

Avenant n°4 au
PROTOCOLE INTERPROFESSIONNEL
Du 18 septembre 2001

2010

Entre les soussignés

- ♦ La société **PRESSTALIS**, société à responsabilité limitée au capital de 50.000 € dont le siège social est à PARIS (75019), 30 rue Raoul Wallenberg, immatriculée au registre du commerce et des sociétés de Paris sous le numéro 562.029.090, représentée par son Président du Conseil de Gérance, Monsieur Jean de MONTMORT,

ci-après dénommée PRESSTALIS,

de première part,

- ♦ La société **TRANSPORTS PRESSE**, société à responsabilité limitée au capital de 7.800 €, dont le siège social est à PARIS (75010) est 6, Boulevard Saint Denis 75010 PARIS, immatriculée au registre du commerce et des sociétés de Paris, sous le numéro B 582.150.447, représentée par son Président du Conseil de Gérance, Monsieur Francis MOREL,

ci-après dénommée TP,

de seconde part,

- ♦ Le **SYNDICAT NATIONAL DES DEPOSITAIRES DE PRESSE (SNDP)**, dont le siège social est à PARIS (75002), 7, rue du 4 septembre, représenté par son Président, Monsieur Stéphane d'ALTRI O DARDARI,

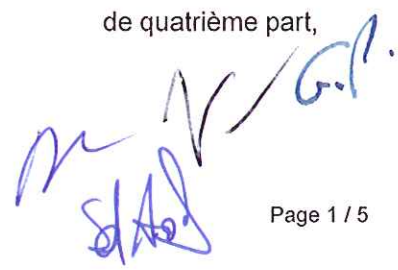
ci-après dénommé, le SNDP

de troisième part,

- ♦ **L'UNION NATIONALE DES DIFFUSEURS DE PRESSE (UNDP)**, dont le siège social est à PARIS (75010) 16, Place de la République, représentée par son Président, Monsieur Gérard PROUST,

ci-après dénommée l'UNDP,

de quatrième part,



PREAMBULE

En 1994, un plan relatif aux conditions de rémunération des diffuseurs a été arrêté à la suite des travaux menés, sous l'égide du Conseil Supérieur des Messageries de Presse, par les représentants des pouvoirs publics, les éditeurs des sociétés de messageries, les dépositaires et les diffuseurs.

Ce premier plan a été matérialisé par la signature d'un protocole en date du 30 septembre 1994 auquel est substitué le protocole du 18 septembre 2001, (« le Premier Plan de qualification »).

Le Premier Plan de qualification a fait l'objet de 2 avenants respectivement datés du 30 juin 2005 (« l'avenant n° 1 ») et du 16 mars 2006 (« l'avenant n° 2 »), l'avenant n° 2 étant destiné à « clarifier les aménagements intervenus au titre du premier avenant du 30 juin 2005 » dont le Conseil de la concurrence avait ordonné la suspension dans sa décision du 23 février 2006. L'avenant n° 2 fait partie intégrante de l'engagement qui a été accepté par le Conseil de la concurrence dans sa décision du 9 octobre 2007.

Complété de ses avenant 1, 2 et 3, ce dernier ayant été conclu le 12 juin 2009, le Premier Plan de qualification sera ci-après dénommé l'« Accord »

Presstalis et TP se sont engagées, dans une démarche volontaire tendant en particulier à développer les ventes de presse au numéro, à aider les diffuseurs participant dans cette démarche, notamment en améliorant leurs conditions de rémunération.

Pour tenir compte de l'environnement de la distribution de la presse et en particulier des difficultés du réseau de distribution, les parties se sont rapprochées et ont constaté la nécessité de faire évoluer certains critères de la qualification objet des présentes, selon les modalités ci-après définies.

Le présent avenant doit, préalablement à son entrée en vigueur, être validé par le CSMP et le Ministre de la Culture et de la Communication et transmis à l'Autorité de la concurrence selon les mêmes forme que l'Accord.

* * *

Il est en conséquence convenu ce qui suit :

ARTICLE 1 – OBJET

Le présent avenant a pour objet d'aménager certaines conditions d'éligibilité préalables à l'octroi du taux de commission majoré aux diffuseurs de presse.

Au titre des présentes, l'ensemble des compléments de rémunération additionnés à la rémunération de base du diffuseur de presse ne pourra excéder 15% net du volume de Chiffre d'Affaire Presse prix Public TTC (CA Presse Coopérative « Prix Fort ») relatifs aux publications, quotidiens, produits multimédias et encyclopédies.

ARTICLE 2 – AMENAGEMENTS DES CRITERES DU PREMIER PLAN DE QUALIFICATION

Pour tenir compte des conditions d'exploitation des points de vente visés à l'Accord, exception faite des diffuseurs bénéficiant de l'avenant n° 3 susvisé, les Parties ont convenu d'aménager les critères de qualification comme suit :

- 2.1 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 m de hauteur, il est substitué l'obligation générale de proposer à la vente 40 mètres linéaires développés de presse.

2.2 Il est précisé que le linéaire mural presse de référence utilisé pour le calcul du critère de représentativité de la presse est un mobilier mural de plus de 1,70 mètre de hauteur.

2.3 Pour optimiser le développement des ventes, le point de vente devra organiser la présentation de la presse comme suit ;

2.3.1 Distinction des familles de titres en créant au moins deux zones distinctes que sont une zone à dominante titres féminins et d'autre part une zone à dominante titres masculins, les familles de titres dans chacune de ces zones étant identifiées par une signalétique visible

2.3.2 Classement des titres en respectant la signalétique « famille de titres »

2.3.3 Présentation limitée à au plus 10% des titres en éventail

2.4 L'annexe 1 aux présentes reprend en son point 1 les conditions d'éligibilité au premier plan après entrée en vigueur des présentes.

ARTICLE 3 - DUREE

Le présent avenant entre en vigueur le 1er juillet 2010, sous réserve de la validation préalable du Conseil Supérieur des Messageries de Presse et du Ministre de la Culture et de la Communication.

Les conditions visées à l'article 2.3 n'entreront en vigueur que le 1^{er} juillet 2011, afin de permettre aux diffuseurs visés de pouvoir le cas échéant s'adapter.

Outre les accords préalables nécessaires susvisés, les conditions de rémunération des diffuseurs ayant fait l'objet d'un engagement accepté par le Conseil de la concurrence, il est convenu que le présent avenant, venant modifier cet engagement sera présenté à l'Autorité de la concurrence dans le cadre du suivi de l'engagement accepté par le Conseil de la concurrence dans la décision du 9 octobre 2007.

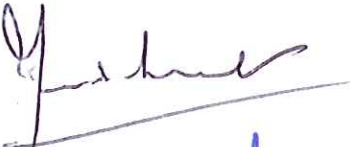
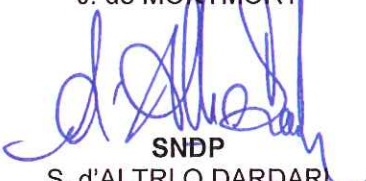
Dans l'hypothèse où l'Autorité de la concurrence soulèverait des objections quant à la conformité du présent avenant à l'engagement, les parties devraient renégocier les présentes.

L'Accord pourra être résilié à tout moment par Presstalis et/ou TP si leurs capacités contributives ne permettaient pas le financement de ces compléments de rémunération.

ARTICLE 4 - PORTEE

Toutes les dispositions de l'Accord non modifiées par les présentes demeurent en vigueur.

Fait à Paris, le **19 MAI 2010**
En 4 exemplaires originaux


PRESSTALIS
J. de MONTMORT

SNDP
S. d'ALTRI O DARDARI


TP
F. MOREL


UNDP
G. PROUST

Annexe 1

Synthèse des critères d'éligibilité au premier plan de qualification

Pour être éligible au complément de rémunération, objet de l'Accord modifié par les présentes, un diffuseur de presse doit respecter l'ensemble des critères cumulatifs suivants :

- 1. Apposer une enseigne Presse
 - Le point de vente doit disposer d'une enseigne Presse de nature à informer clairement le public que l'établissement qui l'arbore est un spécialiste de la presse. Cette enseigne doit être apposée sur la vitrine en drapeau. Une dérogation au principe concerne les centres commerciaux et les sites classés par les Bâtiments de France sur présentation de documents justifiant les contraintes administratives locales.
- 2. Mettre de la presse en vitrine
 - Le point de vente s'engage à consacrer en permanence dans sa vitrine un emplacement dédié significatif afin de présenter au minimum 2 quotidiens, 8 publications, 2 produits hors presse. L'ensemble de ces titres en cours de vente fera l'objet d'une rotation régulière et d'une large visibilité des « unes ». Une dérogation au principe concerne les diffuseurs qui ne disposent pas d'une surface de vitrine lui permettant de présenter les produits visés
 - Le diffuseur s'engage également à relayer dans son établissement les opérations de promotion et les tests organisés par les éditeurs, individuellement ou collectivement, ou les sociétés les représentant pour la mise en avant des titres, dans le cadre de leur commission.
- 3. Avoir un linéaire presse développant un minimum de 40 mètres linéaires
- 4. Assurer une représentativité à la presse dans le magasin (ratio linéaire presse / l'ensemble du magasin)
 - Au titre de ce critère, le diffuseur s'engage à consacrer à la présentation de la presse en vue de sa vente un pourcentage de son linéaire mural, lequel pourcentage variera selon la surface de vente de son magasin, tel que cela résulte du tableau suivant.
 - Le pourcentage est le rapport entre le linéaire Presse mural et le total du linéaire de votre magasin (Presse + Autres Activités). Exemple : les mesures relevées dans un magasin sont de 9 m pour la presse et 18 m pour les autres activités, soit un linéaire total tous produits de 27 m. Le ratio est donc de $(9\text{m} / 27\text{m}) = 33 \%$
 - Ce pourcentage est ensuite à rapprocher du tableau de la représentativité. Par surface de vente du magasin, on entend la partie du magasin accessible à la clientèle.

Pour une superficie du commerce :	Part du linéaire Presse mural
Jusqu'à 20 m ² inclus	45 %
> 20 m ² jusqu'à 40 m ² inclus	40 %
> 40 m ² jusqu'à 60 m ² inclus	35 %
> 60 m ² jusqu'à 100 m ² inclus	30 %
> 100 m ²	25 %

- 5. Le diffuseur s'engage à respecter six jours par semaine des horaires d'ouverture répondant à une des cinq options, qui complètent les conditions d'ouverture stipulées à l'article 6 du contrat type dépositaire / diffuseur approuvé par le Conseil Supérieur des Messageries de Presse :
- Ouverture au plus tard à 06h30
 - Ouverture sans interruption entre 12h00 et 14h00
 - Ouverture jusqu'à 19h30
 - Ouverture le dimanche matin
 - Ouverture 9 heures par jour
- 6. Le diffuseur devra organiser dans son point de vente la présentation de la presse comme suit ;
- Distinction des familles de titres en créant au moins deux zones distinctes que sont une zone à dominante titres féminins et d'autre part une zone à dominantes titres masculins, les familles de titres dans chacune de ces zones étant identifiée par une signalétique visible
 - Classement des titres en respectant la signalétique « famille de titres »
 - Présentation limités à au plus 10% des titres en éventail
- 7. Les nouveaux diffuseurs s'engagent à suivre le stage d'initiation au métier de diffuseur de presse.

