de la SAEM Transports-Presses, sans reconnaissance des allégations imputées, ont indiqué aux Messageries Lyonnaises de Presse souhaiter privilégier un dialogue constructif attendu par les éditeurs-coopérateurs, sous l'égide du Conseil Supérieur ou de toute personne qu'il désignerait à cet effet, conformément aux vœux exprimés par l'ensemble des organisations professionnelles représentatives des éditeurs.

Le Président du Conseil Supérieur, conformément aux souhaits régulièrement exprimés par les éditeurs, s'est proposé pour organiser une médiation entre les Messageries Lyonnaises de Presse, Presstalis et la SAEM Transports-Presses, lesquelles ont accepté.

Le Président du Conseil Supérieur a souhaité que cette médiation puisse être menée sous l'égide du Conseil Supérieur par une personne qualifiée et de qualité.

Le Président a donc proposé comme médiateur, M. Gérard PLUYETTE, Magistrat, Conseiller doyen de la 1<sup>ère</sup> Chambre civile de la Cour de cassation, ce qui a recueilli l'accord des Messageries Lyonnaises de Presse, de Presstalis et de la SAEM Transports-Presses.

M. Gérard PLUYETTE a accepté sa désignation dans le cadre de la lettre de mission adressée le 1<sup>er</sup> mars 2010 par le Président du Conseil Supérieur et débuté sa mission de médiation sans délai. Il s'est fait assister de M. Guy DELIVET,

représentant le Secrétariat permanent du Conseil Supérieur, lequel a assuré également le secrétariat de la médiation.

M. Gérard PLUYETTE a remis au secrétariat de la médiation un constat de fin de médiation le 20 juin 2011 et en a informé le Président du Conseil Supérieur. Le secrétariat de la médiation a assuré la transmission de ce constat de fin de médiation à chacune des parties.

Le Président du Conseil Supérieur remercie M. Gérard PLUYETTE pour le temps qu'il a consacré et le soin qu'il a porté à la mission qu'il lui avait confié.



### **Le site Internet**

Depuis le printemps 2009, le Conseil Supérieur a mis en ligne son site Internet *csmpresse.fr*. dédié à la distribution de la presse vendue au numéro, il a ainsi souhaité répondre à l'attente des professionnels et du public pour un support de communication et d'information pertinent sur ses activités dans le cadre des missions qui lui sont dévolues par la loi et plus largement sur le secteur.

Support d'information librement accessible, le site Internet du Conseil Supérieur renseigne sur le Conseil Supérieur, son organisation, son fonctionnement, ses missions. Il donne connaissance de ses études et travaux. Il publie ses avis et les Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles adoptées par l'Assemblée générale. Il donne accès aux études et travaux publiés sur la distribution de la presse vendue au numéro. Il renseigne sur les différentes catégories de presse, les éditeurs, les Sociétés Coopératives de messageries de presse, les sociétés commerciales de messageries de presse, les dépositaires de presse et les diffuseurs de presse. Il expose le système de distribution de la presse en France et les principes le régissant. Il renseigne également sur les systèmes de distribution de la presse dans différents pays européens. Il délivre enfin les éléments chiffrés de la distribution de la presse vendue au numéro.

Support de communication, le site Internet du Conseil Supérieur publie notamment le rapport moral annuel du Président du Conseil Supérieur, les décisions prises par l'Assemblée générale du Conseil Supérieur et l'avancement des travaux menés par le Conseil Supérieur.

Support de procédure, de transparence, d'objectivité, d'équité et d'égalité dans le fonctionnement de la Commission du Réseau, le site Internet du Conseil Supérieur publie outre les règles d'organisation de la Commission du Réseau, le calendrier des séances de la Commission du Réseau, les Propositions dépositaires et les Propositions diffuseurs adressées à la Commission du Réseau, la date de la séance au cours de laquelle la Commission du Réseau les examinera, les décisions rendues par la Commission du Réseau, les compléments aux règles d'organisation de la Commission du Réseau et le rapport annuel de la Commission du Réseau.

Un site Intranet du Conseil Supérieur délimite un espace réservé, dédié aux dépositaires de presse et aux sociétés de messageries de presse. Celui-ci est accessible par un identifiant et un mot de passe depuis le site Internet du Conseil

Supérieur. Il permet aux sociétés de messageries de presse et aux dépositaires de presse d'adresser à la Commission du Réseau les Propositions diffuseur à travers un formulaire rempli en ligne.

Cet espace réservé ouvre aux acteurs de la distribution concernés une relation directe avec le secrétariat de la Commission du Réseau et permet ainsi de gérer directement les procédures relatives aux diffuseurs de presse relevant de la Commission du Réseau : création d'un point de vente, d'un point de vente complémentaire, d'un point de vente quotidiens, d'un point de vente complémentaire relevant d'un accord de liste, ou d'un point de vente en concession de service public, demande de prorogation d'une décision antérieure ou déclaration de fermeture.

Grâce à ce nouvel outil mis à leur disposition par le Conseil Supérieur, les dépositaires de presse ou les sociétés de messageries de presse peuvent déposer en ligne auprès de la Commission du Réseau un formulaire portant les éléments constitutifs d'une Proposition diffuseur formulée par tout postulant diffuseur souhaitant voir son projet examiné par la Commission du Réseau, ainsi que les pièces complémentaires nécessaires à son examen.

Cette procédure permet aujourd'hui d'assurer avec efficacité une totale transparence dans l'instruction des Propositions diffuseurs, elle apporte les garanties et la sécurité requises au postulant, au dépositaire de presse ou à la société de messagerie de presse. Elle permet notamment d'assurer la conformité des engagements souscrits et des éléments présentés à la Commission, la délivrance d'un accusé de réception portant référence lors du dépôt de la Proposition formulée, la mise en ligne d'un avis portant publicité de la demande.

Dans le cadre de la préparation des séances de la Commission du Réseau, un serveur informatique dédié et sécurisé a également été mis en place par le Conseil Supérieur. Réservé aux seuls éditeurs membres de la Commission et aux représentants des sociétés de messageries de presse accrédités auprès de la Commission qui l'assistent, ce serveur leur donne un accès aisé à l'ensemble des données relatives aux Propositions portées à l'examen de la Commission du Réseau. Cette exhaustivité et cette facilité d'information participent à la transparence qui préside aux travaux de la Commission, garantissent l'efficacité des travaux et la qualité des décisions rendues par ses membres, ceci en conformité avec les dispositions du règlement intérieur du Conseil Supérieur.

Egalement, support de procédure, de transparence, d'objectivité, d'équité et d'égalité dans le fonctionnement de la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles, le site Internet du Conseil Supérieur comporte une section librement accessible « *Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles - Saisines en cours* ». Dans cette section, le Secrétariat permanent du Conseil Supérieur publie un avis sur les demandes transmises à la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles comprenant l'objet des demandes, leur date de transmission, l'identité du demandeur, le délai dans lequel la demande sera instruite.

Le site Intranet du Conseil Supérieur délimite par ailleurs un espace réservé aux acteurs de la distribution concernés par les travaux de la Commission des Normes et

Bonnes Pratiques Professionnelles. Les Sociétés Coopératives de messageries de presse, les sociétés commerciales de messageries de presse et l'ensemble des syndicats professionnels ont ainsi accès à une zone réservée « *Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles - Instruction des saisines* » accessible par un identifiant et un mot de passe. Ces acteurs peuvent ainsi prendre connaissance de tous les éléments pertinents relatifs à une saisine en cours d'instruction mis en ligne par le Secrétariat permanent du Conseil supérieur. Ils peuvent aussi prendre connaissance de tous commentaires et observations qui ont été transmis à la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles dans le cours de l'instruction et mis en ligne par le Secrétariat permanent du Conseil supérieur.

Enfin, suite à des décisions de l'Assemblée générale du Conseil Supérieur entérinant des propositions formulées par la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles, une nouvelle zone « *Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles* » a été créée en page d'accueil du site Internet du Conseil Supérieur. Librement accessible, celle-ci permet d'accéder aux normes, bonnes pratiques et recommandations adoptées par l'Assemblée générale du Conseil Supérieur.

Le site Internet du Conseil Supérieur a enregistré sur les douze derniers mois 19 259 visites, de la part de 8 478 visiteurs ayant généré un flux de près de 60 000 « pages vues ». Si, naturellement, l'essentiel des visites proviennent de France, le site Internet du Conseil Supérieur a néanmoins également été fréquenté depuis 59 pays étrangers dont : l'Allemagne, la Belgique, l'Espagne, les Etats-Unis, l'Italie, le Maroc, le Royaume-Uni et la Suisse.



### **Le fichier des agents de la vente**

Pour accéder, notamment, au statut fiscal et social prévu par différents textes législatifs et réglementaires, les agents de la vente de la presse doivent être en mesure de justifier de leur qualité de mandataires régulièrement inscrits auprès du Conseil Supérieur.

Le fichier tenu par le Conseil Supérieur recense donc les inscriptions des dépositaires de presse, des diffuseurs de presse et des vendeurs colporteurs de presse, mandatés pour assurer la vente de la presse régionale ou de la presse nationale. La demande d'inscription d'un agent de la vente au fichier du Conseil Supérieur, établie par le mandataire à l'occasion de son début d'activité, est transmise par son mandant. L'inscription concerne l'agent de la vente et non la structure de vente (dépôt ou magasin), aussi les mouvements enregistrés sur le fichier reflètent à la fois les flux relatifs aux mutations et ceux relatifs aux nouvelles installations.

La tenue du fichier des agents de la vente, constitue une responsabilité importante et un travail qui engendre un grand nombre d'opérations. Ainsi pour l'année 2010, le Conseil Supérieur a enregistré 14 710 mouvements, dont le détail est présenté en annexe.

Au 31 décembre 2010, le Conseil Supérieur comptait 69 098 agents de la vente inscrits à son fichier. Soit une évolution globale de - 2,3 %, tirée par l'évolution du nombre des agents de la vente inscrits au titre de la presse régionale (- 2,8 %).

Le détail des agents de la vente inscrits par catégorie - dépositaires, diffuseurs, vendeurs colporteurs - figure en annexe.



### **Les appels de contributions**

Conformément aux procédures instaurées par le Conseil Supérieur, les appels de contributions auprès des Sociétés Coopératives de messageries de presse ont été lancés par le Secrétariat permanent sur les bases issues du travail conduit par ce dernier assisté de l'Expert comptable et du Conseil du Conseil Supérieur, sous l'égide de votre Président et avec l'assistance du Bureau. Les appels de contributions ont, comme chaque année, été ajustés sur les chiffres d'affaires presse les plus récents déclarés par les Sociétés Coopératives de messageries de presse auprès du Conseil Supérieur dans le cadre de la mission de contrôle comptable exercée par son Secrétariat permanent.





## **II - LES SOCIETES DE MESSAGERIES DE PRESSE**

- **L'activité des sociétés de messageries de presse**
- **Le contrôle de la comptabilité et de la documentation financière des Sociétés Coopératives de messageries de presse**
- **La situation des sociétés de messageries de presse**

## II - LES SOCIÉTÉS DE MESSAGERIES DE PRESSE

### L'activité des sociétés de messageries de presse

Le volume d'activité de chacune des trois sociétés de messageries se traduit par les chiffres suivants :

En 2010, Presstalis a réalisé 1 milliard 173 millions € de ventes, dont 306 millions € pour les quotidiens et 648 millions € pour les publications.

En 2010, la SAEM Transports-Presse a réalisé 969 millions € de ventes, dont 160 millions € pour les quotidiens et 807 millions € pour les publications.

En 2010, les MLP ont réalisé 526 millions € de ventes, dont 492 millions € pour les publications.



### Le contrôle de la comptabilité et de la documentation financière des Sociétés Coopératives de messageries de presse

Suivant les articles 15 et 16 de la loi du 2 avril 1947, le Secrétariat permanent du Conseil Supérieur a pour mission de contrôler la comptabilité et la documentation financière des Sociétés Coopératives de messageries de presse.

Le Secrétariat permanent conduit ses travaux en relation avec l'Expert comptable du Conseil Supérieur. Il recueille la documentation comptable et financière auprès des Directions générales et financières des Sociétés Coopératives de messageries de presse, notamment à travers une grille d'informations comptables et financières traduisant une volonté d'assurer l'information la plus complète, la plus fidèle et la plus transparente, intégrant les éléments relatifs à leur situation de trésorerie et à leur évolution, ainsi qu'à leur endettement. Il procède ensuite à la mise en forme de commentaires pour chacune des sociétés de messageries de presse et à la réalisation d'un document de synthèse générale.

Les comptes annuels et les documents d'information recueillis ne font l'objet d'aucun audit ou revue limitée de la part du Secrétariat permanent ou de l'Expert comptable du Conseil Supérieur. En conséquence, le rapport établi ne peut en aucun cas être assimilé à l'expression d'une opinion sur les comptes annuels. Ce rapport mentionne cependant la certification par les Commissaires aux comptes qui les ont audités. Le Secrétariat permanent a présenté ses travaux et son rapport établi dans le cadre de sa mission visée aux articles 15 et 16 de la loi du 2 avril 1947 à l'occasion de l'Assemblée générale qui s'est tenue le 22 décembre 2010. La documentation produite à cette occasion pour assurer l'information de l'Assemblée générale et des pouvoirs publics a été communiquée aux membres du Conseil Supérieur, aux Parquets territorialement compétents et à la Direction Générale des Médias et des Industries Culturelles, conformément aux prescriptions de la loi.

Le Président rappelle par ailleurs que, lors de cette même Assemblée générale, le Conseil Supérieur a souligné que, durant l'année 2010, la tendance du marché était restée très mal orientée et relevé que, depuis le deuxième semestre 2008, la crise économique avait fortement accéléré la tendance baissière observée depuis plusieurs années. Le Conseil Supérieur évoquait alors une baisse des ventes en montants forts de l'ordre de 6 %, venant s'ajouter au recul de 6,6 % observé en 2009 et à celui de 5,1 % observé en 2008. C'est ce contexte qui avait déjà conduit votre Conseil, au cours du dernier trimestre 2008, à demander aux sociétés de messageries de presse communication d'éléments prévisionnels, puis à alerter les pouvoirs publics, en fin d'année 2009, sur la situation de ces dernières.

Le Conseil Supérieur relevait également que deux sociétés de messageries de presse, Presstalis et la SAEM Transports-Presse, subissaient, outre la baisse du marché, l'impact de transferts de titres significatifs, anticipant pour 2010 un recul de leurs activités respectives de plus 9 % et soulignant que ces évolutions de ventes pèseraient significativement sur les comptes de ces deux sociétés.

Le Conseil Supérieur relevait concernant les MLP que ces dernières devraient, du fait des transferts de titres et malgré le recul du marché, voir leur activité progresser de façon très significative, d'environ 12 %. Il notait cependant, qu'elles devraient voir leur résultat d'exploitation se dégrader légèrement.



### **La situation des sociétés de messageries de presse**

Prenant toute la mesure du contexte général de l'économie pour 2009, de son fort impact sur nos marchés et sur l'économie des sociétés de messageries de presse, le Conseil Supérieur, à l'occasion de son Assemblée générale du 9 juillet 2009, a rappelé avoir jugé opportun de demander aux sociétés de messageries de presse communication de leurs comptes, budgets et trésoreries prévisionnels.

Le Président rappelle qu'à la suite de l'analyse de ces éléments, faisant le constat de la situation financière très dégradée des sociétés de messageries de presse et plus largement de la fragilité de l'économie des acteurs de la distribution, le Conseil Supérieur a été conduit, au mois de décembre 2009, à alerter les pouvoirs publics. Cette alerte se justifiait particulièrement du fait des risques que cette situation fait peser sur la distribution de la presse d'information politique et générale, notamment à travers les titres de la presse quotidienne nationale particulièrement exposés et plus généralement sur notre système de distribution.

Face à l'urgence imposée par la situation, les pouvoirs publics ont immédiatement confié à M. Bruno METTLING une mission sur la pérennité de Presstalis, seule société de messageries de presse à assumer la distribution des quotidiens nationaux vendus au numéro, dont les difficultés pourraient avoir des implications pour la réforme du système de distribution dans son ensemble et plus généralement, sur l'avenir de la distribution de la presse.

M. Bruno METTLING a remis le 29 mars 2009 un rapport de mission à M. le Premier Ministre permettant d'éclairer le Gouvernement et de proposer les mesures adaptées à la situation de Presstalis.

M. le Premier Ministre a alors confié à M. Roch-Olivier MAISTRE une mission de médiation afin de rechercher un accord équilibré entre les éditeurs et le groupe Lagardère, permettant de mettre en œuvre les mesures proposées, lequel a été trouvé sous l'égide des pouvoirs publics autour notamment :

- d'un plan d'urgence de Presstalis pour consolider durablement sa situation financière et créer les conditions de son développement futur ;
- du refinancement de l'entreprise par le groupe Lagardère à hauteur de 46M€ et de sa sortie du capital en tant qu'actionnaire minoritaire ;
- de la constitution par les éditeurs d'un capital social à hauteur de 1% de leurs ventes métropole et de l'approbation de nouveaux barèmes ;
- de la confirmation et réévaluation des aides des pouvoirs publics à la distribution des quotidiens nationaux ;
- d'une réforme institutionnelle pour simplifier la gouvernance de l'entreprise par son changement de statut et l'évolution de son actionnariat.

Cet accord a été approuvé par le Conseil de gérance de Presstalis.

Le Président a déjà souligné que, si le Conseil Supérieur, à la suite de la veille attentive qu'il a conduit sur la situation financière des sociétés de messageries de presse, a tenu à alerter les pouvoirs publics sur un risque de défaillance, c'est notamment pour préserver la profession des conséquences en chaîne dont celui-ci était porteur. La dégradation de l'économie de Presstalis était en effet susceptible d'avoir rapidement des répercussions graves sur l'ensemble des acteurs de la chaîne de distribution : éditeurs, Sociétés Coopératives de messageries de presse, dépositaires et diffuseurs de presse.

C'est sur ce fondement que le Conseil Supérieur a souligné que la mise en œuvre du plan de réforme ambitieux dont les lignes ont été tracées par M. Bruno METTLING dans son rapport à M. le Premier Ministre concernait tous les acteurs de la distribution.

M. le Premier Ministre a confié à M. Roch-Olivier MAISTRE la mission de veiller à la mise en place et à la réalisation de ce plan. Le Conseil Supérieur a précisé qu'il s'attacherait pour sa part et dans le cadre de ses missions à accompagner et à faciliter la mise en place des différents éléments du plan de réforme nécessaire.



## **La réforme de Presstalis, de la SAEM Transports-Presse et des Sociétés Coopératives associées**

Presstalis et la SAEM Transports-Presse se sont attachées à rapidement mettre en œuvre les premières mesures de ce plan de réforme : aménagement des barèmes voté par les Assemblées générales des Sociétés Coopératives de messageries de presse associées réunies en juin 2010 ; réduction des charges d'exploitation et des coûts de structure.

Les Sociétés Coopératives de messageries de presse associées au capital de Presstalis et de la SAEM Transports-Presse se sont également rapprochées pour permettre une simplification des structures juridiques existantes, à travers une réduction du nombre des coopératives associées et la constitution de structures plus cohérentes et plus fortes. Cette évolution des Sociétés Coopératives associées devant ensuite favoriser une rénovation de la gouvernance de Presstalis.

Ce rapprochement s'est traduit par la disparition de huit Sociétés Coopératives de messageries de presse (la Coopérative des publications parisiennes, la Coopérative de la presse périodique, la Coopérative de distribution de la presse (hebdomadaires et périodiques), la Coopérative des publications hebdomadaires et périodiques, la Coopérative des quotidiens de Paris, l'Hebdomadaire, la Périodique, Coopé Presse) et par la création de deux Sociétés Coopératives de messageries de presse, l'une consacrée à la distribution des quotidiens, l'autre consacrée à la distribution des magazines.

Ainsi, la Coopérative de la presse périodique [le 14 octobre 2010], la Coopérative des publications parisiennes [le 21 octobre 2010], la Coopérative des publications hebdomadaires et périodiques [le 22 octobre 2010], la Coopérative de distribution de la presse (hebdomadaires et périodiques) [le 25 octobre 2010], la Périodique [le 4 novembre 2010], l'Hebdomadaire [le 5 novembre 2010], la Coopérative des quotidiens de Paris [le 16 décembre 2010], Coopé Presse [le 16 décembre 2010] ont chacune tenu une assemblée générale extraordinaire décidant de leur dissolution anticipée au 31 décembre 2010.

Pour clôturer leurs opérations de liquidation, la Coopérative de la presse périodique [16 juin 2011], la Coopérative des quotidiens de Paris [le 16 juin 2011], l'Hebdomadaire [le 16 juin 2011], la Périodique [le 16 juin 2011], Coopé Presse [le 16 juin 2011], la Coopérative des publications parisiennes [le 17 juin 2011], la Coopérative de distribution de la presse (hebdomadaires et périodiques) [le 17 juin 2011], la Coopérative des publications hebdomadaires et périodiques [le 17 juin 2011], ont chacune tenu une assemblée générale.

Parallèlement, deux nouvelles Sociétés Coopératives de messageries de presse ont été constituées : la Coopérative de distribution des quotidiens, laquelle regroupe des éditeurs de presse quotidienne nationale et la Coopérative de distribution des magazines, laquelle regroupe des éditeurs de publications.

La Coopérative de distribution des magazines [le 2 décembre 2010] et la Coopérative de distribution des quotidiens [le 20 décembre 2010] ont chacune tenu une assemblée générale constituante ayant notamment pour effet de constituer la société, de désigner les premiers administrateurs, d'approuver un contrat de groupage, d'approuver le barème applicable au 1<sup>er</sup> janvier 2011.

La Coopérative de distribution des quotidiens et la Coopérative de distribution des magazines ont aussi constitué entre elles une société commerciale dénommée « Société Commune de Distribution de la Presse » dont elles détiennent respectivement 25 % et 75 % du capital, à l'effet de porter les participations détenues par les deux Sociétés Coopératives de messageries de presse (51 %) dans le capital de Presstalis et de la SAEM Transports-Presse aux côtés du groupe Lagardère.

La gouvernance et la composition du capital de Presstalis ont aussi été réformées conformément à l'accord trouvé en mai 2010 entre les éditeurs et le groupe Lagardère et aux préconisations du rapport de M. Bruno METTLING.

Ainsi, le 1<sup>er</sup> juillet 2011, la Société Commune de Distribution de la Presse est elle devenue Presstalis SAS et a opéré une transmission universelle de patrimoine avec Presstalis et la SAEM Transports-Presse (transmettant ainsi les fonds de commerce de Presstalis et de la SAEM Transports-Presse) du fait de l'identité de leurs actionnaires à la suite de la cession par le groupe Lagardère de ses participations de 49 % dans le capital de Presstalis et de la SAEM Transports-Presse pour 1 € symbolique intervenue le 26 mai 2011.

Presstalis SAS, détenue à 75 % par la Coopérative de distribution des magazines et à 25 % par la Coopérative de distribution des quotidiens, est administrée par un Conseil d'administration composée de dix membres, six membres désignés par la Coopérative de distribution des magazines, trois membres désignés par la Coopérative de distribution des quotidiens et une personne qualifiée disposant de compétences reconnues dans le domaine de la presse et/ou de l'édition. Le Conseil d'administration élit son président et nomme un directeur général.

A l'occasion de leurs assemblées générales tenues les 28 et 29 juin 2011, la Coopérative de distribution des quotidiens et la Coopérative de distribution des magazines ont élu pour une durée de trois ans leurs Conseils d'administration, afin de donner suite aux élections transitoires organisées lors des assemblées générales constituantes. Ces Conseils d'administration ont élu leur président respectif, M. Philippe CARLI et M. Hubert CHICOU et également désigné leurs représentants au Conseil d'administration de Presstalis SAS. Lequel a tenu sa première réunion le 30 juin 2011, élu Mme Anne-Marie COUDERC en qualité de présidente et désigné M. Vincent REY en qualité de directeur général, rendant ainsi effective la nouvelle gouvernance de la société de messagerie de presse.

Cette restructuration juridique s'est accompagnée au plan financier des éléments issus de l'accord trouvé en mai 2010 entre les éditeurs et le groupe Lagardère, notamment à travers : pour l'ensemble des éditeurs coopérateurs, un appel en capital réalisé à l'occasion de la constitution des deux nouvelles Sociétés Coopératives à hauteur de 16 millions €, répondant à l'appel lancé par le Conseil Supérieur à l'occasion de son Assemblée générale du 10 juin 2010, en faveur d'un renforcement des fonds propres des Sociétés Coopératives de messageries de presse ; pour le groupe Lagardère, la cession pour 1 € symbolique de ses participations de 49 % dans Presstalis et la SAEM Transports-Presse, l'apport de sa participation de 49 % dans la société Médiakiosk, le versement d'une subvention de 22,5 millions €.



Pour sa part, la Société Coopérative Messageries Lyonnaises de Presse, répondant également ainsi à l'appel lancé en ce sens par le Conseil Supérieur à l'occasion de son Assemblée générale du 10 juin 2010 a renforcé ses capitaux propres par une augmentation de capital de 3,5 millions €, réalisée en décembre 2010 auprès de ses éditeurs coopérateurs.







### **III - LE RESEAU DES AGENTS DE LA VENTE**

- **L'évolution du réseau des agents de la vente en 2010**
- **La capillarité du réseau de vente**
- **Le réseau des kiosques**
- **La rémunération des diffuseurs de presse**
- **L'assortiment des titres servis au point de vente**
- **L'évolution législative concernant les publications destinées à la jeunesse**
- **La contribution économique territoriale des diffuseurs de presse**
- **La réforme du niveau 2 de la distribution**

### III - LE RESEAU DES AGENTS DE LA VENTE

#### L'évolution du réseau des agents de la vente en 2010

L'évolution du réseau des agents de la vente est suivie à travers le bilan d'activité de la Commission du Réseau qui a tenu sa première séance le 6 janvier 2010.

Rappelons que la Commission du Réseau a notamment pour mission d'examiner et de statuer sur :

- les "Propositions diffuseur", qui sont les propositions formulées par les diffuseurs, par l'intermédiaire d'une messagerie de presse ou d'un dépositaire, concernant la création de points de vente de détail ou tout événement susceptible d'affecter substantiellement l'exécution d'un contrat de Diffuseur ;
- les "Propositions dépositaire", qui sont les propositions formulées par les dépositaires, directement ou par l'intermédiaire d'une Messagerie de presse, concernant la création, la modification partielle ou totale de la zone de chalandise (le "Rattachement") ; l'association logistique de dépôts de presse ; le transfert, à titre gratuit ou onéreux, directement ou indirectement, sous quelque forme que ce soit (la "Mutation") d'un contrat de dépositaire ; ou tout autre événement susceptible d'affecter substantiellement l'exécution d'un contrat de dépositaire.

Par ailleurs, la Commission du Réseau enregistre les fermetures de points de vente de détail, dont les dépositaires de presse doivent l'informer au plus tard dans les six mois suivant la fermeture.

Ainsi, concernant les points de vente de détail, le bilan d'activité de la Commission du Réseau comptabilise d'une part les propositions de création acceptées par la Commission et d'autre part les fermetures de points de vente dont elle a été informée au cours des onze séances tenues durant l'année 2010.

Les membres de la Commission ont mis régulièrement l'accent sur la nécessité d'assurer la remontée la plus rapide des informations concernant l'évolution du réseau. Cette célérité étant indispensable pour éclairer la profession sur cette question prioritaire.

Au 31 décembre 2010, il apparaissait que le nombre de points de vente agréés de la presse nationale restait en solde positif pour la 4<sup>ème</sup> année consécutive, avec un gain net de 485 unités résultant des 1 412 créations acceptées et des 927 fermetures dont la Commission avait été informée. Ce solde positif complète les 1 825 points de vente supplémentaires déjà enregistrés sur les trois années précédentes pour établir le gain cumulé à 2 310 points de vente depuis 2007. Ce bilan confirmait donc la rupture constatée par rapport aux années antérieures. Pour mémoire au cours des exercices 2004, 2005, 2006, nous constatons un solde négatif en moyenne chaque année de 455 points de vente.

Cependant il est à noter que le nombre de créations diminue d'année en année depuis 2007, date à laquelle ce nombre avait sensiblement augmenté passant de 596 créations en 2006 à 2 102 en 2007. Rappelons qu'en 2008 et 2009 nous comptons respectivement 1 836 et 1 676 créations de points de vente. Ainsi l'essoufflement de la dynamique de création de points de vente que le Conseil Supérieur évoquait dans son précédent rapport est-il malheureusement confirmé.

A ce propos, il nous faut signaler qu'une nette et nouvelle dégradation a été observée par la Commission du Réseau sur le 1<sup>er</sup> semestre de l'année 2011. La Commission a jugé la situation suffisamment préoccupante pour adopter et rendre publique une motion, à l'occasion de sa séance du 1<sup>er</sup> juin 2011 (cf. supra). Par cette motion la Commission faisait part de son inquiétude au vu du faible nombre de « Propositions diffuseur » qui lui avaient été transmises par les dépositaires de presse durant le 1<sup>er</sup> semestre 2011, soulignant que la Commission n'avait été appelée à examiner que 539 dossiers de création contre 778 sur la même période en 2010, soit une forte baisse de - 31%.

Par ailleurs, le nombre de fermetures de points de vente déclarées reste à un niveau élevé (927 fermetures), ceci malgré le net fléchissement constaté en 2010 par rapport à 2009, année durant laquelle il convient de rappeler que de nombreuses régularisations avaient été enregistrées. Nous devons signaler que sur les quatre dernières années, en moyenne, 1 200 fermetures ont été enregistrées. Une nouvelle fois, une part importante de ces fermetures est liée à des changements de nature de points de vente vers des points de vente complémentaires (ces transferts pesaient en 2009 pour 12,5 % du total des fermetures, ils pèsent en 2010 pour 17%).

A travers la motion précitée, les éditeurs membres de la Commission du Réseau ont également souhaité alerter la profession, sur le nombre croissant de ces changements de nature constatés durant le 1<sup>er</sup> semestre 2011. En effet, le poids des points de vente complémentaires « PVC » dans le total des créations a augmenté sensiblement sur les derniers mois, pour atteindre 44 % (39 % sur la même période 2010). Mais surtout la Commission a relevé que près du tiers des nouveaux « PVC » sont en fait des magasins de presse à offre large qui optent pour ce statut de magasin à offre limitée et souligné que ces changements de nature s'accompagnent d'une perte de chiffre d'affaires estimée par les sociétés de messageries de presse à 50 %. La Commission a voulu marquer sa vive inquiétude devant un constat qui cumule une forte baisse du nombre d'ouvertures de points de vente et une réelle détérioration de la qualité du réseau de vente.

Soulignons que le bilan d'activité de la Commission du Réseau donne une vision des agréments en cours à une date donnée et non des points de vente actifs à cette même date (décalage entre l'agrément d'un point de vente et son ouverture effective ou entre la fermeture d'un point de vente et la déclaration de fermeture). Une donnée plus directement commerciale est utilisée dans le point présenté ci-dessous, laquelle ressort de la notion de « point de vente standard actif ».

Comme nous l'observons en 2009, l'année 2010 est marquée par des fermetures concernant en particulier le réseau traditionnel.

En 2010, les grandes tendances constatées précédemment sur les segments de points de vente se confirment. Le nombre de rayons en grandes et moyennes surfaces alimentaires connaît une progression importante avec 201 créations (+ 148 unités). Cette progression est principalement portée par les supermarchés avec 126 créations. A fin mai 2011, on comptait 2 405 implantations en rayons intégrés d'hypermarchés (815) ou de supermarchés (1 590). Le réseau traditionnel relevant des segments « librairie presse », « bar presse », « tabac presse », « alimentation presse » accuse une nouvelle baisse avec un solde négatif cumulé de 321 points de vente. Ce sont en particulier les segments « librairie presse » et « tabac presse » qui sont le plus touchés (librairies presse : - 210 unités ; tabac presse : - 75 unités). Le développement des « enseignes concepts » se poursuit (+ 29 unités). A fin mai 2011, on dénombre 2 598 magasins sous enseignes presse, 718 « *Maison de la Presse* », 1 076 « *Mag Presse* », 22 « *Mag Presse City* », 14 « *Agora* » et 768 « *Relay* ». Les ouvertures de "points de vente complémentaires" (+ 393 unités) et de "points de vente quotidiens" (+ 241 unités) ont pour leur part permis de préserver la capillarité du réseau (+ 634 postes de vente de capillarité), même si le caractère positif de ce bilan est à nuancer du fait des phénomènes de transferts précités.

Concernant le réseau des dépositaires de presse, au 31 décembre 2010, après les rattachements des situations d'Annemasse, Chelles, Colmar, Flers, Guingamp Mantes-la-Jolie, Moûtiers, Saint-Nazaire, Saint-Germain-en-Laye, Saint-Lô, Thonon-les-Bains, nous comptons 152 dépositaires de la presse nationale contre 163 au 31 décembre 2009 (hors PLR).

Les 152 dépôts se répartissaient ainsi : 90 dépôts privés, 34 dépôts gérés par le groupe Presstalis (SOPROCOM - SAEM TP), 5 dépôts gérés par les MLP (Forum Diffusion Presse), 20 agences SAD et 3 dépôts de la Société Presse Paris Services (SPPS).



## **La capillarité du réseau de vente**

Les éditeurs réaffirment régulièrement comme une priorité commerciale leur volonté de faciliter l'accès des lecteurs à l'offre de presse. C'est pourquoi ils invitent avec insistance les acteurs du système de distribution à inscrire leur action dans cette ambition. Afin de promouvoir le développement du réseau, la profession joue sur différents leviers : consolidation du réseau en place (évolution des rémunérations, réforme de la technique professionnelle, modernisation...), nouvelles approches à mêmes de promouvoir la présence de la presse dans de nouveaux lieux de vente et dans de nouveaux univers commerciaux (points de vente à offre limitée), soutien apporté au réseau des kiosques, développement des politiques d'enseignes presse, développement des relations avec les grandes enseignes du commerce alimentaire, augmentation qualifiée de la rémunération des enseignes culturelles...

L'ensemble de ces démarches a permis de maintenir la capillarité du réseau dans un contexte de marché difficile, ainsi depuis mars 2007, une inversion de tendance s'était dessinée, puis solidement confirmée, quant au nombre de points de vente presse en activité. Cependant ces premiers résultats positifs sont désormais remis en cause. En effet, une inflexion du nombre de points de vente actifs était apparue à fin avril 2010 (- 153 points de ventes actifs) et se trouve confirmée sur les premiers mois

de 2011. Ainsi, à fin mai 2011 le réseau de vente compte 29 331 points de vente actifs contre 29 936 à fin mai 2010, soit une perte 605 points de vente. Il faut souligner que le gain enregistré depuis l'embellie de l'année 2007 est effacé, en effet entre mai 2007 et mai 2011 nous constatons une perte de 317 points de vente. Un phénomène tiré par la situation particulièrement préoccupante de l'Île de France qui perd quant à elle 329 points de vente sur la même période.

Dans ce contexte, il apparaît plus que jamais indispensable d'intensifier la mobilisation des acteurs en faveur de la consolidation du réseau en place et de la recherche de nouveaux lieux de vente. L'appel lancé le 1<sup>er</sup> juin 2011 par les éditeurs membres de la Commission du Réseau aux dépositaires de presse, invitant ces derniers à « *se mobiliser fortement et sans délai pour assurer la capillarité et l'efficacité du réseau de vente de la presse sur les zones de chalandise qui leur sont confiées, conformément aux attentes des éditeurs* » va précisément dans ce sens (cf. supra).

Pour consolider le réseau de vente et préserver la qualité de ce dernier, le Conseil Supérieur souligne l'urgence qu'il y a à rendre effective la réforme technique de la distribution, tout particulièrement à travers la mise en place de l'assortiment des titres. Ainsi, la Commission du Réseau, dans le cadre de la mission qui lui est confiée par le Conseil Supérieur et qui l'appelle notamment à « *veiller à la bonne organisation, à la pertinence, à l'efficacité et au développement équilibré du Réseau* », a également souhaité dans la motion adoptée le 1<sup>er</sup> juin 2011 alerter la profession « *sur les conséquences concrètes et quotidiennes, préjudiciables à l'exposition de la presse et à la vente, du retard pris dans la mise en œuvre de la réforme d'adaptation de l'offre de presse aux points de vente* ».

Le développement du réseau de vente s'est notamment appuyé ces dernières années sur les nouvelles approches adoptées par les Sociétés Coopératives de messageries de presse. Celles-ci fondées sur des règles consensuelles de fonctionnement, permettent d'implanter une offre limitée de presse dans des points de vente ayant vocation à répondre au besoin de capillarité. Ces nouvelles approches ont permis aux éditeurs d'envisager trois nouveaux types de points de vente : les "*points de vente quotidiens*" (PVQ), les "*points de vente complémentaires*" (PVC) et les "*points de vente thématiques*" (PVT). Les "*points de vente complémentaires*" présentent une offre composée à la fois de titres quotidiens et de publications (150, 100 ou 50 publications distribuées par les différentes sociétés de messageries de presse selon les potentiels commerciaux). Ces trois approches ont pour objectif de faciliter l'accès du lecteur aux titres à courte périodicité, ou à grande diffusion, ou encore à centre d'intérêt.

A fin mai 2011 on dénombrait, parmi les points de vente actifs, 1 111 "*points de vente quotidiens*" (PVQ), 2 561 "*points de vente complémentaires*" (PVC) et 24 "*points de vente thématiques*" (PVT). Soit un total de 3 696 "*points de vente à offre limitée*", contre 3 596 à fin mai 2010 (+ 100 points de vente à offre limitée).

Néanmoins, la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles du Conseil Supérieur, dans le cadre de ses travaux relatifs à l'adaptation de l'offre servie aux points de vente, a souligné que le recours aux points de vente complémentaires (PVC et PVT), qui se voient appliquer des conditions d'assortiment dérogatoires à

travers un nombre de titres limité, issus d'une logique de palmarès national ou thématique, n'avait été admis par la profession qu'à titre transitoire. La Commission a recommandé que, dès lors que les agents de la vente auront la faculté de recourir à des dispositions d'assortiment des titres reposant sur le dialogue commercial, le Conseil Supérieur veille à limiter le recours au dispositif transitoire des points de vente complémentaires et à assouplir ses règles de gestion. La Commission a également souligné que cette démarche devrait prendre en compte le réseau déjà constitué de ces points de vente et les contrats en cours. L'assemblée générale du Conseil Supérieur réunie le 18 novembre 2010 a adopté la recommandation de la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles.

Les éditeurs ne remettent pas en cause l'apport de ces nouvelles approches au développement du réseau et sont pleinement conscients que sans celles-ci le déficit de points de vente serait sensiblement plus important. Cependant, face au rejet par de nombreux diffuseurs de presse des méthodes d'approvisionnement non régulées qui leur sont proposées, les éditeurs s'inquiètent du phénomène significatif de transfert de points de vente existants vers la catégorie des *"points de vente complémentaires"* qui est aujourd'hui observé. Si jusqu'à présent la limitation de la rémunération des points de vente complémentaires, rémunérés au taux de 10 %, apparaissait constituer une protection efficace contre cette dérive, il semble que ce ne soit plus le cas. Ainsi, la Commission du Réseau a récemment attiré l'attention de la profession sur le fait que près du tiers des nouveaux « PVC » sont désormais en fait des magasins de presse à offre large qui optent pour ce statut de magasin à offre limitée et que 40 % des créations de points de vente se font dans le cadre de ce statut.



## **Le réseau des kiosques**

Depuis 2005, une attention toute particulière a été portée par la profession à la consolidation et au développement du réseau des kiosques, les efforts entrepris ont été prolongés en 2010.

La nouvelle dynamique ainsi créée, se traduisant notamment par les mesures prises en termes d'augmentation de la rémunération et en matière de technique professionnelle, permet à ce réseau de poursuivre sa progression.

L'ensemble des éditeurs se félicite de la poursuite de la consolidation de ce réseau essentiel, qui compte 699 kiosques à fin mai 2011 contre 619 à fin avril 2010 (+ 12,9 %). Sur Paris, on dénombre 341 kiosques ouverts contre 268 en 2005. Les objectifs de développement fixés par la Ville de Paris dans le cadre de la 1<sup>ère</sup> délégation de service public confiée à la société Médiakiosk ont ainsi été atteints. Une 2<sup>ème</sup> délégation de service public a été conclue entre ces deux acteurs en octobre 2010, pour une durée de 5 ans. Cette convention fixe un nouvel objectif de 40 créations de kiosques, dont 10 réouvertures. En 2010, c'est le réseau provincial qui s'est développé, celui-ci compte à fin mai 2011 358 kiosques de presse. Les nouvelles implantations ont été réalisées principalement en centre-ville (Lyon, Montpellier, Mulhouse) et sur plusieurs sites touristiques (Cap Ferret, Saint Palais, Pornichet, Hyères Vallauris, Beausoleil). Les efforts d'implantation dans les galeries marchandes, en

partenariat avec les opérateurs de centres commerciaux, se sont poursuivis, avec près de 50 kiosques installés dans des galeries marchandes (Dijon, Saint Etienne, Grenoble, Castres, Besançon, Clermont Ferrand, Bordeaux, Limoges, Le Havre). A titre d'illustration du nouveau dynamisme du réseau des kiosques, mentionnons le partenariat mis en place entre les sociétés Médiakiosk et Unibail Rodamco, qui a permis la création par le designer M. ORA ITO d'un kiosque « nouvelle génération » déjà installé dans les galeries marchandes du Carré Sénart, du Forum des Halles et de Docks 76 à Rouen.

Concernant la rémunération des kiosquiers, dans le cadre du suivi mis en place sur la question de la rémunération des agents de la vente, le Conseil Supérieur a relevé que 3,5 millions € avaient été mobilisés au titre de la rémunération complémentaire versée aux kiosquiers en 2010 (3,4 millions € en 2009). La contribution des éditeurs distribués par Presstalis/SAEM Transports-Presses s'est élevée à 3,1 millions d'euros, celle des éditeurs distribués par les MLP à 0,4 million d'euros.

En fin d'année 2010, le réseau des kiosquiers et diffuseurs de presse parisiens a été sérieusement affecté par les conséquences des mouvements sociaux liés à la restructuration de la Société Presse Paris Services (SPPS). Afin de pallier les difficultés financières de ces marchands, l'ensemble de la profession a veillé à mettre en place des dispositifs d'aides exceptionnelles. Les sociétés de messageries Presstalis et MLP ont très vite accordé des facilités de règlement des fournitures. Par ailleurs, Presstalis a mis en place une aide financière exceptionnelle de 500 000 € pour les diffuseurs de presse parisiens. De son côté, la société Médiakiosk a consenti à des avances de trésorerie de 400 000 € à destination des kiosques parisiens (correspondant à l'anticipation de deux mois de subventions trimestrielles). Enfin, les pouvoirs publics se sont également mobilisés en faveur des diffuseurs de presse parisiens. Au plan municipal, la Mairie de Paris a voté, le 7 février 2011, deux mesures en faveur des kiosquiers parisiens, attribuant d'une part 200 000 € au Centre d'Entraide Parisien de la Presse et de l'Edition (CEPPE), qui a été chargé de répartir cette somme et facilitant d'autre part le développement de leurs revenus de diversification (Produits édités par la Ville de Paris, par Paris Plages, guides de la capitale, cartes de stationnement, titres de transport RATP). Au nom de l'Etat, le Ministre de la culture et de la communication, M. Frédéric MITTERRAND, a annoncé qu'il envisageait une bonification spécifique de l'aide financière exceptionnelle aux diffuseurs de presse dont les modalités sont en cours de définition (cf. infra).



### ***Le plan de développement du réseau des kiosques***

Lors de la clôture des Etats Généraux de la Presse Ecrite, le Président de la République avait souhaité, qu'une " *mission soit diligentée à l'échelle nationale, afin d'identifier et de lever, dans un délai d'un an, les obstacles techniques et administratifs à la création de nouveaux points de vente, et de donner une impulsion au développement du réseau* ". M. Michel BALLUTEAU, Inspecteur général des affaires culturelles, chargé par le Ministre de la culture et de la communication de mener cette mission avait souligné dans son rapport tout l'intérêt que présenterait pour la profession un plan de développement du réseau des kiosques, il précisait aussi quelle devrait être l'ambition raisonnable d'un tel projet et détaillait les

conditions de sa réalisation, tant au plan juridique, qu'en termes d'économie et de financement.

Sous la conduite de M. Vincent PEYREGNE, Conseiller pour la presse écrite, internet et les nouveaux médias du Ministre de la culture et de la communication, un Comité de pilotage du projet de plan de développement des kiosques s'est régulièrement réuni au Ministère.

Egalement fin 2009, pour assurer la mise en œuvre des préconisations issues du rapport de M. Michel BALLUTEAU, le Conseil Supérieur, en concertation avec le Ministère de la culture et de la communication, a mis en place deux groupes de travail dédiés à l'implantation des kiosques à journaux animés par M. Guy DELIVET, Directeur délégué du Conseil Supérieur. La coordination des travaux et la mise en œuvre de préconisations relatives à l'implantation des kiosques à journaux étaient assurées par la Direction Générale des Médias et des Industries Culturelles (DGMIC).

Le 1<sup>er</sup> groupe de travail constitué par le Conseil Supérieur était dédié à une réflexion visant à clarifier et à sécuriser le cadre juridique de l'implantation des kiosques à journaux. Ce groupe de travail a notamment réuni des représentants de l'Association des Maires de France (AMF), de la DGMIC, des éditeurs représentatifs du pluralisme de la presse, des représentants de la société Médiakiosk.

Le 2<sup>ème</sup> groupe de travail mis en place par le Conseil Supérieur était dédié à une réflexion sur le modèle économique des kiosques à journaux, il abordait également la question du développement du réseau des kiosques. Ce groupe de travail a notamment réuni des représentants de la DGMIC, des éditeurs représentatifs du pluralisme de la presse, des représentants des sociétés de messageries de presse, des représentants des sociétés Médiakiosk, FDJ (Française des Jeux) et du PMU.

Ces travaux ont permis de bâtir un projet visant à clarifier, simplifier, homogénéiser et sécuriser le cadre juridique d'implantation des kiosques à journaux. Ainsi ont été élaborées des propositions de modifications d'ordres législatives et réglementaires touchant au code général des collectivités territoriales, au code de l'urbanisme et au code général des impôts. Ces projets ont fait l'objet d'une présentation au Bureau de l'Association des Maires de France, qui a rendu un avis favorable à leur propos.



Dans le prolongement de ces travaux, le Ministre de la culture et de la communication, le Président de l'Association des Maires de France et le Président du Conseil Supérieur ont signé le 22 mars 2011 une convention intitulée "*Engagement en faveur du développement du nombre de kiosques à journaux sur le territoire*". Cette convention est porteuse d'une ambition au service de la modernisation et du développement du réseau de vente de la presse, elle vise à faciliter l'installation de plus de 300 nouveaux kiosques à journaux en France et à créer les conditions d'une exploitation saine et durable de ces derniers. Les objectifs partagés par tous les acteurs concernés sont réaffirmés à cette occasion, ils consistent à clarifier le régime d'occupation du domaine public mis en œuvre par les collectivités territoriales pour l'installation des kiosques à journaux et à consolider le modèle économique de ces derniers.

Pour mettre en œuvre les projets visant à simplifier, sécuriser et rationaliser le cadre juridique afférent à l'occupation du domaine public inhérente à l'implantation des kiosques en tissu urbain, le recours à une circulaire ministérielle pourrait être privilégié. Celle-ci permettrait dans les délais les plus rapides de rappeler et préciser les modalités juridiques les plus adaptées. Le Conseil Supérieur travaillera dans cette perspective en concertation avec la Direction Générale des Médias et des Industries Culturelles.

Pour permettre aux opérateurs de kiosques de bénéficier d'une exonération ou d'une réfaction de la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE) à hauteur de 50 % de son montant, le rapport rendu par M. le Député Jean-Luc WARSMANN, dans le cadre de la mission de simplification au bénéfice des acteurs économiques que lui a confié M. le Président de la République, préconise une modification de l'article L. 2333-8 du code général des collectivités territoriales. Cette préconisation rejoint la proposition formulée dans le cadre des travaux conduits par le Conseil Supérieur, elle pourrait être prise en compte dans la prochaine proposition de loi de simplification.

Rappelons que des crédits du Fonds de Modernisation de la Presse (FDM) ont été mobilisés pour la première fois en 2010 dans le cadre du financement de l'installation de 27 nouveaux kiosques s'inscrivant dans le projet de développement du réseau. Une nouvelle contribution publique de 2 millions d'euros est prévue au cours des deux prochaines années.



### **La rémunération des diffuseurs de presse**

Les Etats Généraux de la Presse Ecrite ont souligné la nécessité d'augmenter de manière significative la rémunération des agents de la vente du niveau 3, par une réduction des coûts d'intervention des niveaux 1 et 2. L'objectif affirmé consiste, dans le cadre d'un plan pluriannuel, à mieux répartir la valeur dans la chaîne de distribution, au profit du niveau 3.

C'est dans cet esprit que le Conseil Supérieur a engagé les travaux sur la question de l'optimisation de la distribution. Ces travaux ont porté sur la recherche de nouveaux gains de productivité, tout d'abord à travers la réorganisation du niveau 2. Cependant, à cette occasion, il est rapidement apparu que ce dernier avait vu son économie profondément affectée par la crise et que dès lors sa réorganisation devait avoir pour premier objectif d'assurer sa pérennité. Le présent rapport rend également compte de l'état d'avancement de ces travaux (cf.supra).

Concernant le niveau 3, le Président du Conseil Supérieur a rappelé le 11 février 2011, dans un courrier adressé à M. Gérard PROUST, Président de l'Union Nationale des Diffuseurs de Presse (UNDP), que l'objectif de consolidation et de développement du niveau 3 restait une forte priorité. Dans ce même courrier, il a rappelé avoir indiqué, devant l'Assemblée générale du Conseil Supérieur le 22 décembre 2010, l'ardente nécessité qu'il y avait à hâter les réformes de la profession confrontée à une baisse d'activité accélérée et à des difficultés structurelles. Il a aussi souligné qu'il avait alors précisé qu'il convenait de conduire l'ensemble des

réformes sans jamais oublier la nécessaire redéfinition de la chaîne de valeur au sein du système de distribution, qui a pour particularité accusée d'être insuffisamment tournée vers les diffuseurs de presse. C'est dans ce contexte que le Président du Conseil Supérieur a informé M. Gérard PROUST qu'il saisirait la Commission des Normes et des Bonnes Pratiques Professionnelles de la question de la rémunération des diffuseurs de presse dans la suite des travaux conduits par le Conseil Supérieur sur le niveau 2 de la distribution.

Le Conseil Supérieur rappelle que M. Bruno METTLING dans son rapport au Premier Ministre recommande la hausse d'un point de la commission des diffuseurs spécialisés sur les ventes de publications toutes coopératives et invite les acteurs de la distribution à s'inscrire dans cette perspective.



### ***L'évolution des protocoles relatifs à la rémunération des diffuseurs de presse et des kiosquiers***

A l'occasion de son Assemblée générale tenue le 10 juin 2010 et dans le cadre de la mission qui lui est confiée par le décret du 25 novembre 2005, le Conseil Supérieur a rendu six avis relatifs à six avenants portant de nouvelles évolutions des protocoles relatifs à l'augmentation de la rémunération des diffuseurs et des kiosquiers.

Trois d'entre eux ont été signés entre Presstalis, la SAEM Transports-Presse et les organisations représentant les agents de la vente. Les trois autres ont été signés entre les MLP et les mêmes organisations représentant les agents de la vente. Ces six avenants ont 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.

Rappelons que les avenants relatifs au 1<sup>er</sup> plan, prévoient un aménagement des critères posés par les conventions :

- en lieu de l'obligation de disposer d'un linéaire mural supérieur à 4 mètres au sol et de l'obligation de prise en compte, au titre du linéaire mural, du seul mobilier de plus de 1,70 mètre de hauteur, le linéaire presse dédié aux produits des messageries doit représenter un minimum de 40 mètres linéaires développés (les îlots, les présentoirs, hors quotidiens, sont pris en compte),
- le diffuseur s'engage à consacrer à la présentation en vue de la vente de la presse un pourcentage de son linéaire mural, lequel pourcentage variera selon la surface de vente de son magasin, le linéaire mural presse de référence utilisé pour le calcul du critère de représentativité de la presse étant un mobilier mural de plus de 1,70 mètre de hauteur,
- le point de vente doit justifier d'une certification niveau 1 merchandising et ainsi respecter les quatre critères suivants (Ce critère a été mis en place à partir du 1<sup>er</sup> juillet 2011)
  - o présence de zones distinctes : zone à dominante de titres masculins et zone à dominante de titres féminins,

- proportion négligeable de titres présentés en éventail (< à 10 % du linéaire presse),
- présence d'une signalétique famille,
- classement des titres en respectant la signalétique.

Les avenants relatifs au 2<sup>ème</sup> plan, portant sur les dispositifs dédiés aux diffuseurs de presse et aux kiosquiers, prévoient un aménagement des critères posés par les conventions :

- une baisse du seuil d'accès au critère de performance commerciale (qui passe de 45 K€ à 42 K€ pour les spécialistes petites surfaces et de 70 K€ à 68 K€ dans les autres cas)
- afin de simplifier le dispositif qui prenait en compte un critère de localisation (dans une commune de plus de 10.000 habitants), seule la notion d'aire urbaine et/ou de commune classée commune touristique par le Ministère du Tourisme, sont désormais retenus. Le complément de rémunération appliqué aux diffuseurs de presse situés dans une aire urbaine de plus de 50.000 habitants ou dans une commune classée commune touristique par le Ministère du Tourisme est maintenu à 1%,
- les diffuseurs dont le point de vente est situé dans une commune saisonnière identifiée sur le site de la Direction du Tourisme bénéficient d'un complément de rémunération de géo-commercialité de 1% dès lors que le point de vente réalise un CA presse publications coopératives semestriel suffisant comme pour tous les autres diffuseurs,
- le point de vente doit justifier soit d'un plan merchandising agréé par les messageries, soit d'une certification niveau 2 merchandising et ainsi respecter en plus du niveau 1 merchandising les quatre critères suivants (Ce critère a été mis en place à partir du 1<sup>er</sup> juillet 2011) :
  - présenter quatre "unes" de quotidiens nationaux dans le sens de la lecture sur un mobilier spécifique (hors vitrine),
  - réaliser des décrochements de gradins : un élément sur deux au niveau des yeux et des mains (deux éléments en continu sont tolérés).
  - positionner le gradin du haut du mobilier mural à une hauteur maximale de 1,85 mètre,
  - respecter le plan merchandising de la profession en vigueur.

Chacun de ces avenants a fait l'objet d'une étude attentive du Président, assisté des membres du Bureau et du Conseil du Conseil Supérieur, 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 du 9 février 1988. A la suite de ce travail, le Président a été en mesure de présenter à l'Assemblée générale du Conseil Supérieur, réunie le 10 juin 2010, six projets d'avis.

Les six projets d'avis présentés à l'Assemblée générale ont permis, avant leur adoption à l'unanimité, un examen collégial de la conformité des critères subordonnant les majorations des taux de commission des agents de la vente avec les dispositions de l'article 1<sup>er</sup> du décret du 25 novembre 2005 ainsi que l'instauration d'un débat contradictoire, neutre indépendant et impartial.

Le Conseil Supérieur a ainsi adressé à M. le Ministre de la culture et de la communication, six avis sur la conformité des six avenants signés entre les sociétés de messageries de presse et les organisations représentant les agents de la vente.

Ces six avis rendus par le Conseil Supérieur ont ouvert la voie à l'application, dès le 1<sup>er</sup> juillet 2010, des nouvelles dispositions venant majorer les taux de commissions des diffuseurs de presse et des kiosquiers.



### ***Le suivi de la réalisation des protocoles portant amélioration de la rémunération des diffuseurs de presse et des kiosquiers***

Nous rappelons qu'en octobre 2006, le Conseil Supérieur, conformément à la décision de son Assemblée générale du 2 février 2006, a mis en place un Comité de suivi relatif à la rémunération des diffuseurs de presse et des kiosquiers. Ce comité est appelé à suivre la réalisation des protocoles et conventions ayant pour objet l'amélioration de la rémunération des marchands. Composé de 20 membres, le Comité de suivi rassemble des éditeurs, les directions des sociétés de messageries, les représentants des dépositaires de presse, des diffuseurs de presse et des kiosquiers. Siègent ainsi dans cette instance tous les acteurs concernés.

Dans notre précédent rapport, nous avons rendu compte des travaux de suivi effectués et notamment de ceux relatifs à l'exécution des plans d'amélioration de la rémunération des diffuseurs de presse et des kiosquiers pour l'année 2009, en évoquant la réunion du Comité de suivi tenue le 21 mai 2010. Si le Comité de suivi n'a pas eu l'occasion de se réunir depuis cette date, le Conseil Supérieur n'en a pas moins veillé à recueillir auprès des sociétés de messageries de presse les éléments relatifs à la réalisation des plans d'amélioration de la rémunération du réseau de vente au cours des 1<sup>er</sup> et 2<sup>ème</sup> semestre 2010 et sur leurs perspectives d'évolution. Le Président du Conseil Supérieur a communiqué aux membres du Comité de suivi les rapports établis à sa demande par les sociétés de messageries de presse.

Rappelons que les magasins relevant d'un concept « d'enseigne culturelle », ont depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2010 accès aux dispositifs relatifs à l'amélioration de la rémunération des diffuseurs de presse selon un principe de qualification. C'est lors de son Assemblée générale du 5 novembre 2009 et dans le cadre du décret du 25 novembre 2005, que le Conseil Supérieur avait été appelé à rendre des avis sur des avenants présentés en ce sens.

Rappelons également qu'au 1<sup>er</sup> juillet 2010, une nouvelle évolution d'un ½ point de la rémunération des kiosquiers et des spécialistes petites superficies, a été mise en œuvre en application des dispositions prévues aux protocoles évoqués ci dessus.

Concernant les éléments financiers relatifs au 1<sup>er</sup> semestre 2010, toutes messageries confondues, il ressort que 22,4 millions € (22,7 millions € pour le 1<sup>er</sup> semestre 2009) ont été versés, en application des 1<sup>er</sup> et 2<sup>ème</sup> plans (11,6 millions € au titre du 1<sup>er</sup> plan et 10,8 millions € au titre du 2<sup>ème</sup> plan). Presstalis/SAEM Transports-Presse ayant versé 17,2 millions € de rémunération complémentaire au réseau de vente et les MLP 5,2 millions €.

Concernant les populations de marchands concernées, il ressort que 12 400 diffuseurs qualifiés ont reçu un complément de rémunération au titre du 1<sup>er</sup> plan unifié toutes messageries, que Presstalis/SAEM Transports-Presses ont qualifié 6 760 marchands (6 100 diffuseurs et 660 kiosquiers) dans le cadre de leur 2<sup>ème</sup> plan, que les MLP ont qualifié 6 470 marchands (5 840 diffuseurs et 630 kiosquiers) dans le cadre de leur 2<sup>ème</sup> plan.

Concernant les éléments financiers relatifs au 2<sup>ème</sup> semestre 2010, toutes messageries confondues, il ressort des éléments communiqués, que 23,1 millions € (24,8 millions € pour le 2<sup>ème</sup> semestre 2009) ont été versés, en application des 1<sup>er</sup> et 2<sup>ème</sup> plans (11,6 millions € au titre du 1<sup>er</sup> plan et 11,5 millions € au titre du 2<sup>ème</sup> plan). Presstalis/SAEM Transports-Presses ayant versé 17,2 millions € de rémunération complémentaire au réseau et les MLP 5,9 millions €.

Concernant les populations de marchands concernées, il ressort pour le 2<sup>ème</sup> semestre 2010 que 12 000 diffuseurs qualifiés ont reçu un complément de rémunération au titre du 1<sup>er</sup> plan unifié toutes messageries confondues, que Presstalis/SAEM Transports-Presses ont qualifié 6 750 marchands (6 100 diffuseurs et 650 kiosquiers) dans le cadre de leur 2<sup>ème</sup> plan, que les MLP ont qualifié 6 530 marchands (5 900 diffuseurs et 630 kiosquiers) dans le cadre de leur 2<sup>ème</sup> plan.

Précisons que, durant l'année 2010, une cinquantaine de magasins relevant d'un concept « d'enseigne culturelle » ont reçu un complément de rémunération au titre du 1<sup>er</sup> plan ou du 2<sup>ème</sup> plan de qualification, toutes messageries confondues. Ce sont ainsi quelques 0,45 millions € qui ont été versés par les sociétés de messageries en application des dispositifs entrés en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2010 (inclus dans les montants indiqués ci-dessus).

Ainsi pour l'année 2010, toutes messageries confondues, il ressort que 45,5 millions € ont été versés, en application des 1<sup>er</sup> et 2<sup>ème</sup> plans (23,2 millions € au titre du 1<sup>er</sup> plan et 22,3 millions € au titre du 2<sup>ème</sup> plan). Presstalis/SAEM Transports-Presses ayant versé 34,3 millions € de rémunération complémentaire au réseau de vente et les MLP 11,2 millions €.

Le Conseil Supérieur relève que le 2<sup>ème</sup> plan semble aujourd'hui avoir terminé sa montée en charge et a concerné un nombre équivalent de marchands en 2010 comparé à 2009. Le Conseil Supérieur, comme pour l'année 2009 relève avec satisfaction que les populations de marchands qualifiées admises au 2<sup>ème</sup> plan sont homogènes entre les messageries de presse.

Le Conseil Supérieur précise que l'évolution de la répartition des sommes versées entre les sociétés de messageries est la conséquence de l'évolution observée de leurs parts de marché respectives. Si le Conseil Supérieur note la diminution des sommes versées au titre des plans de qualification (- 4 %), il souligne que cette baisse est le corollaire de la baisse sensible de l'activité et qu'elle confirme l'importance de l'effort de consolidation du réseau engagé et maintenu par les éditeurs, dans un contexte économique extrêmement défavorable.



Les tableaux figurant ci-dessous présentent la synthèse des taux nets de rémunération des diffuseurs de presse et des kiosquiers (au 31.12.10), avant impact de la performance commerciale pour les diffuseurs qualifiés au titre du 2ème plan d'amélioration de la rémunération.

**Pour la Province :**

Type de diffuseurs	Lieu d'implantation	Rémunération quotidiens	Rémunération publications
Points de vente supplétifs (PVC, PVQ, PVT)	-	10 %	10 %
Diffuseurs ne répondant pas aux critères du 1 <sup>er</sup> plan	-	14 %	13 %
Diffuseurs répondant aux critères du 1 <sup>er</sup> plan	-	15 %	15 %
Diffuseurs répondant aux critères d'éligibilité du 2 <sup>ème</sup> plan	Galerie marchande d'hypermarché	15 %	De 16 à 21,5 %
	Galerie marchande de supermarché	15 %	De 16 à 19,5 %
	Aire urbaine	15 %	De 16 à 19,5 %
	Autres cas	15 %	De 16 à 18,5 %
Kiosques	-	19 %	20 %
Spécialistes petites surfaces	Galerie marchande d'hypermarché	21 %	21 %
	Galerie marchande de supermarché	19 %	19 %
	Aire urbaine	19 %	19 %
	Autres cas	18 %	18 %
Enseignes culturelles	Galerie marchande d'hypermarché	15 %	De 17 à 21,5 %
	Galerie marchande de supermarché	15 %	De 17 à 19,5 %
	Aire urbaine	15 %	De 17 à 19,5 %
	Autres cas	15 %	De 17 à 18,5 %

*Taux de commission avant impact d'une éventuelle rémunération attachée à la performance commerciale*

Pour Paris, Bordeaux, Lyon et Marseille :

Type de diffuseurs	Lieu d'implantation	Rémunération quotidiens	Rémunération publications*
Points de vente supplétifs (PVC, PVQ, PVT)	-	10 %	10 %
Diffuseurs ne répondant pas aux critères du 2ème plan	Paris	17 %	18,4 %
	Lyon, Bordeaux, Marseille	14 %	18 %
Diffuseurs répondant aux critères d'éligibilité du 2ème plan	Paris	17 %	De 18,4 % à 21,9 %
	Lyon, Bordeaux, Marseille	14 %	De 18 à 21,5 %
Kiosques	Paris	21 %	22 %
	Lyon, Bordeaux, Marseille	19 %	22 %
Spécialistes petites surfaces	Paris	19 %	22 %
	Lyon, Bordeaux, Marseille	18 %	22 %
Enseignes culturelles	Paris	17%	20,4 % à 21,9 %
	Lyon, Bordeaux, Marseille	14 %	20 % à 21 %

*Taux de commission avant impact d'une éventuelle rémunération attachée à la performance commerciale*



## L'assortiment des titres servis aux points de vente

### *Les premiers travaux du Conseil Supérieur pour réformer la gestion de l'assortiment des titres servis au point de vente*

Le Conseil Supérieur a relevé qu'une des priorités affirmée par les éditeurs depuis plusieurs années est de faciliter l'accès des lecteurs à l'offre de presse et d'adapter celle-ci à la capacité du point de vente à la présenter en fonction de son linéaire disponible.

Les travaux menés par la profession sous l'égide du Conseil Supérieur depuis 2004 ont souligné que la capacité d'exposition limitée des points de vente et l'encombrement des linéaires pénalisent les éditeurs qui voient les conditions d'exposition de leurs titres se dégrader et les taux d'invendus se détériorer. Egalement, ils ont souligné que le réseau de vente voit sa charge de travail s'alourdir à travers des tâches de manutention qui l'occupent de manière déraisonnable.

Pour donner toutes ses chances à une meilleure efficacité du réseau de distribution et à son développement, la profession s'attache à jouer sur les différents leviers à sa

disposition. Ainsi, sont parallèlement conduits la consolidation du réseau en place et de nouvelles approches à même de promouvoir la présence de la presse dans de nouveaux lieux de vente et dans de nouveaux univers commerciaux (points de vente à offre limitée).

Les Etats Généraux de la Presse Ecrite ont à leur tour mis en avant la crise sérieuse qui affecte le réseau de vente de la presse depuis des années. Ils ont insisté sur la nécessité de faciliter l'acte de vente, d'améliorer l'attractivité du métier de diffuseur de presse et retenu l'assortiment des titres servis aux points de vente comme une des trois principales mesures à mettre en place.

Le Conseil Supérieur a rappelé à plusieurs reprises la compatibilité de cette démarche avec les principes qui fondent le système de distribution et précisé qu'une telle évolution, conduite par les éditeurs, traçait la voie la plus certaine pour garantir durablement les prérogatives qui sont les leurs et qui constituent une des spécificités majeures du système.

Les tests réalisés par la profession ont permis de montrer que le dispositif d'assortiment des titres permettait d'améliorer l'exposition des titres et de mobiliser le réseau de vente autour de la richesse de l'offre de presse tout en préservant les ventes et en bénéficiant aux titres à centre d'intérêt à faible diffusion.

Dans le cadre de la mise en œuvre des recommandations issues des Etats Généraux de la Presse Ecrite, le Conseil Supérieur a notamment organisé et tenu des réunions de travail avec les directions des sociétés de messageries de presse et des Sociétés Coopératives de messageries de presse qui ont permis de confirmer leur accord pour la gestion de l'assortiment des titres et le plafonnement des quantités. Leurs modalités techniques ont été reprises dans un document intitulé « *Plafonnement des quantités - Assortiment des titres - Groupe de travail* » - *Assortiment et plafonnement* » - *Modalités du déploiement national - Mai 2009* » publié par le Conseil Supérieur.

L'Assemblée générale du Conseil Supérieur tenue le 5 mai 2009 a adopté, sur proposition du Président du Conseil Supérieur et comme convenu entre les acteurs, le principe de la mise en place d'un Comité de suivi chargé de veiller à la bonne application des mesures d'assortiment des titres et à leur éventuelle adaptation.

Le Comité de suivi dédié à cette réforme technique a été mis en place par le Président du Conseil Supérieur et a tenu sa première réunion le 3 décembre 2009. Sont associés au sein de ce Comité de suivi l'ensemble des acteurs de la distribution : les éditeurs, représentés dans leur pluralisme, les sociétés de messageries de presse, les dépositaires de presse, les diffuseurs de presse et les kiosquiers.

A l'occasion de la deuxième réunion du Comité de suivi tenue le 26 mai 2010, une question quant à la pertinence du dispositif retenu pour la gestion de l'assortiment des titres a été soulevée, certains s'étonnant que ce dispositif autorise le diffuseur à ne pas retenir dans l'offre présentée un "titre vendeur".



## ***La norme professionnelle relative à l'adaptation de l'offre de presse au point de vente***

Ce débat a conduit le Président, dans l'intérêt d'une régulation plus efficace de la distribution de la presse au bénéfice de l'ensemble du secteur, dans le respect des principes de transparence, de concertation, de pluralisme et d'efficacité institués par le Conseil Supérieur dans les règles de fonctionnement de la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles, à saisir, le 22 juillet 2010, la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles d'une demande d'élaboration d'une norme ou bonne pratique professionnelle relative à l'adaptation de l'offre fournie aux points de vente.

Compte tenu du calendrier de déploiement national du dispositif de l'assortiment des titres convenu entre les acteurs concernés, il est apparu urgent que le Conseil Supérieur puisse adopter, si tel était son choix, une norme ou bonne pratique professionnelle relative à l'adaptation de l'offre servie aux points de vente. Aussi, faisant application de l'article 8.11 du règlement intérieur du Conseil Supérieur, le Président a demandé à la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles de procéder à l'instruction de la saisine dans un délai de trois mois.

La saisine de la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles a permis aux acteurs de la profession de participer au débat nécessaire.

Après instruction de la saisine dans le respect des règles instituées au règlement intérieur, la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles a adopté par consensus de ses membres un projet de réponse motivée sous la forme d'une proposition de norme professionnelle relative à l'adaptation de l'offre de presse aux points de vente.

Egalement, la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles a adopté par consensus de ses membres, dans la continuité de la norme professionnelle proposée, des recommandations concernant les publications de grilles de jeux, les produits hors-presse, l'arbitrage des éventuelles difficultés de mise en œuvre de la norme professionnelle et les points de vente complémentaires.

Dans le délai de huit jours suivant la clôture de l'instruction, en application de l'article 8.13, 2<sup>ème</sup> alinéa du règlement intérieur du Conseil Supérieur, le président de la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles a transmis au Président du Conseil Supérieur la proposition de norme professionnelle adoptée par la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles.

En application de l'article 8.14, 1<sup>er</sup> alinéa du règlement intérieur du Conseil Supérieur, le Président a proposé à l'Assemblée générale du Conseil Supérieur d'adopter la norme professionnelle relative à l'adaptation de l'offre de presse aux points de vente proposée par la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles et d'entériner ses recommandations.

L'Assemblée générale du Conseil Supérieur du 18 novembre 2010 a adopté la norme professionnelle relative à l'adaptation de l'offre de presse aux points de vente

proposée par la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles et entériné ses recommandations.



La norme professionnelle adoptée par le Conseil Supérieur est précédée d'un exposé des motifs qui précise que :

*« La loi n°47-585 du 2 avril 1947, qui régit la distribution de la presse vendue au numéro, confère aux éditeurs la maîtrise de la distribution de leurs titres. Evoquant principalement le niveau 1 de la distribution et incidemment les niveaux 2 et 3, elle n'impose pas au diffuseur de presse de recevoir tous les titres que les éditeurs décident de lui confier, tandis que son article 6, qui n'a pas mis à la charge des agents de la vente une telle obligation, exonère tout dépositaire ou vendeur de celle de participer à la vente d'une publication frappée d'une mesure d'interdiction de vente aux mineurs, "nonobstant toute stipulation contraire du contrat qui le lie avec la société coopérative".*

*Les objectifs poursuivis par la profession à travers la démarche d'assortiment des titres, tels qu'ils ressortent notamment des Rapports moraux du Conseil Supérieur des Messageries de Presse, visent principalement à faciliter un meilleur accès des lecteurs à l'offre de presse et à assurer la pérennité, aujourd'hui menacée, du réseau de vente, tout en préservant les prérogatives des éditeurs.*

*Ils doivent permettre en particulier, d'abord, d'améliorer notablement la visibilité de l'offre grâce à une exposition qui réponde aux attentes de la clientèle compte tenu du linéaire disponible, ensuite, de dynamiser le réseau de vente tout en renforçant sa commercialité, ce qui doit conduire à endiguer le développement non maîtrisé d'un référencement anarchique et à réduire le volume des invendus, enfin, de valoriser l'attractivité du métier de diffuseur de presse.*

*A cet égard, les préoccupations des éditeurs, conscients de la nécessité d'une meilleure régulation de la distribution à travers le réseau collectif de vente, rejoignent les attentes des diffuseurs. D'une manière générale, il se dégage de l'ensemble de la profession un consensus en faveur d'une démarche qui repose avant tout sur la promotion d'un nouveau dialogue commercial entre les agents de la vente, dépositaires et diffuseurs de presse.*

*L'organisation du système coopératif et du réseau de distribution collectif de vente des journaux et publications périodiques est structurée autour du statut de mandataire commissionnaire du croire des agents de la vente.*

*Le contrat qui lie le diffuseur au dépositaire anticipe la démarche d'assortiment des titres, qui :*

*- tend à permettre au diffuseur de remplir de façon satisfaisante l'obligation que lui impose l'article 1<sup>er</sup>, selon lequel : "Le diffuseur concourt à cette action en exposant et proposant impartialement et convenablement à la vente les fournitures ainsi remises en dépôt",*

*- s'inscrit dans l'esprit et la lettre des obligations du dépositaire précisées à*

*l'article 8-3°, selon lequel : "Le dépositaire a l'obligation de fournir les journaux, publications et collections périodiques en titres et quantités nécessaires à la vente, compte tenu d'un pourcentage raisonnable d'invendus par titre".*

*Les usages professionnels en vigueur sont, d'une part, ceux qui ont été édictés par le Conseil Supérieur des Messageries de Presse en matière d'organisation du réseau de distribution et que les différents secteurs de la diffusion sont tenus d'observer, d'autre part, ceux qui ont été votés par les Sociétés Coopératives de Messageries de Presse en janvier 2005 et février 2006, à la suite et sur la base des recommandations formulées par le Conseil Supérieur des Messageries de Presse en juillet 2004.*

*A une époque où les questions de largeur de l'offre de presse et de linéaire disponible se posaient dans des termes différents de ceux observés aujourd'hui, il a été ainsi prévu que les diffuseurs de presse reçoivent et présentent à la vente la totalité des titres que les éditeurs décident de leur confier. Il a été toutefois retenu que : "les agents de la vente peuvent [...] demander des modifications de service du nombre d'exemplaires si la vente, en dehors des périodes de lancement, n'est pas en rapport avec les quantités fournies".*

*Le propre d'un usage professionnel est de ne pas être intangible et, par conséquent, de pouvoir évoluer afin de s'adapter aux contraintes du secteur. Les éditeurs ont ainsi accepté des évolutions des usages professionnels concernant la distribution de leurs titres à travers le réseau de distribution mutuel. A cet égard, en février 2006, les Sociétés Coopératives de messageries de presse ont souligné que : "Le bénéfice commun d'un système de distribution coopératif et d'un réseau de vente partagé implique que l'usage de la liberté individuelle reconnue à un éditeur ne porte pas atteinte, par des excès et abus éventuels, à l'intérêt de la collectivité des éditeurs" ».*

La norme professionnelle d'adaptation de l'offre de presse aux points de vente dispose :

#### 1. L'Offre de presse

L'offre de presse ("l'Offre de presse") est exclusivement composée de produits répondant aux conditions de qualification du produit presse définies par le Conseil Supérieur des Messageries de Presse et s'appliquant à l'ensemble des Sociétés Coopératives de messageries de presse.

L'Offre de presse est fournie par le dépositaire de presse au diffuseur de presse dans le respect des règles professionnelles, notamment des "règles GTI", qui s'appliquent depuis le 1<sup>er</sup> février 2006, et des règles de plafonnement des quantités servies aux points de vente, qui s'appliquent depuis le mois de mai 2009.

Dans l'exercice de son mandat, le diffuseur de presse est tenu de recevoir et de présenter à la vente l'Offre de presse qui lui est fournie par son dépositaire de presse et qui est composée des :

a. Journaux et publications périodiques d'information générale et politique tels que définis par le décret n°97-37 du 17 janvier 1997, ainsi que de leurs hors-séries et de leurs déclinaisons non régulières.

b. Journaux et publications de périodicité quotidienne et assimilés, ainsi que de leurs hors-séries et de leurs déclinaisons non régulières.

c. Publications périodiques nouvelles, définies comme étant des publications périodiques dont la date de la première mise en vente est antérieure de moins de six mois ou de moins de neuf mois pour une publication trimestrielle à la date du Palmarès national en cours de validité.

d. Autres publications périodiques, ainsi que de leurs hors-séries et de leurs déclinaisons non régulières.

## 2. Le Dialogue commercial

A la demande du diffuseur de presse ou à l'initiative du dépositaire de presse qui le fournit et qui aura recueilli son accord, les autres publications périodiques visées au d. ci-dessus sont déterminées en application du dispositif dit d'assortiment des titres.

L'assortiment des titres repose sur un dialogue commercial instauré avec le diffuseur de presse et sur des critères objectifs qui tiennent compte des caractéristiques du point de vente, en particulier de son linéaire développé, et des attentes de la clientèle (le "Dialogue commercial").

Le Dialogue commercial est conduit par le dépositaire de presse selon une régularité semestrielle. Les sociétés de messageries de presse, mandantes des éditeurs, y participent. Les éditeurs peuvent s'y joindre.

### a) Périmètre du Dialogue commercial

Le Dialogue commercial vise à optimiser l'Offre de presse, il porte sur :

- des publications de presse françaises et étrangères, actives, de périodicité comprise entre hebdomadaire et trimestrielle, qui ont réalisé dans le point de vente le plus fort chiffre d'affaires sur une base annualisée pondérée (le "Palmarès point de vente"), leurs hors-séries et leurs déclinaisons non régulières, selon un nombre déterminé par le linéaire développé du point de vente à raison de six publications par mètre linéaire développé,

- des publications de presse françaises et étrangères, actives, de périodicité comprise entre hebdomadaire et trimestrielle, qui ont réalisé au niveau national le plus fort chiffre d'affaires sur une base annualisée pondérée (le "Palmarès national"), leurs hors-séries et leurs déclinaisons non régulières, selon un nombre déterminé par le linéaire développé du point de vente à raison de trois publications par mètre linéaire développé,

- des publications de presse françaises et étrangères de périodicité comprise entre hebdomadaire et trimestrielle, au-delà des neuf publications par mètre linéaire développé issues du Palmarès point de vente et/ou du Palmarès national, leurs hors-séries et leurs déclinaisons non régulières.

Le Dialogue commercial est renforcé sur toute publication qui aura réalisé sur le point de vente au moins une vente toutes les deux parutions, le dépositaire de presse attire l'attention du diffuseur de presse sur celles-ci. Le Dialogue commercial ne peut avoir pour effet d'entraîner une diminution du nombre de références de publications fournies au point de vente au profit de produits dits "hors-presse". Il ne peut avoir pour effet d'entraîner une diminution du nombre de références de publications fournies, après prise en compte des nouvelles publications assorties à la demande du diffuseur de presse en accord avec les éditeurs, supérieure à 20 %. Il est précisé, d'une part, que ce plafond est calculé sur les publications ayant réalisé un chiffre d'affaires non nul sur le point de vente pour la période des douze mois glissants de référence, d'autre part, qu'aucun plafond ne s'applique sur les publications n'ayant réalisé aucun chiffre d'affaires sur le point de vente pour la période des douze mois glissants de référence. L'ensemble des publications éventuellement retirées de l'Offre de presse constatée à l'ouverture du Dialogue commercial ne peut représenter plus de 3 % du chiffre d'affaires réalisé par le diffuseur de presse lors de l'ouverture du Dialogue commercial.

Une publication qui ne serait pas retenue dans l'offre de presse issue du Dialogue commercial et qui en faisait partie lors de l'ouverture du Dialogue commercial réintègre l'Offre de presse lorsque, à l'issue d'un délai de douze mois pour les titres à périodicité inférieure à trimestrielle ou de dix huit mois pour les titres à périodicité trimestrielle, l'éditeur le demande.

#### b) Modalités du Dialogue commercial

a. Le Palmarès point de vente est défini par l'application de la formule suivante :

$$\frac{\text{Chiffre d'affaires}}{\text{Nombre de parutions réelles}} \times \frac{360 \text{ jours}}{\text{Nombre de jours moyen entre 2 parutions constatées}}$$

b. Le Palmarès national est défini par l'application de la formule suivante :

$$\frac{\text{Chiffre d'affaires}}{\text{Nombre de parutions réelles}} \times \frac{360 \text{ jours}}{\text{Nombre de jours moyen entre 2 parutions constatées}} \times \text{Taux de vente}$$

Le taux de vente est constitué par le rapport entre le nombre d'exemplaires vendus et le nombre d'exemplaires fournis.

c. Le calcul et la mise à jour du Palmarès national :

Le Palmarès national est déterminé sur un historique annuel, les intervalles

étant exprimés en termes de dates de relève. Il est mis à jour le premier lundi de chaque trimestre civil. Les sociétés de messageries de presse communiquent à cette fin les données relatives aux publications dont elles assurent la distribution.

d. Les règles de calcul communes aux Palmarès :

Les déclinaisons, qui consistent en des éditions particulières d'une publication mise en vente en même temps que la parution principale, sont considérées, lorsqu'elles font l'objet d'une parution régulière, comme des publications incluses dans l'Offre de presse et concourent à celle-ci. A défaut d'une parution régulière, les déclinaisons concourent au chiffre d'affaires de la publication principale. La régularité de parution d'une déclinaison est déterminée par le rapport entre le nombre de parutions annuel réel et le nombre de parutions théorique, lequel doit être supérieur à cinquante pour cent (50 %).

Le nombre de jours moyen entre deux parutions constatées est de sept jours pour les publications hebdomadaires ; de quatorze jours pour les publications bimensuelles ; de trente jours pour les publications mensuelles ; de soixante jours pour les publications bimestrielles ; de quatre-vingt-dix jours pour les publications trimestrielles.

e. Les nouveaux points de vente :

Pour tout nouveau point de vente, le Palmarès point de vente initial est défini suivant une moyenne constatée sur un panel composé au minimum de trois points de vente de référence, en considération des caractéristiques du point de vente concerné.

c) Séquencement du Dialogue commercial

Le Dialogue commercial se tient sur une période de sept semaines.

Dans un délai de huit jours suivant la demande formée par le diffuseur de presse ou suivant l'acceptation de la demande du dépositaire de presse par le diffuseur de presse, le dépositaire de presse demande aux sociétés de messageries de presse de constituer le dossier commercial relatif à l'Offre de presse du point de vente.

Dans un délai de quinze jours, le dossier commercial, qui comporte les publications relevant du Palmarès point de vente, les publications relevant du Palmarès national et les publications préconisées par les sociétés de messageries de presse, est mis à la disposition du dépositaire.

Dans un délai de huit jours, le diffuseur de presse choisit des publications parmi celles préconisées ; il peut ajouter d'autres publications.

Dans un délai de huit jours, le dépositaire de presse informe les sociétés de messageries de presse des publications choisies.

Dans un délai de huit jours, les sociétés de messageries de presse peuvent formuler des propositions complémentaires.

Dans un délai de huit jours, le diffuseur de presse arrête son choix dans la continuité du Dialogue commercial instauré avec le dépositaire de presse.

Le dépositaire de presse veille au respect des règles du Dialogue commercial et assure auprès du point de vente la diffusion effective des publications composant l'Offre de presse ainsi définie.

### 3. Pratiques concertées abusives

Le Conseil supérieur des Messageries de presse s'assure que, sous couvert du dispositif de l'assortiment des titres, un éditeur ne fasse pas l'objet d'une pratique concertée abusive ayant pour effet de faire obstacle à la diffusion de son titre.



#### ***La mise en œuvre de la norme professionnelle relative à l'adaptation de l'offre de presse au point de vente***

Le Conseil Supérieur est intervenu auprès des sociétés de messageries de presse pour leur demander de mettre en œuvre la norme professionnelle relative à l'adaptation de l'offre de presse au point de vente adoptée par l'Assemblée générale.

Le Conseil Supérieur a aussi répondu aux sociétés de messageries de presse, à travers la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles, aux questions d'ordre technique posées pour permettre la mise en œuvre de la norme professionnelle relative à l'adaptation de l'offre de presse au point de vente.

La mise en œuvre de la norme professionnelle par les sociétés de messageries de presse et/ou les dépositaires de presse accusant cependant un retard, l'Union Nationale des Diffuseurs de Presse (UNDP) a saisi le Tribunal de Grande Instance de Paris.

Le Président du Conseil Supérieur n'entend pas ignorer un tel contentieux judiciaire qui oppose le réseau de distribution des diffuseurs de presse aux sociétés de messageries de presse.

Le Président rappelle aux acteurs concernés qu'à l'exposé de la norme professionnelle relative à l'adaptation de l'offre de presse au point de vente adoptée par l'Assemblée générale du Conseil Supérieur le 18 novembre 2010, la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles conclut que la loi du 2 avril 1947, qui régit la distribution de la presse vendue au numéro, n'impose pas au diffuseur de presse de recevoir tous les titres que les éditeurs décident de lui confier ; le contrat-type dépositaire de presse/diffuseur de presse n'impose pas plus au diffuseur de presse de recevoir tous les titres que les éditeurs décident de lui confier, et à l'inverse, anticipe la démarche d'assortiment des titres ; en février 2006, les Sociétés

Coopératives de messageries de presse ont souligné que : « *Le bénéfice commun d'un système de distribution coopératif et d'un réseau de vente partagé implique que l'usage de la liberté individuelle reconnue à un éditeur ne porte pas atteinte, par des excès et abus éventuels, à l'intérêt de la collectivité des éditeurs* ».

Le Président rappelle aussi que l'usage professionnel défini par le Conseil Supérieur en décembre 1972, à une époque où les questions de largeur de l'offre de presse et de linéaire disponible se posaient dans des termes différents de ceux observés aujourd'hui, qui a prévu que les diffuseurs de presse reçoivent et présentent à la vente la totalité des titres que les éditeurs décident de leur confier, a été réformé par le même Conseil Supérieur en novembre 2010 pour s'adapter aux contraintes du secteur.

Le Président rappelle encore que si la norme professionnelle adoptée par le Conseil Supérieur en son assemblée générale du 18 novembre 2010 est d'application volontaire, un acteur de la distribution qui en refuserait l'application ne peut imposer à un autre acteur l'application d'autres modalités sans son consentement.

Le Président relève enfin que l'adaptation de l'offre de presse servie aux points de vente s'effectuera dans le cadre des nouvelles attributions confiées au Conseil Supérieur par le législateur. L'article 18-6 de la loi du 2 avril 1947, modifiée par la loi du 5 juillet 2011 donne en effet mission au Conseil Supérieur de fixer selon des critères objectifs et non discriminatoires définis dans un cahier des charges, les conditions d'assortiment des titres servis au point de vente.



### **L'évolution législative concernant les publications destinées à la jeunesse**

Le Conseil Supérieur a récemment attiré l'attention des Sociétés Coopératives de messageries de presse, des sociétés de messageries de presse et des agents de la vente à travers les organisations professionnelles représentants les dépositaires de presse, les diffuseurs de presse et les kiosquiers sur les obligations découlant pour les acteurs de la distribution des nouvelles dispositions législatives issues de la loi n° 2011-525 du 17 mai 2011.

Cette loi de « simplification et d'amélioration de la qualité du droit » vient modifier la législation en vigueur sur les publications destinées à la jeunesse (loi n° 49-956 du 16 juillet 1949). Entre autres dispositions, visant notamment la commission de surveillance et de contrôle des publications destinées à la l'enfance et à l'adolescence, dont le contrôle est étendu à tous les supports et produits complémentaires associés aux publications visées, la loi instaure une auto-classification par les éditeurs des ouvrages à caractère pornographique.

Ainsi, l'article 14 de la loi du 16 juillet 1949 dans sa nouvelle rédaction issue de la loi du 17 mai 2011 prévoit :

*« A l'exception des livres, les publications de toute nature présentant un danger pour la jeunesse en raison de leur caractère pornographique doivent être revêtues de la mention "Mise à disposition des mineurs interdite (article 227-24 du code pénal)" et être*

*vendues sous film plastique. Cette mention doit apparaître de manière visible, lisible et inaltérable sur la couverture de la publication et sur chaque unité de son conditionnement. Cette mention emporte interdiction de proposer, donner, louer ou vendre la publication en cause aux mineurs. La mise en œuvre de cette obligation incombe à l'éditeur ou, à défaut, au distributeur chargé de la diffusion en France de la publication... ».*

La nouvelle rédaction de l'article 14 précise également le champ d'intervention du ministre de l'intérieur en matière d'interdictions dans ce domaine :

*« En outre, le ministre de l'intérieur est habilité à interdire :*

- de proposer, de donner ou de vendre à des mineurs les publications de toute nature présentant un danger pour la jeunesse en raison de contenus à caractère pornographique ou susceptible d'inciter au crime ou à la violence, à la discrimination ou à la haine contre une personne déterminée ou un groupe de personnes, aux atteintes à la dignité humaine, à l'usage, à la détention ou au trafic de stupéfiants ou de substances psychotropes ;*
- d'exposer ces publications à la vue du public en quelque lieu que se soit, et notamment à l'extérieur ou à l'intérieur des magasins ou des kiosques, et de faire pour elles de la publicité par la voie d'affiches ;*
- d'effectuer, en faveur de ces publications, de la publicité au moyen de prospectus, d'annonces ou insertions publiées dans la presse, de lettres-circulaires adressées aux acquéreurs éventuels ou d'émissions radiodiffusées ou télévisées... ».*

Nous rappelons que dans le cadre de ses missions, le Conseil Supérieur informe les acteurs de la distribution de la presse (Sociétés Coopératives de messageries de presse, sociétés de messageries de presse, dépositaires de presse et diffuseurs de presse) des arrêtés du ministre de l'Intérieur pris en application de la législation relative à la protection des mineurs (interdiction de vente aux mineurs, interdiction d'exposer à la vente au public, interdiction de publicité).

Nous rappelons également que l'article 6 de la loi du 2 avril 1947, qui traite de l'accès de tout journal ou périodique aux Sociétés Coopératives, vise expressément l'article 14 de la loi du 16 juillet 1949 en ce qu'il prévoit :

*« Devra obligatoirement être admis dans la société coopérative tout journal ou périodique qui offrira de conclure avec la société un contrat de transport (ou de groupage et de distribution) sur la base du barème des tarifs visés à l'article 12 ci-après.*

*Toutefois, si ce journal ou périodique a donné lieu à une condamnation prononcée en application des articles 283 à 288 du code pénal, ou a fait l'objet de deux des interdictions prévues aux alinéas 2, 3 et 4 de l'article 14 de la loi du 16 juillet 1949 sur les publications destinées à la jeunesse, modifié par l'ordonnance n°58-1298 du 23 décembre 1958, il devra être exclu de la société coopérative et ne pourra être admis dans aucune autre, sous peine d'une amende de 500 à 20.000 F.*

*A cette fin, la condamnation mentionnée à l'alinéa précédent sera portée par le Parquet à la connaissance du ministre chargé de l'information qui la notifiera à toutes les sociétés coopératives et entreprises commerciales de messageries de presse visées à l'article 4 de la présente loi.*

*Si le journal ou périodique a fait l'objet de la seule mesure d'interdiction de vente aux mineurs, tout dépositaire ou vendeur sera, nonobstant toute stipulation contraire du contrat qui le lie avec la société coopérative, exonéré de l'obligation de participer à la vente de cette publication. »*



## **La contribution économique territoriale des diffuseurs de presse**

En matière de fiscalité locale, la suppression de la taxe professionnelle, à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2010 a entraîné la modification des régimes antérieurs. La taxe professionnelle a été remplacée par la contribution économique territoriale (CET), instituée par l'article 1447-0 du Code général des impôts. La CET est composée de la cotisation foncière des entreprises et de la cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises.

Nous rappelons que les différents dispositifs d'exonération et d'abattement qui avaient cours en matière de taxe professionnelle ont été maintenus à l'occasion de l'entrée en vigueur de la CET. Ainsi, aux termes de l'article 1458 du CGI, sont exonérés de CET : les publications de presse ; les sociétés coopératives de messageries de presse et les sociétés dont le capital est détenu majoritairement par des Sociétés Coopératives de messageries de presse qui leur confient l'exécution d'opérations de groupage et de distribution ; les agences de presse ; les correspondants locaux de presse régionale ou départementale ; les services de presse en ligne. Par ailleurs, en vertu de l'article 1469 A *quater* du CGI, les diffuseurs de presse peuvent bénéficier d'un abattement de CET.

Pour les diffuseurs de presse, le dispositif mis en place depuis 2004 est donc prorogé et s'applique à la CET en ce qu'il prévoit que : *"les Collectivités locales et leurs groupements dotés d'une fiscalité propre peuvent, par une délibération de portée générale prise dans les conditions prévues à l'article 1639 A bis, réduire d'un montant égal, au choix de la collectivité ou du groupement, à 1 600 €, 2 400 € ou 3 200 € la base imposable à la contribution économique territoriale de leur établissement principal à laquelle sont assujetties les personnes physiques ou morales qui vendent au public des écrits périodiques en qualité de mandataires inscrits au Conseil Supérieur des Messageries de Presse"*. Les collectivités concernées sont : les régions, les départements, les communes et les établissements publics de coopération intercommunale.

Présentée de longue date par la profession, la demande d'exonération des diffuseurs de presse de la taxe professionnelle, pour la part de leur activité relevant de la vente de la presse, avait donné lieu au vote de ce dispositif facultatif, dont la mise en œuvre s'avère particulièrement complexe, puisqu'elle suppose autant de délibérations qu'il y a de collectivités territoriales.

Entre le 1<sup>er</sup> octobre 2009 et le 1<sup>er</sup> octobre 2010 aucune nouvelle délibération en faveur de la mise en œuvre du dispositif d'abattement n'a été recensée. Pour la deuxième année consécutive, le bilan reste donc identique à celui précédemment présenté : 5 Conseils régionaux sur 22 (23 %), 26 Conseils généraux sur 96 (27 %) et 119 EPCI et communes, alors que le pays compte plus de 2 500 EPCI à fiscalité

propre, couvrant 85 % de la population et près de 90 % des communes, ont mis en œuvre un des trois abattements autorisés par la loi. Quelques 12 400 diffuseurs de presse bénéficieront au titre de 2010 de l'un ou l'autre des abattements qui généreront une économie globale estimée à 2,5 millions € au bénéfice du réseau de vente de la presse sur la contribution économique territoriale.



## **La réforme du niveau 2 de la distribution**

Depuis la clôture des Etats Généraux de la Presse Ecrite, le Président rappelle que le Conseil Supérieur s'attache à mettre en œuvre la nécessaire réforme de la distribution et que dans ce cadre, le Conseil Supérieur a lancé dès le mois de mars 2009 un travail sur la réforme du niveau 2.

L'Assemblée générale du Conseil Supérieur tenue le 5 novembre 2009 a adopté des premières mesures importantes ayant trait à cette réforme du niveau 2. Un Schéma directeur du réseau de niveau 2 obéissant à une logique économique, commerciale et logistique clairement exprimée et ayant fait l'objet d'un large débat entre les acteurs du niveau 2 a ainsi été entériné ; il permettra d'optimiser celui-ci autour de 114 situations. Une méthodologie d'évaluation de l'activité de dépositaire proposée par le cabinet Ricol-Lasteyrie a également été entérinée ; elle permet d'actualiser cette question sur des bases équitables, conformes aux réalités économiques. Une Commission du Réseau a été instituée au sein du Conseil Supérieur et ses règles de procédure adoptées ; elle a notamment pour mission d'assurer la mise en œuvre du Schéma directeur du réseau de niveau 2.

Le Conseil Supérieur a poursuivi ce travail sur la réforme du niveau 2 en procédant à l'évaluation des investissements, des coûts et des bénéfices de cette démarche d'optimisation du réseau de niveau 2. Le Conseil Supérieur a souligné que l'importance des gains de productivité récurrents attendus de la réorganisation du réseau de niveau 2 devait encourager l'ensemble des acteurs de la profession à favoriser une mise en œuvre rapide du Schéma directeur, comme le relève M. Bruno METTLING. Il a souligné également, comme il l'a déjà régulièrement fait, que la réforme du niveau 2 de la distribution devait prendre en compte une réflexion sur la distribution à Paris qui pèse sur l'économie de l'ensemble des acteurs concernés. De ce point de vue, le Conseil Supérieur relève la réforme entreprise fin 2010 par la société de messageries de presse Presstalis visant à réduire de manière significative le déficit de la Société Presse Paris Services (SPPS).



## ***La question de la rémunération de la mission « Logistique - Transport » des dépositaires de presse***

Le Conseil Supérieur, au vu de l'actualité professionnelle marquée par la dégradation sans précédent de l'activité sur les premiers mois de l'année 2009, a immédiatement mis en place un 1<sup>er</sup> groupe de travail dédié au niveau 2. Ce groupe de travail a notamment été chargé d'une réflexion portant sur les missions du dépositaire et sur l'évolution du réseau des dépositaires. Il était composé de huit éditeurs, représentant

le pluralisme des quotidiens et des publications, ainsi que du Directeur délégué du Conseil Supérieur. Le Président du Conseil Supérieur a lui-même participé à un certain nombre de séances.

La question des frais de transport a été abordée très vite à l'ouverture de ces travaux. Les trois acteurs du niveau 2 ont en effet souligné qu'un des éléments marquants et nouveau de l'économie du niveau 2 tenait au déséquilibre global désormais constaté entre les charges de transport réellement engagées par les dépositaires de presse au titre de la livraison des marchands et les montants perçus par les dépositaires de presse à travers la réduction pratiquée sur la commission de ces derniers en application de l'article 5 du décret du 9 février 1988 (au titre de la "livraison directe au diffuseur").

Les sociétés de messageries de presse et le Syndicat National des Dépositaires de Presse s'entendent pour estimer que le coût du port aux diffuseurs représente environ 2,4 à 2,8 (projection 2010) points de chiffre d'affaires alors que la perception sur la commission des diffuseurs ressort en moyenne pondérée à 1,8 point de chiffre d'affaires (combinaison du point retenu pour la livraison des quotidiens et des deux points retenus pour celle des publications).

Le cabinet Ricol-Lasteyrie, dans son rapport du 20 octobre 2009 portant proposition d'une méthodologie d'évaluation, distingue la rémunération due au dépositaire au titre du mandat (article 1 du décret du 9 février 1988) et celle perçue au titre de la prestation de transport (article 5 du décret du 9 février 1988). Le Conseil Supérieur relève que sur la base du constat partagé présenté par les acteurs du niveau 2, le cabinet Ricol-Lasteyrie a été amené à préciser dans son rapport : *"la pratique de neutralisation des charges et produits relatifs au transport ne peut être maintenue que si, par ailleurs, la commission reçue par les dépositaires au titre du transport est revue pour tenir compte des frais supportés au titre de la prestation transport..."*.

Egalement, à l'occasion du travail conduit à la demande des pouvoirs publics en vue de les éclairer sur l'économie de la réforme du niveau 2, le Conseil Supérieur entouré des conseils et de l'expertise du cabinet Ricol-Lasteyrie a souligné que, du fait de la conjugaison de l'augmentation des coûts de transport (frais de carburant notamment) et de la baisse des volumes vendus par le réseau des diffuseurs, le poste transport (article 5 du décret du 9 février 1988) est aujourd'hui insuffisamment pris en compte. Le Conseil Supérieur a également relevé que le poste transport varie selon la nature et la situation du dépôt.

Enfin, M. Bruno METTLING, dans son rapport remis au Premier Ministre le 29 mars 2010, préconise « *une hausse provisoire uniforme d'un point de la rémunération des frais de transport au niveau 2* ». Il précise qu'elle devrait s'appliquer immédiatement sur l'ensemble des fournitures des sociétés de messageries, afin de prévenir des défaillances et « *devra être reprise à la fin de l'année 2010 pour laisser place, au sein d'une enveloppe financière équivalente, à un barème différencié prenant en compte le différentiel de coûts de transport entre dépôts et maintenant une incitation à la réduction des coûts* ».

Le Président rappelle que le Conseil Supérieur a dès lors précisé qu'il se tenait à la disposition des sociétés de messageries de presse et du Syndicat National des

Dépositaires de Presse pour faciliter la mise en œuvre rapide d'un dispositif provisoire de nature à répondre à la situation énoncée par les acteurs du niveau 2 et à la préconisation issue de la mission confiée à M. Bruno METTLING. Le caractère d'urgence unanimement mis en avant quant à la mise en œuvre d'un tel dispositif a conduit le Conseil Supérieur à inviter les acteurs à se rapprocher sans tarder.

Le Conseil Supérieur a aussi rappelé, à toutes fins utiles, que le cadre réglementaire en vigueur permet la mise en place de la mesure d'urgence provisoire et exceptionnelle envisagée. En effet, la question des frais de port est abordée par le seul article 5 du décret du 9 février 1988, lequel indique uniquement la limite maximale dans laquelle ces frais peuvent être perçus par le dépositaire en réduction de la commission revenant aux marchands.

Suivant la recommandation de M. Bruno METTLING et l'appel du Conseil Supérieur, les sociétés de messageries de presse ont mis en place au 1<sup>er</sup> juillet 2010 la contribution provisoire et exceptionnelle relative au frais de transport du niveau 2.

Au terme de la période de six mois pour laquelle les sociétés de messageries de presse avait initialement mis en place la mesure précitée, sur proposition du Président, l'Assemblée générale du Conseil Supérieur du 18 novembre 2010 a adopté la recommandation suivante *« Le Conseil Supérieur des Messageries de Presse recommande, de manière transitoire, la reconduction jusqu'au 30 juin 2011 de la contribution exceptionnelle au titre des frais de transport des dépositaires de presse, représentant 1 % du chiffre d'affaires prix fort sur les produits presse coopérative et recommande aussi aux sociétés de messageries de presse de veiller à associer leurs clients du domaine hors presse à l'effort consenti par les éditeurs de presse en faveur du niveau 2 de la distribution. »*

Encore sur proposition du Président, l'Assemblée générale du Conseil Supérieur du 18 mai 2011 a également adopté la recommandation suivante : *« Le Conseil Supérieur des Messageries de Presse recommande, dans l'attente de la mise en œuvre de la disposition relative à la ""logistique-transport" arrêtée par la bonne pratique professionnelle adoptée le 18 mai 2011 et au besoin jusqu'au 31 décembre 2011, la mise en place d'une contribution complémentaire, au titre des frais de transport du niveau 2, de 0.8 % du chiffre d'affaires prix fort sur les produits presse coopérative. Il recommande aussi aux sociétés de messageries de presse de veiller à associer leurs clients du domaine hors presse à l'effort consenti par les éditeurs de presse en faveur du niveau 2 de la distribution. »*



### ***L'évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse par l'introduction d'unités d'œuvre***

Le Président rappelle que parallèlement, le Conseil Supérieur s'était saisi de la question de la rémunération des dépositaires de presse. Une première réunion, tenue le 3 mai 2010 au Conseil Supérieur, en présence d'éditeurs représentatifs du pluralisme de la presse, des directions générales des sociétés de messageries de presse et du Président du Syndicat National des Dépositaires de Presse, avait déjà permis d'ouvrir la réflexion sur l'évolution de la rémunération du niveau 2.

Le Président du Conseil Supérieur a indiqué aux acteurs du niveau 2 qu'à la suite de cette première réunion au cours de laquelle ils ont pu exposer leurs approches, ils seraient invités à approfondir les échanges.

Ainsi que le Président en avait informé l'Assemblée générale en juin 2010, il a aussi missionné sur cette question importante et technique le cabinet Ricol-Lasteyrie pour assister le Conseil Supérieur. A cette fin et pour nourrir sa réflexion, celui-ci a auditionné les représentants des sociétés de messageries de presse et du Syndicat National des Dépositaires de Presse, analysé les propositions avancées par ces acteurs du niveau 2 et rencontré le groupe de travail du Conseil Supérieur composé d'éditeurs associés à la réunion du 3 mai 2010.

Sous réserve des contributions que leurs syndicats professionnels seraient invités à verser, les éditeurs ont souhaité que le nouveau mode de rémunération des dépositaires de presse ne soit pas en rupture totale avec le système existant, que celui-ci encourage l'amélioration de la performance du niveau 2 et la recherche de gains de productivité à travers la réforme structurelle attendue du niveau 2. Ils ont souhaité aussi que celui-ci ne soit pas inflationniste et garantisse la qualité du service rendu. Ils le veulent simple, lisible et de nature à permettre une approche prévisionnelle à l'égard de ceux qui y seront soumis.

A l'occasion de l'Assemblée générale du Conseil Supérieur tenue le 22 décembre 2010, le Président a informé ses membres que, dans l'intérêt d'une régulation plus efficace de la distribution de la presse au bénéfice de l'ensemble du secteur, il saisisait la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles de la question de l'évolution de la rémunération des dépositaires de presse.

Le Président a souligné que cette saisine permettrait au Conseil Supérieur d'inscrire l'instruction de cette question dans le respect des principes de transparence, de concertation, de pluralisme et d'efficacité qu'il a institués dans les règles de fonctionnement de la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles.

Conformément à cet engagement, le Président du Conseil Supérieur a saisi par lettre du 17 janvier 2011 la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles d'une demande d'élaboration d'une Norme ou Bonne Pratique Professionnelle relative à l'évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse.

Le Président a demandé à la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles d'apprécier notamment la compatibilité de l'évolution souhaitée par les Etats Généraux de la Presse Ecrite, visant à prendre en compte de manière substantielle des unités d'œuvre avec les dispositions légales et réglementaires, le Livre vert identifiant cette difficulté, évoquant l'éventualité d'une nécessaire "*évolution législative*" et le Président de l'Autorité de la concurrence évoquant dans son rapport remis à M. le Ministre de la culture et de la communication "*à minima un toilettage de la loi de 1987*".

Le Président a aussi demandé à la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles de proposer une Norme ou Bonne Pratique Professionnelle porteuse d'une évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse à

même de répondre aux attentes de la profession et d'indiquer, le cas échéant, dans quelle proportion des unités d'œuvre pourraient être introduites, à travers quels postes des missions confiées aux dépositaires de presse et selon quelles modalités.

Le Président a souhaité que la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles veille à tenir compte de la diversité des éditeurs, de leurs attentes, de leurs besoins à l'égard des missions du dépositaire de presse et à tenir compte également des particularités attachées à la nature et à la situation des dépôts.

Enfin, le Président a demandé à la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles de veiller à formuler une proposition s'inscrivant dans la réforme structurelle du niveau 2, décourageant tout facteur d'immobilisme, au jour où la profession attend la poursuite de sa mise en œuvre.

Compte tenu du caractère d'urgence unanimement mis en avant par les acteurs de la profession, il est apparu nécessaire au Président de faire application de l'article 8.11 du règlement intérieur du Conseil Supérieur et de demander à la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles de procéder à l'instruction de la saisine dans un délai de trois mois.

La saisine de la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles a permis aux acteurs de la profession de participer au débat nécessaire à travers leurs auditions et leurs contributions.

Dans le cadre de l'instruction de la saisine, la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles s'est adjoint l'expertise du cabinet comptable et financier Ricol-Lasteyrie et du cabinet d'avocats Brandford-Griffith & Associés, lesquels avaient déjà abordé la question pour le Conseil Supérieur.

Après instruction de la saisine dans le respect des règles instituées au règlement intérieur, la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles a adopté par consensus de ses membres un projet de réponse motivée sous la forme d'une proposition de bonne pratique professionnelle relative à l'évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse.

Egalement, la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles du Conseil Supérieur a aussi considéré par consensus de ses membres que l'introduction d'unités d'œuvre dans le mode de rémunération des dépositaires de presse commandait d'abroger ou de modifier l'article 11 de la loi n° 87-39 du 27 janvier 1987. La Commission a rejoint en ce sens les recommandations du Livre vert et du rapport du président de l'Autorité de la concurrence. Elle a aussi relevé que la proposition de loi n° 378 présentée par M. le Sénateur Jacques LEGENDRE évoque l'abrogation de l'article 11 de la loi du 27 janvier 1987.

Enfin, la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles a adopté par consensus de ses membres, dans la continuité de la bonne pratique professionnelle proposée, une recommandation concernant l'accès aux données brutes de vente des diffuseurs de presse informatisés.

Le président de la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles a transmis au Président du Conseil Supérieur la proposition de bonne pratique professionnelle adoptée par la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles, lequel a alors proposé à l'Assemblée générale du Conseil Supérieur d'adopter la bonne pratique professionnelle relative à l'évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse proposée par la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles et d'entériner sa recommandation.

Dans la motivation de la réponse qu'elle a apportée à sa saisine, la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles a précisé :

*« La Commission estime que le mode de rémunération des dépositaires de presse doit être abordé distinctement au regard de chacune des cinq grandes missions qui sont confiées aux dépositaires de presse et des objectifs poursuivis par la profession.*

*Eu égard à la volonté d'accompagner la nécessaire restructuration du niveau 2 de la distribution et son évolution résultant de la mise en œuvre du Schéma directeur de niveau 2, la Commission considère que, de manière générale, les frais de structure des dépositaires de presse (frais généraux, frais de siège, etc,...) doivent continuer à être couverts par la rémunération ad valorem, l'introduction d'une rémunération fondée sur des unités d'œuvre pour couvrir ces coûts ne répondant pas aux objectifs poursuivis par la profession.*

*En raison du dynamisme attendu dans les missions commerciales du dépositaire de presse (mission Commerciale titre et mission Commerciale réseau), la Commission estime inopportune toute dissociation du mode de rémunération du dépositaire de presse de son volume d'affaires traité et donc inappropriée l'introduction d'unités d'œuvre pour rémunérer ces missions commerciales.*

*Pour les mêmes raisons, la Commission considère que l'introduction d'unités d'œuvre dans la rémunération des missions Financière et d'Information des dépositaires de presse n'est pas davantage souhaitable.*

*A l'inverse, pour la Commission, l'introduction d'unités d'œuvre dans la rémunération de la mission Logistique du dépositaire de presse répond à la volonté de la profession d'inciter fortement à l'amélioration de la performance, avec la recherche de gains de productivité.*

*En particulier, le mode de rémunération ad valorem de la livraison des journaux et publications périodiques aux points de vente (« Logistique Transport ») n'apparaît pas en rapport avec les coûts exposés, le volume d'activité traité et les spécificités des dépôts tenant notamment aux contraintes géographiques des zones de chalandise et aux structures des réseaux de diffuseurs de presse desservis.*

*L'introduction d'unités d'œuvres normatives selon une méthode de coût à la dépose au point de vente (dite « du coût au drop ») en fonction de la densité des diffuseurs de presse sur la zone de chalandise et des spécificités géographiques de celle-ci présente les avantages : d'une incitation du dépositaire de presse à optimiser son schéma logistique et à développer la capillarité du réseau de vente ; d'une répercussion aisée de la fermeture ou de l'ouverture d'un point de vente ; d'une*

*indépendance par rapport aux choix logistiques du dépositaire de presse ; d'une approche du coût réel ; d'une simplicité de mise en œuvre (données d'entrée accessibles et objectives).*

*L'introduction d'unités d'œuvre dans la rémunération des missions de Réception, Traitement, Récupération, Contrôle et Tri des journaux et publications périodiques (« Logistique Atelier ») devrait aussi s'avérer pertinente. Elle répondrait à un certain nombre d'attentes de la profession en mettant notamment en exergue la différence des coûts de traitement des titres et celle des portefeuilles de titres des sociétés de messageries de presse. Elle offrirait la possibilité d'inciter à des gains de productivité par la fixation de barèmes normatifs d'unités d'œuvres, tout en tenant compte de la composition des paniers propres à chaque dépositaire de presse et des caractéristiques du réseau des diffuseurs de presse desservis.*

*La Commission observe cependant qu'en l'état des schémas logistiques existants, les travaux menés par le cabinet Ricol-Lasteyrie ont montré qu'il existe une corrélation entre le coût de traitement des journaux et publications périodiques et le volume d'affaires traité par les dépositaires de presse.*

*La Commission considère que la mission confiée au cabinet Ricol-Lasteyrie sur la Logistique Atelier doit être poursuivie afin de préciser quelles seraient les unités d'œuvres normatives appropriées, les données qui ont été transmises à ce jour à l'expert financier étant insuffisantes pour lui permettre d'établir une analyse pertinente au regard de l'ensemble des dépositaires.*

*Enfin, la Commission considère que l'opération consistant à calculer les coûts des missions sur la base d'unités d'œuvres puis à retraduire le montant obtenu en rémunération ad valorem uniforme n'est en rien assimilable à une rémunération à l'unité d'œuvre. Une telle opération ne pourrait être envisagée que par dépôt d'une part et par type de mission d'autre part. »*

L'Assemblée générale du Conseil Supérieur du 18 mai 2011 a adopté la bonne pratique professionnelle relative à l'évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse proposée par la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles et entériné sa recommandation.

Cette bonne pratique professionnelle prévoit que la rémunération des dépositaires de presse :

- demeure *ad valorem* pour leurs missions Commerciale-Titre, Commerciale-Réseau, Financière et d'Information, sous forme de commission sur le prix de vente public des quotidiens et publications périodiques distribués ;
- soit fixée, dans les meilleurs délais, sur la base d'unités d'œuvre pour la mission Logistique-Transport, en prenant comme référence un prix unitaire pour chaque dépose en point de vente (« drop »), le niveau de ce prix unitaire pouvant varier en fonction de la densité des diffuseurs de presse sur la zone de chalandise et des caractéristiques géographiques de celle-ci, qui déterminent notamment la vitesse de déplacement, selon un barème à définir ; ce nouveau mode de rémunération entraînera la cessation de la perception

par les dépositaires de presse de frais de port auprès des diffuseurs de presse qu'ils desservent ;

- puisse, à terme, être calculée sur la base d'unités d'œuvre pour la mission Logistique-Atelier après que des travaux complémentaires auront permis de déterminer les unités d'œuvre pertinentes.

L'Assemblée générale du Conseil Supérieur a relevé que la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles : avait considéré que l'introduction d'unités d'œuvre dans le mode de rémunération des dépositaires de presse exigeait préalablement que soit abrogé ou modifié l'article 11 de la loi n° 87-39 du 27 janvier 1987, rejoignant à cet égard les recommandations du Livre vert issues des Etats généraux de la presse écrite et du rapport remis par le Président de l'Autorité de la concurrence ; avait observé que l'abrogation de l'article 11 de la loi n° 87-39 du 27 janvier 1987 n'affecterait pas l'obligation d'impartialité qui s'impose aux agents de la vente de la presse ; avait remarqué que, compte tenu des écarts de prix importants constatés entre les titres, le mode de rémunération *ad valorem* ne pouvait plus être considéré comme une garantie de cette impartialité.

La loi adoptée le 5 juillet 2011 comporte en son article 6 une disposition abrogeant l'article 11 de la loi n° 87-39 du 27 janvier 1987 précitée.



### **Les travaux du Comité ad hoc**

Le Président avait informé l'Assemblée générale du Conseil Supérieur du 18 mai 2011, qu'à la suite de sa décision entérinant la bonne pratique professionnelle relative à l'évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse proposée par la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles, il mettait en place un Comité *ad hoc*, composé d'éditeurs représentatifs du pluralisme de la presse et des présidents des Sociétés Coopératives de messageries de presse, dont il assurerait la présidence. Il a précisé que ce Comité *ad hoc* serait composé de 14 personnalités et serait appelé à donner une traduction économique à la bonne pratique professionnelle adoptée, en se prononçant sur le barème de l'unité d'œuvre retenue pour rémunérer la mission « Logistique-Transport » des dépositaires de presse et sur le niveau de la commission *ad valorem* appelée à rémunérer l'ensemble des autres missions confiées aux dépositaires de presse.

Le Président a également précisé à l'Assemblée générale que le Comité *ad hoc* auditionnerait le Syndicat National des Dépositaires de Presse, en la personne de son président, M. Stéphane d'ALTRI o DARDARI. Il a enfin souligné que le Comité *ad hoc* devrait conclure ses travaux avant le 30 juin 2011, conformément aux engagements pris par le Conseil supérieur et afin que la profession soit prête à mettre en œuvre l'évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse dès que l'évolution attendue du cadre législatif aura été réalisée.

Le Président a aussi précisé que le Comité *ad hoc* était composé de : Mme Nathalie COLLIN, MM. Philippe CARLI, Hubert CHICOU, Jean-Claude COCHI, Marc FEUILLEE, Rolf HEINZ, Bruno LESOUF, Ernesto MAURI (représenté par Jean-Luc

BREYSSE), Eric de MONTLIVAUT, Jean de MONTMORT, Francis MOREL, Rik de NOLF (représenté par Eric MATTON), Jean-Louis REDON, Jean-Pierre ROGER.

Dans la suite des travaux qu'il avait conduits dans le cadre de l'instruction de la saisine de la Commission des Normes et Bonnes Pratiques Professionnelles, le cabinet d'audit Ricol-Lasteyrie a été appelé à présenter au Comité *ad hoc* sa proposition de barème traduisant l'unité d'œuvre afférente à la mission "Logistique-Transport" du dépositaire de presse et ses préconisations quant à la mise en œuvre de cette unité d'œuvre. Le Comité *ad hoc* a pu prendre connaissance du rapport du cabinet Ricol-Lasteyrie sur ces questions touchant à la rémunération des dépositaires de presse et échanger sur celui-ci.

A l'occasion d'une réunion qui s'est tenue le vendredi 17 juin 2011, le Comité *ad hoc* a entendu le Syndicat National des Dépositaires de Presse, représenté par MM. Stéphane d'ALTRI o DARDARI (Président), Edouard DAMIDOT (Vice-président), Dominique GIL (Directeur).

Le Président relève qu'il ressort des échanges entre les membres du Comité *ad hoc* tenus à l'occasion de sa réunion du vendredi 17 juin 2011, auxquels participaient MM. Jean-Pierre ROGER (président), Jean-Luc BREYSSE (représentant Ernesto MAURI), Philippe CARLI, Hubert CHICOU, Jean-Claude COCHI, Rolf HEINZ, Bruno LESOUF, Francis MOREL, Jean de MONTMORT, Jean-Louis REDON, le cabinet Ricol-Lasteyrie représenté par Mme Sonia BONNET-BERNARD et M. Thomas CHAMBOLLE, le Secrétariat permanent du Conseil Supérieur représenté par M. Guy DELIVET ; de l'entretien qu'il a eu ce même jour avec M. Marc FEUILLEE, dont il a exposé la position et les attentes en réunion ; des consultations des membres du Comité *ad hoc* conduites à la suite de la réunion du vendredi 17 juin 2011 et particulièrement de Mme Nathalie COLLIN, de MM. Marc FEUILLEE, Eric MATTON (représentant Rick de NOLF), Eric de MONTLIVAUT ; que :

le Comité *ad hoc*, après présentation par le cabinet Ricol-Lasteyrie de sa proposition de barème et de ses préconisations sur la mise en œuvre de l'unité d'œuvre venant rémunérer la mission "Logistique-Transport" des dépositaires de presse, après audition du Syndicat National des Dépositaires de Presse et après échanges entre ses membres, est favorable :

➤ En ce qui concerne la rémunération de la mission "Logistique-Transport" des dépositaires de presse :

1. à la méthodologie proposée par le cabinet Ricol-Lasteyrie pour rémunérer la mission "Logistique-Transport" du dépositaire de presse, exposée à son rapport ;

2. à la grille de barème présentée par le cabinet Ricol-Lasteyrie, établie sur la base d'un échantillon représentatif de 91 dépôts de presse, après qu'ait été calculée par le cabinet Ricol-Lasteyrie, à la demande du Comité *ad hoc*, la rémunération transport totale sur l'ensemble des 148 dépôts hors dépôts SPPS, laquelle ressort à 2,7% de la VAF 2010 ;

Type de dépôt Densité (Diffuseurs / 100 km <sup>2</sup> )	Petite couronne parisienne	Montagne	Ile de France et grandes villes	Autres
<1,9	n.a.	9,60 €	8,00 €	6,30 €
<3	n.a.	7,80 €	7,30 €	4,80 €
<5,8	n.a.	7,40 €	7,15 €	4,65 €
<7,8	n.a.	7,10 €	7,00 €	4,15 €
<26	9,80 €	6,70 €	6,60 €	4,00 €
<50	8,70 €	5,80 €	5,60 €	3,80 €
≥ 50	7,40 €	5,60 €	5,30 €	3,70 €

3. à la possibilité de retenir une approche modulée pour traiter les cas particuliers que pourraient constituer des dépôts à situation non homogène (notamment sous l'effet de forts phénomènes saisonniers) ;

4. à une méthode fondée sur l'extraction directe du système "Presse 2000" du nombre de drops effectués par chaque dépôt au cours des 12 derniers mois, pour la détermination en fin d'année du nombre de drops à rémunérer pour l'année suivante ;

5. à une demande auprès de la société de messageries de presse Presstalis de réalisation du développement d'une requête spécifique permettant l'extraction susvisée, dans un calendrier à bref délai restant à préciser et dont le coût sera pris en charge par les deux sociétés de messageries de presse Presstalis et MLP, avec répartition au prorata des chiffres d'affaires presse coopérative 2010 ;

6. à une base normative fondée sur l'application à la moyenne arithmétique sur 12 mois du nombre (fin de mois) de diffuseurs standards actifs permanents et saisonniers, d'un coefficient multiplicateur reflétant le nombre moyen annuel de jours d'ouverture, à défaut de réalisation du développement informatique susvisé et/ou à titre transitoire, pour la détermination du nombre de drops à rémunérer ;

7. à la préconisation relative à la prise en compte des spécificités de distribution du quotidien "*Le Monde*", visant à intégrer les coûts engendrés par cette distribution dans le calcul des coûts au drop sans valoriser les drops liés à cette distribution spécifique. Etant précisé qu'un changement significatif dans la distribution de ce quotidien conduirait à réexaminer ce point ;

8. à un principe d'indexation des coûts au drop, retenant une revalorisation, chaque année, des coûts au drop en fonction de l'évolution du prix du carburant et d'un indice des prix à la consommation, ou d'un indice Transport ;

9. au principe d'une régularisation du nombre de drops à rémunérer en fin d'année sur la base du nombre réel de drops sur les 12 derniers mois, permettant de prendre en compte l'évolution du réseau de vente de la zone de chalandise ;

10. au principe prévoyant, en cas de rattachement modifiant la densité de la zone de chalandise d'un dépositaire, de recalculer le nouveau coût au drop du dépôt rattaché ;

11. à un mode de répartition des coûts entre les sociétés de messageries de presse sur la base des VAF, dépôt par dépôt, afin de tenir compte de la rémunération propre à chaque dépôt ;

12. au principe d'une actualisation des ratios de répartition des coûts entre sociétés de messageries de presse annuellement et le cas échéant, afin de prendre en compte toutes modifications exceptionnelles significatives de l'activité, trimestriellement ;

13. au principe d'un bilan de l'évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse par introduction d'une rémunération à l'unité d'œuvre de la mission "Logistique-Transport" dans les six mois suivants sa mise en application.

➤ En ce qui concerne la rémunération des autres missions confiées aux dépositaires de presse sur un mode *ad valorem* :

Le Comité *ad hoc* a relevé qu'il ressort de l'analyse présentée par le cabinet Ricol-Lasteyrie que la mise en place de l'unité d'œuvre venant rémunérer la mission « Logistique-Transport » des dépositaires de presse se traduira par un coût global correspondant à 2.7 % de la VAF (VAF 2010). Ce coût est à rapprocher du taux moyen pondéré de la perception des frais de port actuellement pratiquée, soit 1.8 % de la VAF.

Le Comité *ad hoc* a aussi relevé que les économies attendues des regroupements envisagés par le Schéma directeur du réseau de niveau 2 entériné par l'Assemblée générale du Conseil Supérieur du 5 novembre 2009, ont été estimées à 15 millions d'euros, soit près de 0.8 % de la VAF 2010 hors zone de distribution parisienne, par le cabinet Ricol-Lasteyrie dans ses travaux conduits à la demande du Conseil Supérieur pour éclairer les pouvoirs publics sur la réforme du niveau 2 de la distribution.

Le Comité *ad hoc* souhaite donc que l'augmentation de la rémunération de la mission "Logistique-Transport" soit partiellement compensée par la rémunération des autres missions des dépositaires de presse. Il souligne que des économies sont attendues d'opérations de rattachement et/ou de restructuration.

Le Comité *ad hoc* suggère ainsi que cette compensation partielle du 0.9 point de VAF nouvellement affecté à la rémunération de la mission « Logistique-Transport » soit traitée en trois parts égales : 0,3 point ne serait pas compensé et serait accordé aux dépositaires de presse ; 0,3 point serait compensé et reviendrait aux éditeurs ; 0,3 point serait compensé et viendrait abonder un fonds destiné à encourager les opérations de rattachement de dépôts dans le cadre du Schéma directeur du réseau de niveau 2 entériné par le Conseil Supérieur.

Dans cette logique, le Comité *ad hoc* souhaite, de manière concomitante et indissociable à l'introduction de la rémunération à l'unité d'œuvre de la mission « Logistique-Transport » des dépositaires de presse, une révision adaptée de la grille des taux *ad valorem* actuellement pratiqués et la création d'un fonds de modernisation, abondé par les éditeurs, destiné à favoriser l'optimisation du réseau de niveau 2.

Dès lors, au regard de ces considérations, le Comité *ad hoc* est favorable :

14. à une grille révisée de taux à appliquer, de manière concomitante et indissociable à l'introduction de la rémunération à l'unité d'œuvre de la mission « Logistique-Transport » des dépositaires de presse, pour rémunérer les autres missions qui leur sont confiées :

	Messageries	Types de titres	% du VAF
Dépôts	PRESSTALIS	Quotidiens	6,50%
		Publications	6,50%
	MLP	Publications	7,11%
SAD	PRESSTALIS	Quotidiens	6,50%
		Publications (périmètre historique)	9,50%
	MLP	Publications (périmètre historique)	10,11%

Le Comité *ad hoc* précise que cette grille révisée de taux à appliquer, construite en référence à la grille actuellement en vigueur, ne saurait traduire une quelconque intention de consacrer le différentiel de taux actuellement en vigueur entre les dépôts et les agences de la SAD, pour la distribution des publications sur le périmètre « historique » (hors zones rattachées) de la SAD. A ce sujet, le Comité *ad hoc* souligne que la SAD doit participer aux côtés des autres acteurs du système de distribution à l'impérieuse nécessité d'optimisation des coûts de distribution.

15. à la mise en place par les éditeurs, à compter de l'introduction de la rémunération à l'unité d'œuvre de la mission « Logistique-Transport » des dépositaires de presse, d'un fonds de restructuration du réseau de niveau 2 et d'incitation aux regroupements dans le cadre du Schéma directeur de niveau 2 entériné par le Conseil Supérieur, lequel fonds sera abondé par les éditeurs à hauteur de 0.3 % de la VAF.

Les conclusions du Comité *ad hoc* et le rapport du cabinet Ricol-Lasteyrie remis à ce dernier dans le cadre de ses travaux sont publiées dans une partie librement accessible du site Internet du Conseil Supérieur.

A travers la bonne pratique professionnelle relative à l'évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse adoptée par l'Assemblée générale du Conseil Supérieur du 18 mai 2011 et les conclusions du Comité *ad hoc*, le Conseil Supérieur est au rendez vous de ses engagements auprès de la profession lesquels actent l'évolution prochaine du mode de rémunération des dépositaires de presse et déterminent la position des éditeurs à l'égard de la rémunération de leurs mandataires dépositaires.

Le Président relève que la détermination des conditions de rémunération des agents de la vente de presse s'effectuera dans le cadre des nouvelles attributions confiées au Conseil Supérieur par le législateur. L'article 18-6 de la loi du 2 avril 1947,

modifiée par la loi du 5 juillet 2011 donne en effet mission au Conseil Supérieur de fixer les conditions de rémunération des agents de la vente de presse, après consultation de leurs organisations professionnelles.

Le Président relève aussi que la loi du 5 juillet 2011 abroge l'article 11 de la loi du 27 janvier 1987 et supprime ainsi tout frein d'ordre législatif à l'évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse à travers l'introduction d'unités d'œuvre.

Le Président relève enfin que l'abrogation de l'article 11 de la loi du 27 janvier 1987 deviendra effective à compter de la première décision du Conseil Supérieur prise en application de l'article 18-6 précité et au plus tard dans un délai de six mois à compter de la publication de la loi du 5 juillet 2011. Les conditions de rémunération des agents de la vente de presse constitueront donc un des premiers travaux immédiats auxquels se livrera le Conseil Supérieur dans sa nouvelle composition.



### ***La continuité territoriale de la distribution de la presse***

La nécessaire continuité territoriale de la distribution de la presse a bien entendu aussi mobilisé toute l'attention du Conseil Supérieur. Dans le cadre de la mission confiée par M. le Premier Ministre à M. Bruno METTLING, le risque de défaillance de situations de niveau 2 avait été évoqué. Rappelons qu'un tel risque avait déjà été mis en avant par les acteurs du niveau 2 eux-mêmes lors des travaux du groupe de travail mis en place par le Conseil Supérieur au printemps 2010. Le Conseil Supérieur avait alors relevé qu'une telle perspective serait susceptible d'entraîner des conséquences tant sur le plan financier que sur la continuité territoriale de la distribution de la presse, particulièrement pour la presse quotidienne nationale.

Le Conseil Supérieur a jugé dès lors nécessaire de rappeler que l'organisation du réseau de distribution concourant au système collectif de vente des journaux et publications périodiques repose sur une chaîne de contrats de mandats souscrits entre les éditeurs à travers les Sociétés Coopératives de messageries de presse, les sociétés commerciales de messageries de presse (le cas échéant), les dépositaires de presse et les diffuseurs de presse.

Dans notre système de distribution, les éditeurs demeurent propriétaires de leurs titres jusqu'à leur vente au lecteur et chacun des acteurs du réseau de distribution, mandataire, est redevable des sommes encaissées pour le compte des éditeurs.

Au regard du risque que toute défaillance de règlement serait susceptible de faire peser sur les équilibres et la continuité territoriale de la distribution, le Conseil Supérieur a souligné que cette obligation de nature financière constitue une obligation déterminante dans l'exécution du mandat.

Le Conseil Supérieur a souligné qu'il appartient naturellement aux sociétés de messageries de presse, mandantes des dépositaires, d'agir selon leurs obligations et responsabilités de mandataires des éditeurs.

Par ailleurs, le Conseil Supérieur a souligné que le caractère personnel du mandat est également essentiel, notamment compte tenu de la qualité de du croire du mandataire. Le Conseil Supérieur, qui a été sollicité sur cette question, a rappelé à ce propos que ce caractère du mandat de dépositaire de presse s'oppose à toute location-gérance et plus généralement à toute forme d'exploitation du mandat par un tiers.

Dans le contexte économique actuel, remplissant son devoir d'anticipation, le Conseil Supérieur veille tout particulièrement aux équilibres et à la continuité territoriale de la distribution. Les questions intéressant les agents de la vente relèvent notamment de la Commission du Réseau du Conseil Supérieur, dont une des missions tient à *"veiller à la bonne organisation, à la pertinence, à l'efficacité et au développement équilibré du Réseau"* (article 9.1 du règlement intérieur du Conseil Supérieur). C'est dans ce cadre que le Conseil Supérieur a mis en place un suivi adapté à l'anticipation nécessaire.

Le Conseil Supérieur a veillé, en tant que de besoin, à anticiper l'indispensable continuité territoriale de la distribution de la presse. Pour cela, la Commission du Réseau a recherché, avec le concours des sociétés de messageries de presse, les solutions opérationnelles permettant d'assurer la continuité attendue par les éditeurs et leurs lecteurs sur la ou les zones de chalandise que les sociétés de messageries de presse considéreraient comme menacées, dans le cadre d'une procédure transparente, non-discriminatoire et objective, publiée sur le site Internet du Conseil Supérieur (cf. supra).

Le Président se félicite de ce que la continuité territoriale de la distribution de la presse a ainsi pu être assurée, sans aucune discontinuité, grâce à la mobilisation des acteurs et à la procédure mise en place par le Conseil Supérieur, sur une zone de chalandise pour laquelle le dépositaire de presse a fait l'objet cette année d'une procédure de liquidation judiciaire.



## **La restructuration du réseau de niveau 2**

A l'occasion de l'Assemblée générale du 22 décembre 2010, le Président du Conseil Supérieur s'était inquiété d'une mise en œuvre insuffisamment rapide du Schéma directeur du réseau de niveau 2 entériné par l'Assemblée générale du Conseil Supérieur du 5 novembre 2009. Il relevait alors que celle-ci ne s'était traduite que par une quinzaine d'opérations entérinées par la Commission du Réseau durant sa première année d'exercice. Il soulignait cette insuffisance au regard de l'urgence d'une réforme qui prévoit une cinquantaine de regroupements et la mise en place de 20 plateformes logistiques. Le président relevait également que les regroupements proposés l'avaient été essentiellement à l'initiative des sociétés de messageries de presse, à travers leurs filiales de niveau 2. Il soulignait qu'il était pourtant essentiel que les dépositaires de presse indépendants s'engagent aussi résolument dans cette indispensable réforme structurelle du niveau 2, sans laquelle la pérennité de leur activité ne saurait être assurée par les éditeurs.



Afin d'accompagner la mise en œuvre du Schéma directeur du réseau de niveau 2 et de faciliter le financement des opérations de regroupement attendues, le recours aux dispositifs proposés par OSEO avait été régulièrement évoqué par les acteurs du niveau 2 au cours des travaux menés à l'initiative du Conseil Supérieur. Aussi le Conseil Supérieur a-t-il pris contact avec cet établissement public, qui a notamment pour mission de faciliter la reprise et la transmission des Petites et Moyennes Entreprises (PME au sens de la définition européenne) et assure financement et garantie des prêts et apports en fonds propres, aux côtés des établissements bancaires et financiers.

Le Conseil Supérieur a invité les représentants d'OSEO et les acteurs du niveau 2 à participer à une réunion, qui s'est tenue le 2 juin 2010, à cette occasion ont été évoqués les besoins des dépositaires de presse en matière de financement et de garantie financière et présentées les solutions offertes par OSEO.

Le 20 décembre 2010, le Président du Conseil Supérieur et le Président Directeur Général d'OSEO ont signé une convention de partenariat liant les deux organismes. Ainsi, le Conseil Supérieur et OSEO, relayé par ses structures locales, se sont engagés à informer les dépositaires de presse des solutions mises en place par OSEO pour financer les opérations de regroupement des dépôts de presse s'inscrivant dans la réforme du niveau 2 de la distribution de la presse. Cette convention vise à permettre aux dépositaires de presse de consolider leur activité à travers l'optimisation du réseau de niveau 2 et de préserver leurs possibilités de développement futur. OSEO s'engage, notamment à faciliter les contacts entre les dépositaires de presse et les directions régionales OSEO et à examiner avec une attention particulière, au niveau de ses directions régionales, les dossiers des dépositaires de presse souhaitant procéder à une opération de regroupement ou d'association entre dépôts dans le cadre de la restructuration attendue par la profession. Pour sa part, le Conseil Supérieur assure la plus large information des dépositaires de presse sur la présente convention à travers son site Internet.







#### **IV - LES DONNEES SECTORIELLES**

- **Les aides à la presse**
- **La formation professionnelle**
- **La distribution de la presse par voie postale**
- **La distribution de la presse à l'export**

## IV - LES DONNEES SECTORIELLES

### Les aides à la presse

#### *Panorama général*

La loi de finances pour 2011 prévoit un budget de 422 millions € pour le programme « Presse » de la mission *Médias, livre et industries culturelles*\* (en autorisations d'engagement), soit une progression de 1,4 % par rapport à la loi de finances initiale pour 2010 qui avait retenu une enveloppe globale de 416,3 millions €.

Le Conseil Supérieur remercie l'Etat qui, conformément aux engagements pris à l'issue des Etats Généraux de la Presse Ecrite, confirme pour la troisième année consécutive son soutien en faveur du développement et de la modernisation du secteur de la presse. Pour mémoire, la loi de finances initiale pour 2009 avait retenu un budget de 282,7 millions €, avant que d'importantes dispositions budgétaires ne soient votées à la suite des Etats Généraux de la Presse Ecrite (150,8 millions € de crédits supplémentaires).

\* La presse bénéficie par ailleurs de l'aide au transport de la presse relevant de la mission *Economie* versée par l'Etat à La Poste (159 millions €) et d'aides indirectes, sous forme de dépenses fiscales (moins value fiscale estimée à 210 millions €, pour l'essentiel liée au taux de TVA).



Rappelons qu'à l'occasion de la clôture des Etats Généraux de la Presse Ecrite, le 23 janvier 2009, le Président de la République avait présenté un plan sur trois ans, destiné à répondre au diagnostic posé. Ce plan reprenait l'essentiel des recommandations restituées par le Livre vert. Il retenait à la fois des mesures d'urgences, destinées à répondre à la situation conjoncturelle née de la crise survenue fin 2008 et des mesures structurelles, destinées à permettre à la presse française de surmonter ses handicaps. Le Président de la République avait annoncé dans le cadre de ce plan ambitieux un effort très important de l'Etat. L'enveloppe budgétaire globale consacrée à ce plan représente un engagement de 600 millions €, sur trois ans. Cet effort sans précédent venait signer la détermination du Chef de l'Etat à soutenir la presse et à favoriser son développement et sa modernisation.



Le programme Presse de la mission Médias, livre et industries culturelles figurant à la loi de finance pour 2011 dote les aides à la presse stricto sensu (hors abonnement de l'Etat à l'AFP) d'un budget de 306,6 millions € (en autorisations d'engagement).

Les aides à la diffusion de la presse, qui comportent pour l'essentiel les aides au transport postal et au portage, diminuent légèrement (- 1%). L'enveloppe budgétaire dédiée à l'aide au transport postal s'élève à 109,5 millions €. Celle-ci se répartit entre 83 millions € venant financer les accords presse-Poste et 26,5 millions € au titre du moratoire d'un an sur les mêmes accords. Par ailleurs, une aide au transport postal est inscrite au programme *Développement des entreprises et de l'emploi* de la mission *Economie* pour 159 millions €. L'important soutien qui avait été apporté au

développement du portage à partir de 2009, pour une durée de trois ans, se poursuit en 2011, à hauteur de 67,9 millions €. Le Syndicat de la Presse Quotidienne régionale (SPQR) et le Syndicat de la Presse Quotidienne Nationale (SPQN) ont engagé fin juin une démarche commune auprès des pouvoirs publics, pour demander un maintien au-delà des trois années initialement prévues de ce dispositif, dont ces organisations professionnelles soulignent qu'il a su prouver son efficacité. L'exonération des charges patronales pour les vendeurs colporteurs et porteurs de presse vient compléter le dispositif en faveur du développement du portage. Pour mémoire, celle-ci avait été instituée lors de la loi de finances rectificative du 20 avril 2009. Pour l'année 2011, une enveloppe budgétaire de 14 millions € est consacrée à la prise en charge des cotisations patronales d'environ 18 000 porteurs de presse. L'aide à la distribution et à la promotion de la presse française à l'étranger et l'aide affectée à la réduction du tarif SNCF pour le transport de presse (dans le cadre du ciblage) restent stables et s'élèvent respectivement à 2 et 5,5 millions €. Une synthèse de l'utilisation pour l'exercice 2010 du fonds d'aide à la distribution et à la promotion de la presse française à l'étranger est présentée avec le bilan de l'activité export (cf. infra).

Concernant les aides au pluralisme, qui avaient été significativement revalorisées en 2010 (+ 24 %), leur montant est reconduit, 12 millions € sont consacrés à l'aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires, à l'aide aux quotidiens régionaux, départementaux, et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces et à l'aide à la presse hebdomadaire régionale.

Enfin, concernant les aides à la modernisation, celles-ci ont été revalorisées (+ 1,7 %) pour atteindre un budget global de 95,8 millions €. Sur ce volet budgétaire nous soulignons les éléments qui suivent. Comme l'Etat s'y était engagé, 18 millions € sont consacrés à l'aide à la modernisation de la distribution de la presse quotidienne nationale d'information politique et générale, sur laquelle nous reviendrons (cf. infra). Le soutien apporté à la modernisation des diffuseurs de presse est poursuivi en 2011 au rythme de la mise en œuvre des projets des entreprises, les crédits alloués à celui-ci étant portés à hauteur de 10,7 millions € (cf. infra). L'aide au développement des services de presse en ligne est dotée d'une enveloppe budgétaire de 19,5 millions € (stable).

En 2010, les diffuseurs de presse exerçant à titre individuel et dont la vente de presse était l'activité principale, ont bénéficié d'une aide exceptionnelle (cf. infra). Une telle aide n'avait pas été retenue dans la loi de finances initiale pour 2011. Cependant, lors de son intervention le 16 février 2011 au Congrès national de l'Union Nationale des Diffuseurs de Presse (UNDP), le Ministre de la culture et de la communication, M. Frédéric MITTERRAND a indiqué qu'il souhaitait renouveler cette aide exceptionnelle transitoire sur le modèle du dispositif 2009. Les modalités de ce renouvellement sont en cours de définition par les pouvoirs publics, en concertation avec l'UNDP (cf. infra).

Enfin, l'opération « *Mon journal offert* » permettant à tout jeune âgé de 18 à 24 ans de bénéficier d'un abonnement hebdomadaire gratuit d'un an à un quotidien de son choix a également été renouvelée en 2011. L'Etat a confirmé sa participation au dispositif à hauteur de 5 millions €. Signalons le bilan très positif de cette opération,

puisque pour la 1<sup>ère</sup> (2009/2010) et 2<sup>ème</sup> édition (2010/2011), ce sont près de 220 abonnements qui ont été attribués pour environ 300 000 demandes. Une 3<sup>ème</sup> édition sera ouverte pour la rentrée universitaire de 2011.



Concernant la gouvernance des aides à la presse, signalons qu'à la suite du rapport de M. Aldo CARDOSO sur cette question, une instance de concertation placée sous la présidence de M. Roch-Olivier MAISTRE, conseiller maître à la Cour des comptes avait été mise en place par le Ministre de la culture et de la communication, M. Frédéric MITTERAND. Celui-ci avait indiqué que cette instance avait pour objet « *d'adapter le dispositif pour réconcilier l'approche publique et les exigences des entreprises dans le cadre d'une intervention plus efficace de l'Etat qui concourt en priorité à la préservation du pluralisme de l'information* ». Le bilan de la concertation menée par M. Roch-Olivier MAISTRE a été remis au Ministre, lequel a clôturé les travaux de l'instance de concertation le 5 juillet 2010. Sur cette base, le Ministre a présenté les orientations qu'il retenait pour favoriser la rénovation de la gouvernance des aides publiques à la presse et une plus grande efficacité des instruments de soutien : conférence annuelle des éditeurs, évaluation de l'efficacité de l'intervention publique, transparence, contractualisation, création d'un fonds stratégique pour le développement de la presse...



### **L'aide à la distribution de la presse**

Le décret du 25 avril 2002 a institué l'aide à la distribution de la presse quotidienne nationale d'information politique et générale et précisé les conditions d'obtention de cette aide.

Nous rappelons que le montant de l'aide à la distribution de la presse quotidienne nationale d'information politique et générale avait été fixé par la loi de finances initiale pour 2010 à 12 millions € (11 millions € en 2009). Conformément à ses engagements, l'Etat a finalement porté le montant de cette aide à 18 millions € pour les années 2009 et 2010.

Comme chaque année depuis la mise en place de cette aide à la distribution de la presse quotidienne nationale d'information politique et générale, le Conseil Supérieur a rempli la mission que lui a fixée le décret du 25 avril 2002.

Le Conseil Supérieur a apporté son concours au recueil des informations destinées à renseigner les dossiers de demande présentés par les éditeurs. Il a également certifié les déclarations fournies par les titres, portant sur le nombre d'exemplaires ayant fait l'objet en France d'une vente effective au numéro, directement auprès de la clientèle, au cours de l'année qui précède l'attribution de l'aide. Pour ce faire, il s'est référé aux sources professionnelles habituelles, à savoir les comptes rendus de distribution (CRD) délivrés pour 2010 par les sociétés de messageries Presstalis et SAEM Transports-Presses.

Le Conseil Supérieur a présenté les demandes des éditeurs et la certification des déclarations de diffusion, en temps utile, à la Direction Générale des Medias et des Industries Culturelles, pour que celle-ci soit en mesure de statuer sur l'attribution de l'aide.



### ***L'aide à la modernisation des diffuseurs de presse***

Instituée depuis la loi de finances rectificative pour 2004 (article 134), l'aide à la modernisation des diffuseurs de presse, qui est une subvention directe, a permis depuis sa création d'attribuer 10 413 subventions, pour un montant de 25 millions € dont 7 689 ont été payées, pour un montant de 17,4 millions €. Pour l'année 2010, 2 106 subventions ont été attribuées pour un montant de 6,1 millions € et 1 600 subventions ont été versées pour un montant de 4,1 millions €.

Pour mémoire, depuis janvier 2006, les subventions peuvent être versées, soit dans le cadre d'investissements concernant la modernisation du linéaire, soit dans le cadre d'investissements relatifs à l'informatisation des points de vente. Ainsi, en 2010 ce sont 462 subventions qui ont été attribuées dans le cadre de projets de modernisation de l'espace de vente et 1 644 subventions qui l'ont été dans le cadre de projets de modernisation informatique.

Pour l'année 2010, le montant moyen des aides accordées ressort à 2 906 €, soit 4 068 € en moyenne pour un projet de modernisation de l'espace de vente et 2 580 € en moyenne pour un projet de modernisation informatique.

Rappelons que l'impact très bénéfique de ces aides à la modernisation du réseau de vente a été confirmé, notamment par une étude qui avait été conduite par le cabinet Deloitte en partenariat avec l'Union Nationale des Diffuseurs de Presse et qui mettait en évidence une évolution du chiffre d'affaires sensiblement plus dynamique pour les diffuseurs ayant bénéficié d'une subvention que la tendance de l'ensemble du marché.

A l'occasion de la clôture des Etats Généraux de la Presse Ecrite, le Président de la République avait annoncé : « *l'aide à la modernisation des points de vente sera renforcée et délivrée plus rapidement* ».

Des décisions ont été prises très rapidement pour mettre en œuvre la volonté de l'Etat en renforçant de manière très significative le dispositif, en étendant son champ d'application et en optimisant sa gestion, les éditeurs comme les diffuseurs de presse, qui ont été étroitement associés à ces évolutions, ne peuvent que s'en féliciter. Les nouvelles dispositions sont entrées en vigueur le 27 mai 2009.

Ainsi, les modalités de calcul et d'attribution de l'aide à la modernisation des diffuseurs de presse ont été modifiées :

- le bénéfice de l'aide est étendu aux exploitants de kiosques à journaux et aux diffuseurs spécialistes en petite superficie qui satisfont aux critères définis ;
- la subvention représente désormais 40 % du montant total hors taxe des dépenses prises en compte ;

- le plafond est fixé respectivement à 5 600 € pour les projets de modernisation de l'espace de vente et à 4 500 € pour les projets de modernisation informatique (3 200 € précédemment) ;
- un diffuseur de presse ayant déjà bénéficié d'une subvention pour un projet de modernisation informatique peut bénéficier pour le même motif d'une nouvelle aide sous certaines conditions.

Les procédures d'instruction des dossiers ont été optimisées et des objectifs de réduction des délais ont été donnés à l'organisme gestionnaire. Nous rappelons que la gestion de cette aide a été attribuée à la société Deloitte Conseil, dans le cadre d'une délégation de service public.

Cette réforme du dispositif a été naturellement porteuse d'une augmentation sensible du montant total des subventions attribuées, laquelle a été observée dès le second semestre 2009 et résulte tant de la forte augmentation du nombre de demandes de subventions que de celle du montant moyen des subventions accordées.

Prenant en compte ces impacts, la loi de finances initiale pour 2010 a fixé à 11,8 millions € la dotation budgétaire relative à l'aide à la modernisation des diffuseurs. Le montant retenu dans le projet de loi de finances pour 2011 est de 10,7 millions €.

L'Etat réaffirme ainsi sa volonté d'accompagner dans la durée la modernisation du réseau de vente de la presse et d'accélérer son informatisation au service d'une meilleure efficacité de la distribution. Le Conseil Supérieur s'en félicite et souligne la contribution remarquable de ce dispositif à l'amplification du mouvement d'informatisation du réseau de vente, souhaité par les éditeurs.

Le Conseil Supérieur relève, qu'à fin mai 2011, on dénombrait 14 407 points de vente équipés d'un terminal communicant et d'un logiciel de gestion de la presse (+ 13,3 % par rapport à fin avril 2010). A ceux-ci s'ajoutent 594 diffuseurs équipés de l'outil Sc@net, qui permet au point de vente de communiquer, mais qui n'est pas porteur d'un logiciel de gestion de la presse (- 57,6 % par rapport à fin avril 2010). La baisse significative du nombre de diffuseurs utilisant l'outil Sc@net s'explique par la migration d'une partie de ceux-ci vers un logiciel de gestion de presse et rentrant donc maintenant dans la catégorie des diffuseurs informatisés. Enfin, on compte 757 magasins de l'enseigne Relay communicants.

Une demande d'aide renforcée à l'informatisation des kiosques est actuellement étudiée par les pouvoirs publics. Déjà évoqué dans le rapport de M. Michel BALLUTEAU et repris au sein du groupe de travail du Conseil Supérieur dédié à l'économie des kiosques, ce projet trouve sa légitimité tant dans l'enjeu que représente l'informatisation de ce réseau pour la diversification de ses activités (ventes de biens dématérialisés, billetterie...) et pour les ventes de la presse, particulièrement pour les quotidiens, que dans le caractère plus aléatoire du retour sur investissement d'un projet informatique dans l'économie largement mono-produit d'un kiosque.



## **L'aide exceptionnelle aux diffuseurs de presse**

Le 23 janvier 2009, à la suite de la remise du Livre vert portant les recommandations des Etats Généraux de la Presse Ecrite, le Président de la République a annoncé le versement d'une aide exceptionnelle aux diffuseurs de presse spécialistes et indépendants, dans l'attente d'une meilleure répartition de la valeur dans la chaîne de distribution.

Cette aide, instituée par le décret n° 2009-856 du 8 juillet 2009, a donné lieu à un versement unique de 4 000 euros, montant qui correspondait, en moyenne, à une exonération de 30 % des cotisations sociales personnelles des diffuseurs de presse.

Etaient considérés comme diffuseurs de presse spécialistes et à ce titre éligibles à l'aide : les exploitants de kiosques à journaux, les diffuseurs de presse spécialistes en petites superficies et les diffuseurs qualifiés ou qualifiables au titre du 1<sup>er</sup> Plan de qualification ouvrant droit à majoration de rémunération, prévu par accords professionnels.

Cette aide instituée en 2009 et versée en 2010 a été financée à hauteur de 57,2 millions € (lois de finances rectificatives pour 2009 et ouverture de crédits supplémentaires par décret d'avance).

Le renouvellement de cette aide exceptionnelle transitoire envisagé par le Ministre de la culture et de la communication devrait s'organiser en priorité au bénéfice des diffuseurs de presse les plus spécialisés, soit environ 8 000 points de vente, l'aide individuelle devrait avoisiner 1 500 € et serait fonction du degré de spécialisation du bénéficiaire. Pour prendre en compte les difficultés particulières rencontrées par les diffuseurs de la zone de distribution parisienne, du fait des mouvements sociaux intervenus en fin d'année 2010, l'aide serait bonifiée à leur intention (elle pourrait atteindre 2 000 €). Ce serait ainsi une enveloppe budgétaire de l'ordre de 12 millions € qui serait consacrée à cette mesure. Cet engagement confirme l'attention particulière portée par l'Etat au soutien et à la consolidation du réseau de vente de la presse.



## **La formation professionnelle**

Après les forts niveaux d'activité observés en 2008 et 2009 (respectivement + 12 % et + 13,4 %), le Centre de formation aux métiers de la presse (CEFODIP) a enregistré en 2010 un net recul du nombre de stagiaires : 4 686 stagiaires ont été accueillis contre 6 108 en 2009, soit une baisse de 23 %. Cette baisse est principalement liée à une forte affluence en 2009 de diffuseurs souhaitant bénéficier du 2<sup>ème</sup> plan d'amélioration de la rémunération des diffuseurs, dont l'échéance formation était fixée au 31 décembre 2009. En effet, ce plan retient la formation professionnelle continue comme critère de qualification.

64 % de l'activité du centre de formation a été réalisée par le collège « *Diffuseurs* » qui a dénombré 2 984 stagiaires. Ce chiffre est en forte baisse (-29%), mais il est à noter que pour la première fois depuis 3 ans, le nombre des formations délivrées aux nouveaux diffuseurs est en hausse significative (+ de 6 %). Comme indiqué ci-dessus,

la formation des diffuseurs en activité marque, quant à elle, une baisse sensible de 46 % après quatre années de forte progression. Comme les années précédentes, le centre de formation se félicite de l'implication des dépositaires de presse à contribuer à la formation des diffuseurs de presse.

Alors que la formation du personnel des chaînes du commerce intégré a connu plusieurs années de fort développement, l'année 2010 connaît un léger recul du nombre de stagiaires relevant de cette catégorie de diffuseurs (377 stagiaires, - 11%), en raison d'une stabilisation du développement de l'implantation de la presse en grandes et moyennes surfaces.

Concernant le collège "*Dépositaires*", le centre de formation dénombre 885 stagiaires, soit une progression de 40 % qui s'explique par un nombre important de stagiaires concernés par le dispositif d'assortiment des titres (221 stagiaires) et par la mise en place des "relais Kiala" pour les dépôts Presstalis/SAEM Transports-Presse et quelques dépôts privés (233 stagiaires). Le centre de formation souligne qu'une large part (80%) des formations réalisées ont été effectuées par les dépôts du groupe Presstalis/SAEM Transports-Presse.

Des formations ont également été entreprises avec le CEFODIP par les éditeurs de la presse nationale et régionale, ou les sociétés de messageries de presse.

Depuis le mois de mars 2011, le groupement de dépositaires de presse Alliance développe une activité de formation à destination des dépositaires de presse et des diffuseurs de presse. Pour ces derniers, 19 sessions de formation ont été ouvertes autour d'un stage d'initiation au métier de diffuseur de presse et d'un stage dédié au merchandising. Concernant les dépositaires de presse, 30 stagiaires ont suivi un stage de management commercial et 45 un stage de vente dédié aux commerciaux des dépôts.



### **La distribution de la presse par voie postale**

Chaque année, ce sont 1,6 milliard d'exemplaires des titres de la presse française qui sont distribués par voie postale aux abonnés. La distribution de la presse représente ainsi environ 10 % du volume du courrier traité par La Poste tous les ans. La distribution postale se positionne au 2<sup>ème</sup> rang des modes de distribution de la presse, après la vente au numéro et avant le portage. Ce mode de diffusion connaît une lente érosion depuis une décennie mais celle-ci s'est aggravée au cours des 3 dernières années. Depuis 2009 le nombre d'objet de presse transportés par La Poste recule en moyenne de près de 5% par an, toutes familles de titres confondues.

L'essentiel des prestations rendues par La Poste est réalisé dans le cadre du service public du transport postal de la presse qui a pour fondement l'exigence de la libre communication des idées et des opinions et dont le principe est inscrit à l'article 2 de loi n° 90-568 modifiée du 2 juillet 1990 relative à l'organisation du service public de La Poste et de France Télécom.

En 2008, le rapport d'étape de M. Marc SCHWARTZ, conseiller référendaire à la Cour des comptes, avait ouvert la voie à un nouvel accord entre La Poste, l'Etat et les organisations professionnelles de presse. Par cet accord signé le 23 juillet 2008, les différentes parties ont pris un certain nombre d'engagements et consenti à des efforts importants. Ainsi, les éditeurs de presse ont accepté une revalorisation importante et durable des tarifs de transport et de distribution de la presse alors que La Poste s'est engagée à poursuivre ses efforts de modernisation et à améliorer sa productivité, tout en maintenant la qualité du service rendu et en étendant ses prestations. L'accord de juillet 2008 définit le cadre des relations entre la presse et La Poste pour le transport et la distribution de la presse jusqu'en 2015. L'Etat y confirme la mission de service public du transport et de la distribution de la presse confiée à La Poste et pérennise son engagement financier sur sept ans.

Toutefois, lors de la clôture des Etats Généraux de la Presse Ecrite, le Président de la République soulignait que depuis la signature de cet accord, le contexte économique avait radicalement changé et nécessitait des mesures d'urgence destinées à surmonter les effets de la crise. Le Président de la République a donc souhaité que la mise en œuvre du volet tarifaire du nouvel accord Presse-Poste soit reportée d'un an. Il a confirmé la compensation intégrale du manque à gagner pour La Poste par l'Etat (23,7 millions d'euros en 2009 et 24,5 millions d'euros en 2010). Le projet de loi de finances pour 2011 prévoit une dotation de 26,5 millions d'euros).

Cette disposition exceptionnelle en réponse à la situation d'urgence de la presse écrite, n'est pas venue remettre en cause l'accord signé le 23 juillet 2008, mais a décalé sa mise en application d'une année, sur la période 2010-2016. En conséquence, les hausses tarifaires prévues par l'accord pour 2009 ont été neutralisées pour tous les éditeurs grâce à la compensation mise en place par l'Etat.



### **La distribution de la presse à l'export**

En 2010, 101 pays ont été concernés par l'exportation de la presse française. Comme en 2009, les évolutions de la diffusion à l'export sont comparables à celles observées en France Métropolitaine.

Ainsi, les ventes de la presse française à l'étranger ont connu une évolution fortement négative en 2010, elle ont en effet diminué de 12,1% en valeur et 18 % en volume. Elles ont représentées 191 millions € pour 61,6 millions d'exemplaires vendus.

En valeur, pour cette même année, l'activité export représente 9,1 % des ventes réalisées par Presstalis.

L'exportation des quotidiens représente 25 millions € (-11,6%) pour 14,8 millions d'exemplaires vendus (-10,8%), celle des publications représente 166 millions € (-12,2%) pour 46,8 millions d'exemplaires vendus (-20,1%)\*.

\*Chiffres 2010 estimés à fin février 2011 comparés aux chiffres définitifs 2009

Concernant les quotidiens, on remarque que la forte baisse des volumes n'est que partiellement compensée par l'évolution des prix de vente locaux. Concernant les publications, la hausse des prix de vente locaux a permis de compenser une bonne part de la baisse constatée en volume.

Le taux d'invendus en exemplaires à l'export s'est sensiblement dégradé en 2010 (+ 2,1 points). Il ressort à 51,8 %.

Il est à noter qu'une part importante de la baisse des volumes est due à l'interruption de l'activité export de certains éditeurs via la société de messagerie de presse Presstalis.

En valeur, ce choix a eu un fort impact sur l'activité export vers l'Europe Francophone (- 16,4%), alors que celle-ci avait connu une baisse moins marquée en 2009 (- 2,9%). La Belgique a été particulièrement touchée (- 24,6%) confirmant ainsi la baisse d'activité déjà constatée en 2008. Quant à la Suisse, la hausse d'activité relevée en 2009 (+ 1,6%) ne s'est pas confirmée en 2010 (- 5,1%). Au global, si l'Europe Francophone garde le poids le plus important sur l'ensemble de l'activité export, il n'en reste pas moins que sa part diminue légèrement pour se situer à 54,1% (56,8% en 2009).

La baisse d'activité vers l'Union Européenne, qui pèse 16 % de l'activité export, soulignée en 2009 se poursuit en 2010 (- 8,2%). L'Espagne (- 13,3 %) et la Grèce (- 7,9%) étant les plus concernées notamment du fait d'un contexte économique difficile.

L'Afrique qui enregistrait des résultats encourageants en 2009 connaît pour l'année 2010 une forte baisse de son activité (- 10,1%) avec des évolutions très contrastées par pays.

De même, le Maghreb voit son activité se réduire de - 6,6%, en particulier l'Algérie (- 38,6%) qui subit l'impact de la fermeture des expéditions par bateau.

L'Amérique du Nord représentant la 3<sup>ème</sup> zone d'activité est la seule région pour laquelle l'activité export est restée stable (- 0,1%).

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2011, les MLP assurent directement la distribution en Belgique des titres qui leur sont confiés, à travers un accord passé avec la société AMP.



Rappelons que le fonds d'aide à la distribution et à la promotion de la presse française à l'étranger a été institué pour une durée de cinq ans, à compter de l'année 2005. Il est régi par le décret du 26 novembre 2004, dont l'application a été prolongée pour l'année 2010 par le décret n°2010-60 1 du 3 juin 2010, et pour 2011 par le décret n°2010-1762 du 30 décembre 2010.

Ce fonds, dont la finalité est d'encourager la diffusion de la presse française dans le monde et de favoriser ainsi le rayonnement de la francophonie, associe les éditeurs, leurs organismes collectifs d'exportation et l'Etat. Sa dotation globale est ventilée en deux sections, l'aide au transport d'une part et l'aide à la promotion d'autre part. Sont

seuls éligibles à l'aide au transport, les éditeurs de presse et les sociétés de messageries. Sont également éligibles à l'aide à la promotion les organismes collectifs agréés.

Pour 2010, la dotation globale représentait un montant de 2 millions € (stable). Rappelons que les aides de la 1<sup>ère</sup> section (transport) ont fait l'objet d'un recentrage sur les titres de la presse d'information politique et générale (PIPG). Cette enveloppe budgétaire a été entièrement consommée. Les aides versées directement aux éditeurs ont représenté 0,6 million €. Une dotation de 0,45 million € était affectée à UNI-Presse. Enfin la convention liant Presstalis, en qualité de groupeur exportateur pour le compte des éditeurs de presse et l'Etat, prévoyait les conditions d'utilisation de 0,9 million € comme en 2009.

Au cours du 1<sup>er</sup> trimestre 2011, Presstalis, conformément à la convention, a rendu compte à la Direction Générale des Médias et des Industries Culturelles de l'utilisation de la subvention pour 2010, en présentant le Rapport définitif d'exécution des dispositions conventionnelles. La part allouée au titre de la 1<sup>ère</sup> section, visant la réduction du coût du transport, a été entièrement consommée (0,850 million €). La zone Maghreb a été la première bénéficiaire de la subvention avec 48,3 % du montant distribué, suivie de la zone Afrique avec 47,8 % du montant distribué. L'aide apportée au titre de la 2<sup>ème</sup> section a représenté en 2010 un montant de 50.000 € (stable). La subvention a permis de couvrir 53,4 % des dépenses engagées par Presstalis à ce titre à fin décembre 2010 (93 600 €).

Le fonds d'aide à la distribution et à la promotion de la presse française à l'étranger disposera pour 2011 d'une dotation globale identique à celle de 2010.





Au titre de l'important travail réalisé dans l'ensemble de ces tâches juridiques, administratives et financières, je tiens à remercier pour leur collaboration M. Guy DELIVET, Directeur délégué, membre du Secrétariat permanent du Conseil Supérieur, Mme Nathalie BONPAPA, Chargée d'études, Mme Géraldine JEANJEAN Chargée de mission, le secrétariat administratif du Conseil Supérieur, M. Philippe BLIN, Expert comptable du Conseil Supérieur et M. Serge SMILEVITCH, Conseil du Conseil Supérieur.



Au terme de ce rapport et en conclusion, il me semble nécessaire d'insister sur l'urgence que nous aurons à mettre en place la nouvelle régulation de la distribution de la presse issue de la loi du 5 juillet 2011, afin que forts de ce nouveau cadre législatif nous puissions poursuivre et accélérer les réformes engagées conformément aux attentes de la profession. Je salue les acteurs de la profession, qui ont continué à se rassembler autour du Conseil Supérieur pour, dans la concertation, la négociation et le respect de chacun, poursuivre avec efficacité et détermination la mise en œuvre des réformes nécessaires. Je les remercie du témoignage renouvelé de la confiance qu'ils placent dans le Conseil Supérieur. J'appelle de mes vœux la poursuite de cet élan réformateur nécessaire à assurer la pérennité du système de distribution, auquel tous les acteurs ont confirmé leur attachement. Je remercie, cette année plus que jamais, les pouvoirs exécutifs et législatifs pour l'attention qu'ils portent au devenir de la presse écrite et pour leur détermination à accompagner les mutations indispensables de notre secteur.

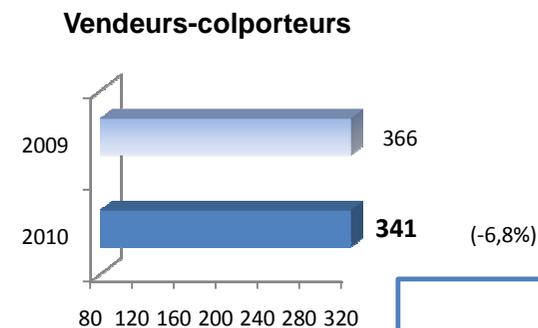
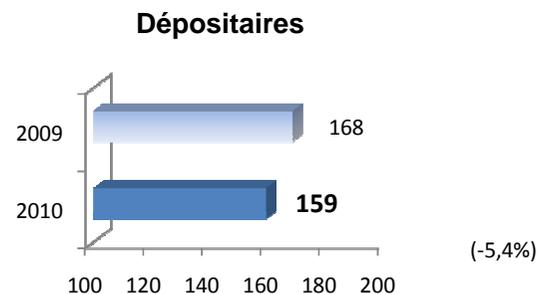
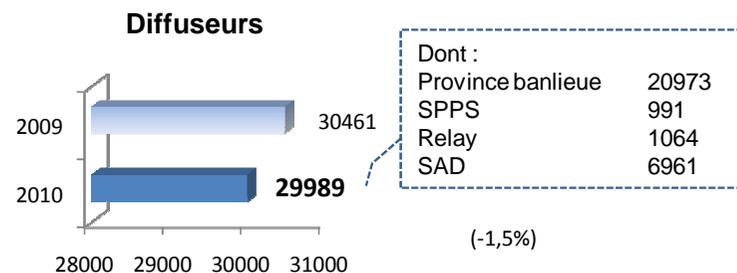




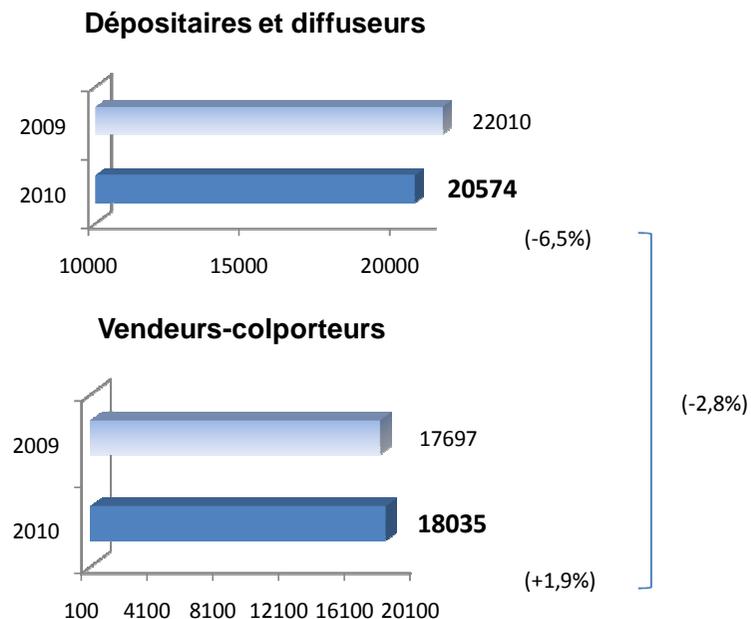
## **V - ANNEXE (Fichier des agents de la vente)**

## Composition du fichier des agents de la vente du Conseil Supérieur des Messageries de Presse (31.12.2010)

**Presse quotidienne nationale :  
30 489 agents de la vente inscrits**



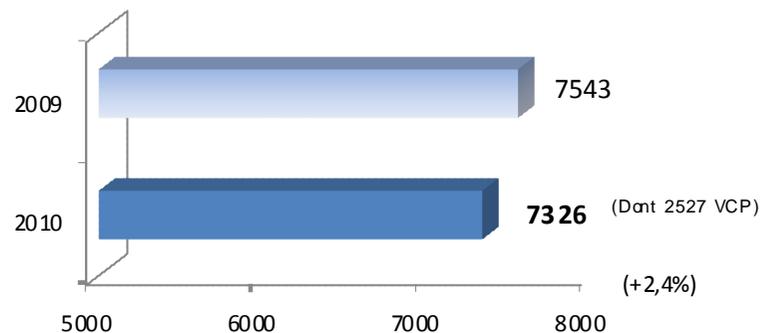
**Presse quotidienne régionale :  
38 609 agents de la vente inscrits**



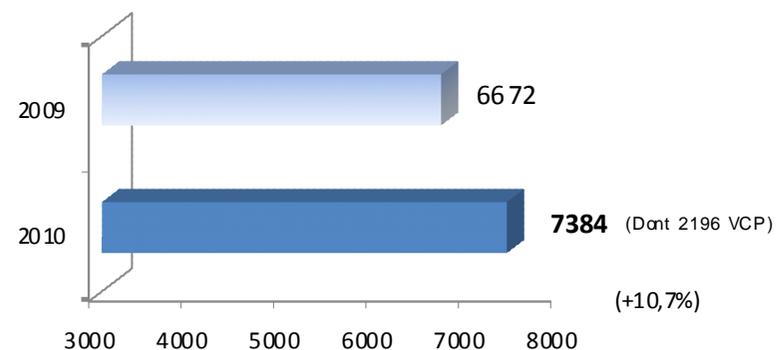
Soit un total général de :  
**69 098 agents de la vente inscrits au 31.12.10 contre 70 702 au 31.12.09 (-2,3 %)**

## Mouvements enregistrés sur le fichier des agents de la vente du Conseil Supérieur des Messageries de Presse (année 2010)

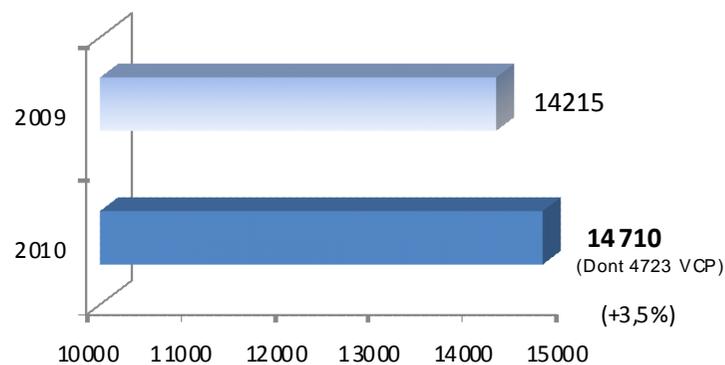
### Inscriptions de l'année



### Radiations de l'année



### Total des mouvements (Inscrits + radiés de l'année)



### Solde des mouvements (Inscrits - radiés de l'année)

