

# CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

## RAPPORT DU PRESIDENT

ASSEMBLEE DU 1<sup>ER</sup> JUILLET 2014

En vue de l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse convoquée pour le 1<sup>er</sup> juillet 2014 à 11 heures, le Président présente aux membres du Conseil supérieur des messageries de presse le présent rapport.

---

### Rapport public d'activité du Conseil supérieur

Le Président rappelle que la loi du 2 avril 1947 en son article 18-10 dispose que le Conseil supérieur des messageries de presse 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 législatives ou réglementaires. Ce rapport est adressé au Gouvernement et au Parlement avant la fin du premier semestre de chaque année.

Le Président soumet en conséquence à l'Assemblée le rapport qui rend compte de l'activité du Conseil supérieur et de l'application de la loi pour l'année 2013, lequel, après approbation, sera rendu public et adressé au Gouvernement et au Parlement.

---

### Exécution du budget 2013 du Conseil supérieur

Conformément à l'article 7.4 du règlement intérieur du Conseil supérieur, il est rendu compte à l'Assemblée des conditions d'exécution du budget 2013 du Conseil supérieur.

---

### Schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse (niveau 3)

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 et en application de l'article 18-6 (9°) de la loi du 2 avril 1947, le Conseil supérieur des messageries de presse « fixe les conditions de rémunération des agents de la vente de presse après consultation de leurs organisations professionnelles. »

Le Président rappelle que dans sa déclaration du 10 mai 2012 portant sur les graves menaces qui pèsent sur le système de distribution de la presse française et sur son avenir, le Conseil supérieur soulignait, concernant la situation du niveau 3, que : « *Les diffuseurs de presse sont toujours dans une situation de grande précarité et le réseau de vente des éditeurs continue à s'éroder, tant en qualité qu'en capillarité.* »

Le Président rappelle aussi qu'à la suite de la délibération du Conseil supérieur du 3 octobre 2013 relative aux « *appréciations du Conseil supérieur des messageries de presse sur certaines propositions concernant les diffuseurs de presse transmises par le Ministère de la culture et de la communication* », et répondant à la demande de l'Assemblée que des projets

de décisions sur la question de la rémunération des diffuseurs puissent être présentées avant la fin de l'année 2013, qu'une consultation publique a été organisée sur l'évolution des conditions de rémunération des diffuseurs de presse.

Conformément à l'article 18-7 de la loi du 2 avril 1947 et à l'article 8.1 du règlement intérieur du Conseil supérieur, le Secrétariat permanent a procédé à la publication d'un avis de consultation publique le 22 octobre 2013 sur le site Internet du Conseil supérieur, dans une partie librement accessible. La durée de cette consultation publique a été à trente jours. Une synthèse des résultats de cette consultation publique a été établie et a été publiée sur le site Internet du Conseil supérieur, dans une partie librement accessible.

A l'occasion de l'Assemblée du 20 décembre 2013, le Président a présenté les résultats de cette consultation publique. Il a rappelé que le Secrétariat permanent avait reçu 17 contributions, émanant des diffuseurs de presse et de leurs principales organisations, groupement ou associations ; des syndicats d'éditeurs et d'un éditeur ; des sociétés coopératives et enfin des messageries de presse.

Le Président a souligné la qualité des contributions reçues et l'intérêt des propositions qui ont pu se faire jour. Il a relevé un certain nombre de points de convergence et indiqué qu'il existait aussi des avis divergents quant aux mesures à adopter.

A l'issue de cette consultation qui a permis une large expression et au vu de ses résultats, le Président a indiqué à l'Assemblée qu'il estimait nécessaire de poursuivre les travaux tout en affirmant la volonté de s'inscrire dans un calendrier resserré.

Aussi, le projet de délibération « *relative aux travaux à mener pour conduire les réformes de nature à assurer la pérennité du système de distribution de la presse* » présenté par le Président à l'Assemblée du 20 décembre 2013 a porté également sur la poursuite active des travaux et des concertations avec les différents acteurs qu'il convenait de mener pour être en mesure de proposer un schéma directeur des besoins de la distribution de la presse pour le niveau 3 et des niveaux de rémunération qui les accompagnent, avant la fin du premier trimestre 2014.

Par lettre du 21 février 2014, le Président a missionné M. Hervé DIGNE du cabinet Postmedia finance pour accompagner le Conseil supérieur dans la mise au point d'un dispositif révisé de rémunération des diffuseurs de presse.

M. DIGNE a présenté un rapport de fin de mission le 19 mai 2014 devant les membres du Bureau du Conseil supérieur, les présidents des coopératives de presse, les représentants des agents de la vente, dont l'UNDP, et les sociétés de messageries de presse.

Il recommande une simplification des grilles de rémunération pour permettre à chaque diffuseur, indépendamment de son segment d'appartenance, d'être clair sur sa rémunération future ; le remplacement des bonus dits « Grandes Villes » (Paris, Lyon, Marseille, Bordeaux) par un barème de géocommercialité qui recouvre, avec une logique de taux progressifs, la majeure partie du territoire ; le renforcement du caractère ouvert et incitatif du système actuel de rémunération complémentaire ; la modernisation de la gestion du réseau ; la prise en compte des besoins spécifiques des quotidiens, et de leur rôle clé pour générer du trafic en point de vente, en proposant un « *Label Quotidien* », l'instauration d'une prime à l'ouverture octroyée à tout nouveau diffuseur qui lancerait son activité presse, cette dernière proposition devant faire l'objet d'une étude préalable d'impact.

Le dispositif de rémunération révisé par catégorie de points de vente qu'il présente, de nature à répondre aux enjeux propres à chaque segment tout en restant dans le cadre de référence d'un système coopératif et mutualisé, a pour effet une majoration de l'enveloppe

totale de rémunération de 27,6 M€ dont 22,2 M€ pour les publications et 5,4 M€ pour les quotidiens et représente ainsi une majoration de la rémunération d'ensemble du réseau de 1,7 point sur la base des ventes et des caractéristiques du réseau constatées en 2013.

Selon l'estimation faite par Postmedia finance, la rémunération des magasins traditionnels spécialisés (soit un peu plus de 10 100 points de ventes en 2013) augmenterait de 2,5 points pour être portée en moyenne à 20,2% sur les publications et 17,5% sur les quotidiens. La majoration s'établit ainsi à un montant estimé de 17,3 M€.

Les rayons intégrés de la grande distribution, qui ne sont actuellement éligibles qu'à la rémunération de base, bénéficieraient d'une majoration de leur rémunération de 6,5 millions € sur les publications, soit une rémunération moyenne de 15,1% sur ces titres et une rémunération moyenne de 14,2% sur les quotidiens.

Les kiosques bénéficieraient d'une revalorisation de 1 point sur Paris et les grandes villes et de 3 points en Province sur les publications et de 2 points sur Paris et les grandes villes et de 4 points en Province sur les quotidiens. Cette revalorisation pourra être complétée par 1 point additionnel sous condition d'informatisation. Leur rémunération moyenne serait ainsi portée à 23,2% sur les publications et les quotidiens.

M. DIGNE conclut qu'en raison des attentes des diffuseurs de presse, liées à leur situation économique comme à la nécessité de relancer une dynamique de croissance dans l'ensemble du réseau, il est important de faire entrer en vigueur au plus vite le dispositif révisé de rémunération.

Après consultation des organisations professionnelles représentant les agents de la vente concernés, conformément aux dispositions du 9° de l'article 18-6 de la loi du 2 avril 1947 modifiée, le Président est en mesure de soumettre à l'Assemblée un projet de décision concernant le schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse (niveau 3). Ce projet reprend l'essentiel des propositions du rapport de M. DIGNE, après prise en compte de deux modifications. La première modification a visé à redéfinir les conditions d'éligibilité au « Label Quotidien » en concertation avec le Syndicat de presse la quotidienne nationale et le Syndicat des éditeurs de la presse magazine, afin d'éviter de recourir à un ratio d'activité. Le « Label Quotidien » est ainsi attribué aux points de vente de proximité (PVC, PVQ) garantissant 7 jours d'ouverture par semaine, ainsi qu'aux diffuseurs spécialisés, garantissant 7 jours d'ouverture par semaine et réalisant un chiffre d'affaires minimum annuel de 15 000 € grâce à la vente des quotidiens. La seconde modification a porté sur la redéfinition de la rémunération complémentaire des points de vente sous concession. Pour les publications, elle permet d'actualiser les critères en vigueur en les harmonisant avec ceux retenus pour la rémunération complémentaire des diffuseurs spécialisés (chiffre d'affaires et linéaire). Pour les quotidiens, les critères retenus prennent en compte les besoins spécifiques de cette famille de presse (qualité d'exposition, promotion, amplitude d'ouverture). Le critère d'informatisation est retenu pour les publications comme pour les quotidiens.

Par ailleurs, le projet de décision évoque le cas particulier des enseignes culturelles qui n'était pas mentionné explicitement dans le rapport Postmedia finance. Il est proposé qu'elles puissent bénéficier des conditions de rémunération proposées aux diffuseurs spécialisés, mais sous condition d'un critère de représentativité spécifique à ce segment.

La décision n° 2011-01 du Conseil supérieur *relative à la fixation des conditions de rémunération des agents de la vente de presse*, adoptée le 1<sup>er</sup> décembre 2011 serait modifiée et complétée conformément aux dispositions ci-après exposées, qui seront mises en œuvre progressivement à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2015, selon un échéancier défini, en

fonction des ressources qui seront dégagées par la filière conformément au 2° du projet de décision présenté.

Le financement de la hausse de l'enveloppe globale de rémunération du niveau 3 qui résultera de la mise en œuvre progressive des dispositions prévues sera assuré :

- (i) par un effort accru des éditeurs de presse, à hauteur d'un point d'activité (ventes en montants forts) affecté à la rémunération des diffuseurs de presse,
- (ii) et par les économies qui seront réalisées dans l'organisation et le fonctionnement du réseau de distribution de la presse, pour le solde.

L'Assemblée du Conseil supérieur se fixera comme objectif de dégager les marges financières permettant de rééquilibrer, en faveur du niveau 3, la répartition de la valeur entre les catégories d'acteurs de la distribution de la presse, de manière à ce que les dispositions ci-après puissent entrer en vigueur au plus tard le 1<sup>er</sup> janvier 2017.

Les quatre premières lignes du tableau des taux de commission du niveau 3, figurant au 2° de la décision n° 2011-01, seront remplacées par les six lignes suivantes :

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

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

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

Sont considérés comme diffuseurs spécialisés les points de vente qui satisfont aux (a), (b) et (c) ci-après :

- a. Visibilité : présence d'une « enseigne presse » sur la vitrine en drapeau ;
- b. Informatisation : point de vente équipé d'un logiciel presse homologué « remontée des ventes » par les messageries de presse et d'une caisse communicante ;
- c. Représentativité :
  - i. présentation des produits « presse » (tels que définis au 1° de la décision n° 2013-01 susvisée du Conseil supérieur) sur au moins 50 mètres linéaires développés ; et
  - ii. surface de vente totale de vente comportant une part consacrée au mobilier mural d'au moins 1,70 mètre de hauteur dédié à la présentation des produits « presse » au moins égale à :
    - 45 % si la surface totale de vente est inférieure ou égale à 20 m<sup>2</sup> ;

- 40 % si la surface de vente est supérieure à 20 m<sup>2</sup> et inférieure ou égale à 40 m<sup>2</sup> ;
- 35 % si la surface de vente est supérieure à 40 m<sup>2</sup> et inférieure ou égale à 60 m<sup>2</sup> ;
- 30 % si la surface de vente est supérieure à 60 m<sup>2</sup> et inférieure ou égale à 100 m<sup>2</sup> ;
- 25 % si la surface de vente est supérieure à 100 m<sup>2</sup>.

Seront également considérées comme diffuseurs spécialisés les « enseignes culturelles » qui satisfont aux critères énoncés aux (a) et (b) ci-dessus et qui par ailleurs présentent des produits « presse » sur au moins 100 mètres linéaires développés et offrent à la vente essentiellement des produits et services culturels et de loisirs sur une surface de vente supérieure à 300 m<sup>2</sup>.

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

- les points de vente complémentaire (PVC) et points de vente quotidiens (PVQ) ouverts sept jours sur sept ;
- les diffuseurs spécialisés ouverts sept jours sur sept et réalisant un chiffre d'affaires annuel d'au moins 15 000 € grâce à la vente des quotidiens.

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

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

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

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

Les majorations prévues au tableau ci-dessus ne sont pas cumulables entre elles lorsqu'un diffuseur satisfait à plusieurs de ces critères de géocommercialité. Dans un tel cas, il sera fait application de la majoration la plus élevée à laquelle le diffuseur peut prétendre en fonction

des critères auxquels il satisfait. Les unités urbaines prises en compte pour l'application de ces critères sont celles définies par l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

La décision prévoit qu'après consultation des messageries de presse et des organisations professionnelles représentant les agents de la vente concernés, le Président du Conseil supérieur soumettra à l'Assemblée, avant le 31 décembre 2014, un projet de décision définissant les modalités de mise en œuvre des dispositions prévues, et notamment l'échéancier de mise en œuvre et les conditions de passage de l'ancienne grille de rémunération à la grille de rémunération telle que prévue ci-dessus.

La décision prévoit qu'après consultation des messageries de presse et des organisations professionnelles représentant les agents de la vente concernés, le Président du Conseil supérieur soumettra à l'Assemblée, avant le 30 septembre 2014, un projet de mesure transitoire permettant d'anticiper, dès la fin de l'année 2014, une partie de la hausse de rémunération des diffuseurs qui résultera de la mise en œuvre des dispositions prévues.

Le Président porte à la connaissance des membres du Conseil supérieur que le projet de décision présenté a recueilli un avis favorable du Bureau.

## **Bureau du Conseil supérieur**

Selon les dispositions de l'article 5.1 du règlement intérieur du Conseil supérieur « Sur proposition du Président, l'Assemblée élit un Bureau parmi les membres du Conseil supérieur. »

Conformément aux dispositions précitées du règlement intérieur, le Président soumet à l'approbation de l'Assemblée la désignation de **M. Nicolas BRIMO** en qualité de membre du Bureau du Conseil supérieur.

---

## **Commission des bonnes pratiques professionnelles**

*Selon les dispositions de l'article 11.1.2 du règlement intérieur du Conseil supérieur « La Commission des bonnes pratiques professionnelles comprend onze (11) membres. Le Président du Conseil supérieur établit une liste de personnalités qualifiées qu'il soumet à l'approbation de l'Assemblée. Les membres de la Commission des bonnes pratiques professionnelles sont désignés pour un mandat de deux (2) ans. Leur mandat est renouvelable ».*

*Conformément aux dispositions précitées du règlement intérieur, le Président soumet à l'approbation de l'Assemblée la liste de personnalités qualifiées appelées à composer la Commission des bonnes pratiques professionnelles du Conseil supérieur :*

- M. Jean-Marie ARCHEREAU**, Directeur général délégué - Editions Dupa Burda
- M. Frederick CASSEGRAIN**, Directeur général - Marianne
- M. Bertrand COUSIN**, Membre honoraire - Conseil d'Etat
- M. Michel DELBORT**, Directeur commercial presse - L'Equipe
- M. Alfred GERSON**, Administrateur - L'Humanité
- M. Serge HAYEK**, Directeur commercial réseau et marketing médias - Prisma média
- M. Eric MATTON**, Directeur général adjoint - Express Roularta
- Mme Guillemette PAYEN**, Présidente du directoire - Motor presse France
- M. Nicolas SAUZAY**, Président - Bauer Media France
- M. Jean-Pascal GOGUET CHAPUIS**, Directeur de pôle - Lagardère active
- M. Vincent VIGNEAU**, Premier Vice-président - Tribunal de grande instance de Nanterre

Conformément à l'article 11.1.3 du règlement intérieur du Conseil supérieur, le Président désignera le président de la Commission des bonnes pratiques professionnelles.

---

## **Personnalités qualifiées appelées à rendre un avis sur la conformité d'un produit aux critères fixés par la décision n° 2013-01**

L'Assemblée du CSMP a adopté, en sa séance du 26 mars 2013, la décision n° 2013-01 relative aux critères d'accès aux conditions de distribution « presse » des messageries de presse et à la régulation des titres et produits distribués par les messageries de presse dans le cadre du contrat de mandat. Cette décision a été rendue exécutoire par l'Autorité de régulation de la distribution de la presse (ARDP) par délibération du 30 avril 2013.

Cette décision prévoit que le Président du CSMP peut être appelé à rendre un avis sur la conformité d'un produit aux critères correspondant à la catégorie de produits sous laquelle ce produit a été remis et qu'il rend cet avis après consultation d'un groupe technique de trois personnalités qualifiées, choisies sur une liste qu'il arrête annuellement après consultation de l'Assemblée du Conseil supérieur.

Le Président soumet à l'approbation de l'Assemblée une liste composée des membres de la Commission des bonnes pratiques professionnelles.

---

### **Travaux menés au sein de la Commission de suivi**

Conformément à l'article 12.3.3 du règlement intérieur du Conseil supérieur, le Président rend compte à l'Assemblée des travaux menés au sein de la Commission de suivi de la situation économique et financière des messageries.

---

Le Président rappelle que si l'Assemblée adopte la décision présentée, celle-ci sera transmise à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse, conformément aux dispositions de l'article 18-13 de la loi du 2 avril 1947.

Paris, le 24 juin 2014



Le Président du Conseil supérieur des messageries de presse  
Jean-Pierre ROGER