

Avenant n°5 au  
PROCOLE INTERPROFESSIONNEL DEFINITIF  
PORTANT  
SECOND PLAN DE QUALIFICATION  
DU RESEAU DES DIFFUSEURS

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

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 en améliorant, notamment, leurs conditions de rémunération.

Dans le cadre d'engagements pris devant la Conseil de la concurrence en la matière, les parties ont mis en place un système de qualification permettant une majoration de la rémunération des diffuseurs de presse faisant l'objet de l'Accord second plan interprofessionnel définitif, conclu le 26 juin 2007, ci-après dénommé « l'Accord ».

Pour tenir compte de l'environnement de la distribution de la presse et en particulier des difficultés du réseau de distribution, ce dispositif doit évoluer.

Aussi, les messageries se sont-elles rapprochées de l'ensemble des partenaires pour proposer une évolution du second plan de qualification selon les conditions ci-après exposées, ce nouvel avenant devant préalablement être validé par le Conseil Supérieur des Messageries de Presse, le Ministre de la Culture et de la Communication et transmis à l'Autorité de la concurrence selon les mêmes formes que l'Accord et ses avenants.

\* \* \*

### IL EST EN CONSEQUENCE CONVENU CE QUI SUIT :

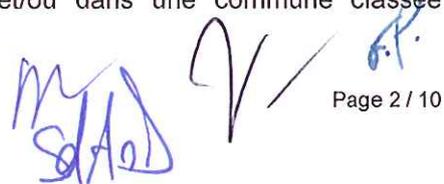
#### ARTICLE 1 – OBJET

Les parties conviennent d'aménager les conditions d'éligibilité au complément de rémunération des diffuseurs de presse, tels que visés à l'Accord et ses avenants pour augmenter la rémunération desdits diffuseurs de presse, dans les conditions ci-après détaillées.

#### ARTICLE 2 – MODIFICATIONS DES CRITERES D'ELIGIBILITE POUR LES DIFFUSEURS DE PRESSE AUTRES QUE SPECIALISTES PETITE SUPERFICIE

Il est convenu de préciser les critères et seuils à respecter comme suit, modifiant en conséquence les articles 3 et 4 de l'Accord ;

- 2.1 Il est convenu d'abaisser le premier seuil d'activité permettant au diffuseur de bénéficier de ce complément de rémunération.  
En conséquence, ce premier seuil est fixé à 68 000 euros TTC de volume d'affaires semestriel publications presse coopérative toutes messageries confondues (Presstalis, TP et MLP), en lieu et place de 70 000 euros.
- 2.2 Le critère de géocommercialité est aménagé pour supprimer le critère de localisation «dans une commune de plus de 10 000 habitants», conservant la seule référence à l'aire urbaine de plus de 50 000 habitants et/ou dans une commune classée

Page 2 / 10

commune touristique par le Ministère du Tourisme, nouveau critère souhaité par les parties pour tenir compte de l'activité de presse en saison dans ces lieux hautement touristiques.

Le complément de rémunération appliqué aux diffuseurs de presse situé 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%.

- 2.3 Afin d'optimiser le développement des ventes, en complément des critères d'éligibilité fixé par l'Accord, les diffuseurs, mettront en place à compter du 1<sup>er</sup> juillet suivant la première date anniversaire de signature des présentes, une présentation des titres conformes aux plans Merchandising dits plans Merchandising standards établis en accord avec les parties aux présentes et faisant l'objet d'offre de formation par le CEFODIP, organisme paritaire de formation notamment des diffuseurs de presse. Ainsi, les titres de presse seront présentés de manière dissociée pour distinguer les quotidiens des publications. Les publications seront présentées en s'assurant de la présence de toutes les familles de titres rangées dans leur univers d'appartenance dans les conditions minima suivantes, les conditions relatives au premier plan devant également être respectées :
- 2.3.1 Présence de décrochés de gradins pour 1 élément mural sur 2, pour les 2 gradins intermédiaires (hauteur des yeux et hauteur des mains)
  - 2.3.2 Une hauteur maximum de 1m85 (sol => niveau 1) pour les mobiliers muraux Presse
  - 2.3.3 Présence d'un mobilier spécifique pour les Quotidiens, avec un minimum de 4 "unes" visibles (tel que le Quotidien est livré) et présentées dans le bon sens de lecture, hors PQR et hors titres exposés en vitrine
  - 2.3.4 Enchaînement des univers conformément aux plans Merchandising standards et présence de toutes les familles de titres dans leur univers d'appartenance
- 2.4 L'annexe 1 aux présentes reprend en son point 1 les conditions d'éligibilité au second plan après entrée en vigueur des présentes.

### ARTICLE 3 – MODIFICATIONS DES CRITERES D'ELIGIBILITE POUR LES DIFFUSEURS DE PRESSE SPECIALISTES PETITE SUPERFICIE (SPS)

Il est convenu de préciser les critères et seuils à respecter comme suit, modifiant en conséquence les articles 3 et 4 de l'Accord ;

- 3.1 Il est convenu d'abaisser le premier seuil d'activité permettant au diffuseur spécialiste petite superficie de bénéficier de ce complément de rémunération. En conséquence, ce premier seuil est fixé à 42 000 euros de volume d'affaires semestriel publications presse coopérative toutes messageries confondues (Presstalis, TP et MLP), en lieu et place de 45 000 euros pour les Spécialistes Petite Superficie.
- 3.2 Le critère de géocommercialité est aménagé pour supprimer le critère «être localisé dans une commune de plus de 10 000 habitants», conservant la seule référence à l'aire urbaine de plus de 50 000 habitants et/ou dans une commune classée commune touristique par le Ministère du Tourisme, nouveau critère souhaité par les parties pour tenir compte de l'activité de presse en saison dans ces lieux hautement touristique. Le complément de rémunération appliqué aux diffuseurs de presse Spécialistes Petite Superficie situé 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%

The bottom of the page features three handwritten signatures in blue ink. The first is a simple mark, the second is a stylized signature, and the third is a signature with the initials 'G.R.' written next to it.

- 3.3 Afin d'optimiser le développement des ventes, en complément des critères d'éligibilité fixé par l'Accord, les diffuseurs, mettront en place à compter du 1er juillet suivant la première date anniversaire de signature des présentes, une présentation des titres conformes aux plans Merchandising dits plans Merchandising standards établis en accord avec les parties aux présentes et faisant l'objet d'offre de formation par le CEFODIP, organisme paritaire de formation notamment des diffuseurs de presse. Ainsi, les titres de presse seront présentés de manière dissociée pour distinguer les quotidiens des publications. Les publications seront présentées en s'assurant de la présence de toutes les familles de titres rangées dans leur univers d'appartenance dans les conditions minima suivantes, les conditions relatives au premier plan devant également être respectées :
- 3.3.1 Présence de décrochés de gradins pour 1 élément mural sur 2 pour les 2 gradins intermédiaires (hauteur des yeux et hauteur des mains) ou utiliser des caissons séparateurs.
  - 3.3.2 Une hauteur maximum de 1m85 (sol => niveau 1) pour les mobiliers muraux Presse
  - 3.3.3 Présence d'un mobilier spécifique pour les Quotidiens, avec un minimum de 4 "unes" visibles (tel que le Quotidien est livré) et présentées dans le bon sens de lecture, hors PQR et hors titres exposés en vitrine.
  - 3.3.4 Enchaînement des univers conformément aux plans Merchandising standards et présence de toutes les familles de titres dans leur univers d'appartenance.
  - 3.3.5 La rémunération des spécialistes Petite Superficie telle que visée à l'article 4.5.2 du Protocole est modifiées pour être portée à 22% net volume d'affaires Presse coopérative Prix Public TTC (CA Presse coopérative « Prix Fort ») relatif aux publications.
- 3.4 La rémunération des Spécialistes Petite Superficie en province pourra atteindre 18% net volume d'affaires Presse coopérative Prix Public TTC (CA Presse coopérative « Prix Fort ») relatif aux publications et quotidiens, rémunération qui pourra être complété d'un bonus de géocommercialité.
- 3.5 L'annexe 1 aux présentes reprend en son point 1 les conditions d'éligibilité au second plan après entrée en vigueur des présentes.

#### ARTICLE 4 - DUREE

Le présent avenant entre en vigueur le 1er juillet 2010, sous réserve de la validation du CSMP et du Ministre de la Culture et de la Communication.

En outre, les conditions de rémunération des diffuseurs ayant fait l'objet d'un engagement accepté par le Conseil de la concurrence, 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 négociations devront reprendre entre les parties.

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

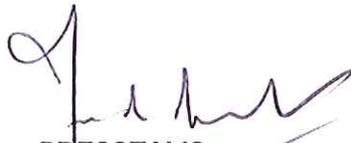


Page 4 / 10

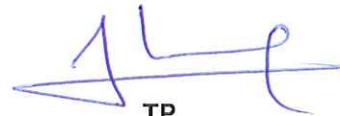
ARTICLE 5 - PORTEE

Toutes les dispositions du Protocole non modifiées par les présentes demeurent en vigueur.

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



**PRESSTALIS**  
J. de MONTMORT



**TP**  
F. MOREL



**SNDP**  
S. d'ALTRI O DARDARI

**UNDP**  
G. PROUST



## Annexe 1

### Synthèse des critères d'éligibilité au second plan de qualification et calcul de son complément de rémunération

#### 1. Situation des diffuseurs de presse autres que Spécialistes Petite Superficie

##### 1.1 Critères l'éligibilité

Pour être éligible au complément de rémunération, objet de l'Accord modifié par l'ensemble de ses avenants, un diffuseur de presse NON spécialiste petite superficie, doit respecter l'ensemble des critères cumulatifs suivants :

1/ respecter les critères du protocole du 18 septembre 2001 et ses avenants

2/ Etre informatisé & remonter les informations, le diffuseur doit pour ce faire :

- être équipé d'un logiciel presse homologué "remontées des ventes" par les messageries
- effectuer le scan des produits Prestalis & TP avec un taux de fiabilité supérieur ou égal à 90%. Ce taux de fiabilité fera l'objet d'une mesure mensuelle. Le diffuseur qui ne respecterait pas ce taux verra sa rémunération complémentaire annuelle amputée d'1/12ème par mois de non respect du taux de fiabilité.
- transmettre chaque jour d'ouverture du point de vente, en fin d'activité journalière, le fichier de ventes vers les messageries

3/ Se former tous les 3 ans. Pour ce faire,

- le diffuseur s'engage à suivre un stage de perfectionnement presse au plus tard dans les trois années pleines suivant la date de sa dernière formation, cette durée étant rétroactivement décomptée à compter du mois de mars 2006.
- il est précisé que ce critère est attaché à la personne et non au point de vente. L'engagement de formation concerne donc une personne participant à la gestion du point de vente.
- en cas de non respect de l'obligation de stage sur les trois ans, le diffuseur sera déqualifié pour les 6 mois suivants et ce jusqu'à la réalisation de la formation.

4/ Moderniser son point de vente tous les 9 ans. Le diffuseur s'engage à réaliser, au moins un fois toutes les neuf années pleines suivant la date de sa dernière modernisation, une action de modernisation du point de vente destinée à améliorer la présentation de la presse. Cette action doit être significative et correspondre à un investissement minimum de 3 500 € H.T. (base 2006 hors gros œuvre).

5/ Afin d'optimiser le développement des ventes, en complément des critères d'éligibilité fixé par l'Accord, les diffuseurs, mettront en place à compter du 1<sup>er</sup> juillet suivant la première date anniversaire de signature du présent avenant, une présentation des titres conformes aux plans Merchandising dits plans Merchandising standards établis en accord avec les parties aux présentes et faisant l'objet d'offre de formation par le CEFODIP, organisme paritaire de formation notamment des diffuseurs de presse.

Ainsi, les titres de presse seront présentés de manière dissociée pour distinguer les quotidiens des publications. Les publications seront présentées en s'assurant de la présence de toutes les familles de titres rangées dans leur univers d'appartenance dans les conditions minima suivantes, les conditions relatives au premier plan devant également être respectées :

- Présence de décrochés de gradins pour 1 élément mural sur 2, pour les 2 gradins intermédiaires (hauteur des yeux et hauteur des mains)
- Une hauteur maximum de 1m85 (sol => niveau 1) pour les mobiliers muraux Presse
- Présence d'un mobilier spécifique pour les Quotidiens, avec un minimum de 4 "unes" visibles (tel que le Quotidien est livré) et présentées dans le bon sens de lecture, hors PQR et hors titres exposés en vitrine.
- Enchaînement des univers conformément aux plans Merchandising standards et présence de toutes les familles de titres dans leur univers d'appartenance.

## 1.2 Calcul du complément de rémunération

Les diffuseurs de presse respectant tous les critères d'éligibilité au second plan de qualification peuvent recevoir un complément de rémunération calculé sur la base de 3 facteurs de rémunération étant rappelé que l'ensemble des compléments de rémunération additionnés à la rémunération de base du diffuseur de presse ne peut en aucun cas excéder 28% net du volume d'affaires Presse coopérative Prix Public TTC (CA Presse coopérative « Prix Fort ») relatif aux publications.

- Une rémunération liée au « mètre linéaire développé total »

Le diffuseur, dès lors qu'il dispose d'un linéaire supérieur à 100 mètres (y compris piles, îlots, présentoirs jeux de mots sous réserve que ces présentoirs soient d'une hauteur de plus d'un mètre au sol et qu'ils permettent la présentation de plus de 40 titres du même éditeur), percevra un complément de rémunération calculé en fonction du linéaire développé total dont il dispose selon la grille suivante :

≥100 < 130 :	1 %
≥130 < 150 :	1,5 %
≥150 < 180 :	2 %
≥180 < 220 :	2,5 %
≥220 < 250 :	3 %
≥250	3,5%

- Une rémunération liée au facteur de « Performance commerciale »

Le diffuseur réalisant sur les publications un volume d'affaires semestriel supérieur ou égal à 68 000 € toute messagerie confondue (Presstalis, TP et MLP) bénéficiera d'un complément de rémunération calculé de manière progressive, selon le barème suivant :

Tranche de VAF Pub semestriel (en K euros)	Pourcentage de rémunération semestrielle
≥ 68 < 126	1 %
≥ 126 < 151	2 %
≥ 151 < 176	3 %
≥ 176 < 201	6 %
≥ 201 < 226	9 %
≥ 226 < 251	12 %
≥ 251	15 %

La mesure du volume d'affaires Presse publications coopérative « prix fort » toutes messageries confondues se fait par la consolidation des informations des messageries et des dépositaires.

En cas d'empêchement de calcul de la performance commerciale toutes messageries confondues, les parties appliqueront les dispositions de l'article 4.3 dernier paragraphe de l'Accord.

- Une rémunération liée au facteur «Géocommercialité »

Le critère de géocommercialité, conditionné par le bénéfice du critère de performance commerciale, ne s'applique pas au diffuseur de Paris, Lyon, Bordeaux et Marseille, bénéficiant des articles 2, 3 ou 4 du décret n° 88-136 du 9 février 1988 modifié par le décret du 25 novembre 2005 qui perçoit une rémunération spécifique.

Pour ce qui concerne les galeries marchandes

Le diffuseur dont le point de vente est situé dans la galerie marchande d'un supermarché (surface supérieure ou égale à 400 m<sup>2</sup> et inférieure à 2500 m<sup>2</sup>) percevra un complément de rémunération de 1 % sur la base de son volume d'affaires presse publications coopératives semestriel.

Le diffuseur dont le point de vente est situé dans la galerie marchande d'un hypermarché (surface supérieure à 2500 m<sup>2</sup>) percevra une rémunération complémentaire de 3 % sur la base de son volume d'affaires presse publications coopératives semestriel.

Pour ce qui concerne les communes situées en aire urbaine de plus de 50 000 habitants ou communes touristiques

Le diffuseur dont le point de vente est situé dans une aire urbaine, telle que définie par l'INSEE, de plus de 50 000 habitants ou dans une commune classée commune touristique par le Ministère du Tourisme percevra un complément de rémunération de 1 % sur la base de son volume d'affaires presse publications coopératives semestriel.

Pour ce qui concerne les galeries marchandes situées en aire urbaine de plus de 50 000 habitants ou communes touristiques

Le diffuseur dont le point de vente est situé en galerie marchande d'un hypermarché situé dans une aire urbaine de plus de 50 000 habitants ou dans une commune classée commune touristique par le Ministère du Tourisme bénéficiera du complément de rémunération le plus favorable, soit 3 %. Le diffuseur dont le point de vente est situé en galerie marchande d'un supermarché dans une commune située elle-même en aire urbaine de plus de 50 000 habitants ou communes touristiques bénéficiera du complément de rémunération de 1 %.

## 2. Situation des diffuseurs de presse Spécialistes Petite Superficie

### 2.1. Critères d'éligibilité

Pour être éligible au complément de rémunération, objet de l'Accord modifié par l'ensemble de ses avenants un diffuseur de presse Spécialiste Petite Superficie doit respecter l'ensemble des critères cumulatifs suivants :

1/ respecter les critères du protocole du 18 septembre 2001 et ses avenants

2/ offrir une surface de vente inférieure ou égale à 30m<sup>2</sup>

3/ offrir au moins 50 mètres linéaires développés (mètre linéaire y compris piles, îlots et présentoirs jeux de mots sous réserve que ces présentoirs soient d'une hauteur minimum d'1 m au sol et qu'ils permettent la présentation de plus de 40 titres du même éditeur)

4/ réaliser un volume d'affaires semestriel sur les publications presse coopérative toutes messageries confondues atteignant un minimum de 42 000 euros



5/ afin d'optimiser le développement des ventes, en complément des critères d'éligibilité fixés par l'Accord, les diffuseurs, mettront en place à compter du 1<sup>er</sup> juillet suivant la première date anniversaire de signature des présentes, une présentation des titres conformes aux plans Merchandising dits plans Merchandising standards établis en accord avec les parties aux présentes et faisant l'objet d'offre de formation par le CEFODIP, organisme paritaire de formation notamment des diffuseurs de presse. Ainsi, les titres de presse seront présentés de manière dissociée pour distinguer les quotidiens des publications. Les publications seront présentées en s'assurant de la présence de toutes les familles de titres rangées dans leur univers d'appartenance dans les conditions minima suivantes, les conditions relatives au premier plan devant également être respectées :

- Présence de décrochés de gradins pour 1 élément mural sur 2, pour les 2 gradins intermédiaires (hauteur des yeux et hauteur des mains)
- Une hauteur maximum de 1m85 (sol => niveau 1) pour les mobiliers muraux Presse
- Présence d'un mobilier spécifique pour les Quotidiens, avec un minimum de 4 "unes" visibles (tel que le Quotidien est livré) et présentées dans le bon sens de lecture, hors PQR et hors titres exposés en vitrine
- Enchaînement des univers conformément aux plans Merchandising standards et présence de toutes les familles de titres dans leur univers d'appartenance

## 2.2 Calcul du complément de rémunération

Sous réserve du respect de l'ensemble des critères visés au point 2.1 ci-avant, la rémunération des spécialistes Petite Superficie telle que visée à l'article 4.5.2 du Protocole est modifiée pour être portée à 22% net du volume d'affaires Presse coopérative Prix Public TTC (CA Presse coopérative « Prix Fort ») relatif aux publications.

La rémunération des Spécialistes Petite Superficie en province pourra atteindre 18% net du volume d'affaires Presse coopérative Prix Public TTC (CA Presse coopérative « Prix Fort ») relatif aux publications et quotidiens, rémunération qui pourra être complétée d'un bonus de géocommercialité, qui ne s'applique pas au diffuseur de Paris, Lyon, Bordeaux et Marseille, bénéficiant des articles 2, 3 ou 4 du décret n° 88-136 du 9 février 1988 modifié par le décret du 25 novembre 2005 qui perçoit une rémunération spécifique

Les critères de ce bonus de géocommercialité sont :

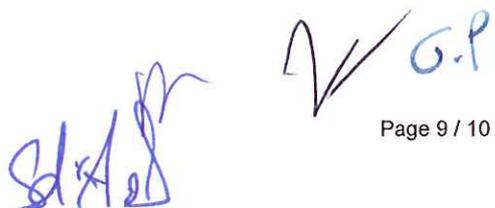
Pour ce qui concerne les galeries marchandes

Le diffuseur dont le point de vente est situé dans la galerie marchande d'un supermarché (surface supérieure ou égale à 400 m<sup>2</sup> et inférieure à 2500 m<sup>2</sup>) percevra un complément de rémunération de 1 % sur la base de son volume d'affaires presse publications coopératives semestriel.

Le diffuseur dont le point de vente est situé dans la galerie marchande d'un hypermarché (surface supérieure à 2500 m<sup>2</sup>) percevra une rémunération complémentaire de 3 % sur la base de son volume d'affaires presse publications coopératives semestriel.

Pour ce qui concerne les communes situées en aire urbaine de plus de 50 000 habitants ou communes touristiques

Le diffuseur dont le point de vente est situé dans une aire urbaine, telle que définie par l'INSEE, de plus de 50 000 habitants ou dans une commune classée commune touristique par le Ministère du Tourisme percevra un complément de rémunération de 1 % sur la base de son volume d'affaires presse publications coopératives semestriel.



Pour ce qui concerne les galeries marchandes situées en aire urbaine de plus de 50 000 habitants ou communes touristiques

Le diffuseur dont le point de vente est situé en galerie marchande d'un hypermarché situé dans une aire urbaine de plus de 50 000 habitants ou dans une commune classée commune touristique par le Ministère du Tourisme bénéficiera du complément de rémunération le plus favorable, soit 3 %. Le diffuseur dont le point de vente est situé en galerie marchande d'un supermarché dans une commune située elle-même en aire urbaine de 50 000 habitants ou communes touristiques bénéficiera du complément de rémunération de 1 %.

\*\*\*\*\*

