

CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

DECISION N° 2017-08

définissant les conditions d'assortiment des titres servis aux supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m² situées dans les grandes métropoles

Décision transmise à l'ARDP en vue de devenir exécutoire

Le Conseil supérieur des messageries de presse

Sur proposition du Président ;

Vu la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 modifiée, notamment ses articles 18-6 et 18-7 ;

Vu le règlement intérieur du Conseil supérieur des messageries de presse ;

Vu la décision exécutoire n° 2011-02 *relative à l'assortiment des titres servis aux points de vente de presse*, adoptée le 22 décembre 2011 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

Vu la décision exécutoire 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*, adoptée le 28 mars 2013 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

Vu le 4° de la décision exécutoire n° 2016-01 *confirmant les conditions de mise en œuvre du schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse à compter du 1^{er} janvier 2017*, adoptée le 19 juillet 2016 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

Vu la délibération n° 2017-06 de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse, en date du 2 octobre 2017, refusant de rendre exécutoires les décisions n° 2017-04, n° 2017-05 et n° 2017-06 adoptées le 18 juillet 2017 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse en vue de définir les conditions d'assortiment des titres servis aux supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m² situées dans les grandes métropole, de fixer les conditions de rémunération des diffuseurs relevant de cette catégorie et d'homologuer le contrat-type qu'ils doivent conclure avec les dépositaires ;

Vu les observations du Président du Conseil supérieur des messageries de presse en date du 16 octobre 2017, transmises à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse à la suite de sa délibération n° 2017-06 du 2 octobre 2017 susvisée ; ensemble la délibération n° 2017-08 de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse maintenant son refus de rendre exécutoires les décisions n° 2017-04, n° 2017-05 et n° 2017-06 adoptées le 18 juillet 2017 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

Considérant qu'à la suite du refus de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse de rendre exécutoires les décisions adoptées par le Conseil supérieur des messageries de presse en vue de revitaliser le réseau des diffuseurs de presse à Paris et dans les grandes métropoles, il est urgent de prendre les mesures permettant l'ouverture de rayons presse dans les superettes afin de pallier l'absence de points de vente dans de larges pans des zones urbaines ; que, compte tenu de la position adoptée par l'Autorité de régulation de la distribution de la presse, il n'est pas possible de prévoir, dans les cas où une supérette serait située à proximité d'un diffuseur préexistant ayant une offre large de titres de presse, une association entre ces deux acteurs de manière à bénéficier du dynamisme commercial de la supérette sans compromettre l'offre pluraliste de presse assurée par le diffuseur préexistant ; qu'en conséquence, il appartiendra à la

Conseil supérieur des messageries de presse

Décision n° 2017-08 - définissant les conditions d'assortiment des titres servis aux supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m² situées dans les grandes métropoles
Assemblée du 20 décembre 2017

Commission du réseau, lorsqu'elle examinera les demandes de création de rayons presse, de veiller à ce que celles-ci ne portent pas atteinte au pluralisme de l'offre de presse lorsqu'il existe des diffuseurs à proximité ;

Considérant que, dans la mesure où il n'est plus prévu de dispositif d'association des diffuseurs préexistants au fonctionnement des rayons presse dans les supérettes, il n'apparaît plus nécessaire de prévoir une période d'expérimentation de ce dispositif limitée à l'agglomération parisienne ;

Considérant que les questions traitées dans la présente décision ont fait l'objet d'une consultation publique entre le 28 novembre et le 7 décembre 2016 et ont donné lieu à la consultation des organisations professionnelles représentatives des agents de la vente de presse ;

Adopte la décision suivante :

1° La présente décision fixe les conditions d'assortiment des titres de presse dans les superettes d'une surface de vente inférieure à 400 m², situées dans les grandes agglomérations suivantes :

- Paris et départements de petite couronne (92, 93, 94) ;
- Marseille,
- Lyon,
- Toulouse,
- Nice,
- Nantes,
- Strasbourg,
- Montpellier,
- Bordeaux,
- Lille,
- Rennes.

2° Conformément aux dispositions de l'article 18-6 (6°) de la loi du 2 avril 1947 susvisée, l'implantation d'un rayon presse dans les commerces mentionnés au 1° est subordonnée à une autorisation de la Commission du réseau du Conseil supérieur des messageries de presse, selon les modalités prévues à l'article 9 du règlement intérieur du CSMP. La Commission du réseau examine individuellement chaque projet d'implantation en veillant à ce que celui-ci ne porte pas atteinte, le cas échéant, à l'offre élargie de titres de presse proposée par les diffuseurs préexistants situés dans la même zone de chalandise.

3° Les rayons presse installés dans les commerces mentionnés au 1° comportent un présentoir dédié aux quotidiens et un espace dédié à l'exposition des publications périodiques. Ce dernier comporte au moins un présentoir ayant un entraxe de 1 mètre ou 1,33 mètre.

4° Les rayons presse des commerces mentionnés au 1° ne proposent que des produits « presse » au sens du 1° de la décision n° 2013-01 susvisée du CSMP.

5° Par dérogation aux dispositions de la décision n° 2011-02 du CSMP susvisée, le nombre de publications périodiques servies dans ces rayons presse est limité comme suit :

Nombre de présentoirs dédiés à l'exposition des publications périodiques	1	1	2	2	3	3
Entraxe du présentoir (mètre)	1 m	1,33 m	1 m	1,33 m	1 m	1,33 m
Nombre de titres	100	120	200	240	300	360

Conseil supérieur des messageries de presse

Il est rappelé que, conformément aux dispositions de l'article 18-6 de la loi du 2 avril 1947 susvisée, les titres de presse d'information politique et générale ne sont pas soumis à l'assortiment.

6° L'assortiment offert dans ces points de vente est déterminé, sous le contrôle du Secrétariat permanent du CSMP, par le comité mentionné au 7°. L'assortiment est déterminé par application des règles suivantes :

- (i) l'assortiment est fondé sur un palmarès des ventes en montants forts (VMF) constatées en périodicité annuelle ;
- (ii) le palmarès des ventes est établi au niveau de chaque dépôt desservant des points de vente visés par la présente décision ;
- (iii) l'assortiment veille à assurer une répartition équilibrée des différents univers de presse¹, chaque univers de presse y étant représenté par au moins trois titres distincts ;
- (iv) l'assortiment est établi en fonction du nombre de titres servis en fonction du linéaire mis à disposition, tel que défini au 5°, après prise en compte des publications périodiques relevant de la presse d'information politique et générale (IPG) qui ne sont pas soumises à l'assortiment et qui sont servies à ces points de vente ; chaque éditeur de titre IPG ou de titre éligible à l'assortiment reste maître de la décision d'implantation de son titre ;
- (v) l'assortiment détermine pour chaque univers de presse le nombre de titres retenus en prenant en compte le chiffre d'affaires réalisé par chaque univers au niveau du dépôt considéré et le nombre de titres de chaque univers ;
- (vi) les hors-séries, les déclinaisons de format, les déclinaisons avec plus-produits, les offres couplées sont exclus de l'assortiment ;
- (vii) l'assortiment est révisé deux fois par an ;
- (viii) l'entrée d'un titre dans l'assortiment ne peut conduire à dépasser le nombre de titres servis en fonction du linéaire mis à disposition, tel que défini au 5°.

Pour permettre la détermination de l'assortiment offert dans ces points de vente, les messageries de presse communiquent au Secrétariat permanent du CSMP les données relatives aux publications dont elles assurent la distribution.

7° Il est créé un comité composé de cinq représentants des éditeurs de presse, désignés par l'Assemblée du Conseil supérieur sur proposition du Bureau. Ce comité détermine l'assortiment dans les points de ventes visés par la présente décision, dans le respect des critères objectifs et non discriminatoires définis au 6°. Il peut également décider d'introduire dans celui-ci un titre nouvellement créé s'il apparaît que sa performance commerciale le justifie étant précisé que, pour mesurer celle-ci, le titre doit avoir fait l'objet d'au moins une

¹ A la date de la présente décision, les univers de presse identifiés par les messageries de presse, qui seront pris en compte pour déterminer l'assortiment, sont les suivants : Actualités générales, Ado et musique, Art et culture, Enfants, Féminins, Informatique et numérique, Ludiques, Maison et art de vivre, Nature et voyages, Picture People, Sports-Auto-Loisirs, Télévision.

Conseil supérieur des messageries de presse

parution. Les listes d'assortiment arrêtées par le comité sont notifiées aux messageries de presse. Elles s'imposent à celles-ci ainsi qu'aux agents de la vente de presse.

- 8° Le Conseil supérieur mandate son Président pour prendre toutes mesures nécessaires à la mise en œuvre de la présente décision et en contrôler la bonne exécution.
- 9° Le Président du Conseil supérieur établira un bilan de l'application de la présente décision à l'issue de deux années de mise en œuvre. Le cas échéant, il proposera des mesures pour compléter ou modifier la présente décision.

La présente décision 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 susvisée.

Le Président du Conseil supérieur des messageries de presse



Jean-Pierre ROGER