

CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

DECISION N° 2014-03

concernant le schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse (niveau 3)

Le Conseil supérieur des messageries de presse

Sur proposition du Président ;

Vu la loi n° 47-585 du 2 avril 1947, modifiée par la loi n° 2011-852 du 20 juillet 2011, notamment ses articles 17 et 18-6 (9°) ;

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

Vu la décision exécutoire n° 2011-01 *relative à la fixation des conditions de rémunération des agents de la vente de presse*, adoptée le 1^{er} décembre 2011 par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse, telle que complétée et modifiée par les décisions n° 2012-06, n° 2012-07 et n° 2013-03 ;

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 la délibération du Conseil supérieur des messageries de presse en date du 20 décembre 2013 *relative aux travaux à mener pour conduire les réformes de nature à assurer la pérennité du système de distribution de la presse* ;

Après consultation publique ;

Après avoir pris connaissance du rapport du cabinet *Postmedia finance* en date du 31 mars 2014, concernant le schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse (niveau 3) ;

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 ;

Adopte la décision suivante :

- 1° La décision n° 2011-01 du Conseil supérieur susvisée est modifiée et complétée conformément aux dispositions des 4° à 13° ci-après, qui seront mises en œuvre progressivement à compter du 1^{er} janvier 2015, selon un échéancier défini en application du 14° ci-après, sous condition de disponibilité des ressources attendues au 2° (ii).
- 2° Le financement de la hausse de l'enveloppe globale de rémunération du niveau 3 qui résultera de la mise en œuvre progressive des dispositions ci-après, et qui devrait conduire à une majoration de 1,7 point de la rémunération moyenne de l'ensemble des diffuseurs

selon l'évaluation de *Postmedia finance* sur la base des ventes et des caractéristiques du réseau constatées en 2013, sera assurée :

- (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 pour le solde, par les ressources rendues disponibles en conséquence des économies réalisées dans l'organisation et le fonctionnement du réseau de distribution de la presse et devenues mobilisables à cet effet.

3° L'Assemblée du Conseil supérieur se fixe 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^{er} janvier 2017, sous réserve du 2° (ii).

4° 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.

5° Seront 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 m² ;
 - 40 % si la surface de vente est supérieure à 20 m² et inférieure ou égale à 40 m² ;
 - 35 % si la surface de vente est supérieure à 40 m² et inférieure ou égale à 60 m² ;
 - 30 % si la surface de vente est supérieure à 60 m² et inférieure ou égale à 100 m² ;
 - 25 % si la surface de vente est supérieure à 100 m².

Seront également considérées comme diffuseurs spécialisés les « enseignes culturelles » qui satisfont aux critères énoncés aux (a) et (b) ci-dessus et qui :

- i. présentent des produits « presse » sur au moins 100 mètres linéaires développés ; et
- ii. offrent à la vente essentiellement des produits et services culturels et de loisirs, sur une surface de vente supérieure à 300 m².

- 6° Les taux de commission pour la vente des quotidiens seront majorés d'un point au titre du « Label Quotidien » pour :
- a. les points de vente complémentaire (PVC) et points de vente quotidiens (PVQ) ouverts sept jours sur sept ;
 - b. 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.
- 7° 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 :
- a. Kiosques et concessions : un point de majoration ;
 - b. Rayons intégrés : un demi-point de majoration.
- 8° 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 :

Critère de géocommercialité	Majoration des taux de commission pour la vente des quotidiens et des publications
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 seront 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).

- 9° 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 :

Chiffre d'affaires annuel réalisé grâce à la vente des publications	Majoration des taux de commission pour la vente des publications
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

- 10° 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 :

Mètres linéaires développés (MLD) consacrés à la présentation des produits « presse »	Majoration des taux de commission pour la vente des publications
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

- 11° 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 :

Chiffre d'affaires annuel réalisé grâce à la vente des publications	Majoration des taux de commission pour la vente des publications
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

- 12° 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 :

Mètres linéaires développés (MLD) consacrés à la présentation des produits « presse »	Majoration des taux de commission pour la vente des publications
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

- 13° Les taux de commission des concessions, pour la vente des quotidiens, feront l'objet de majorations dans les conditions suivantes :

Critères applicables aux concessions	Majoration des taux de commission pour la vente des quotidiens
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 seront cumulables entre elles.

- 14° Après consultation des éditeurs, 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 des 4° à 13° ci-dessus, 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.

15° Après consultation des éditeurs, 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 des 4° à 13° ci-dessus.

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