CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

RAPPORT DU PRESIDENT

ASSEMBLEE DU CONSEIL DU 28 MARS 2013

En vue de l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse convoquée pour le 28 mars 2013 à 16 heures, le Président soumet aux membres du Conseil supérieur des messageries de presse le présent rapport.

\- - -

La loi n° 47-585 du 2 avril 1947 telle que modifiée par la loi du n° 2011-852 du 20 juillet 2011 dispose :

- en son article 18-6 (12°) que le Conseil supérieur des messageries de presse *« définit, après consultation des acteurs de la distribution de la presse et notamment des organisations professionnelles représentatives des agents de la vente de presse, les bonnes pratiques professionnelles de la distribution de la presse vendue au numéro»* ;
- en son article 18-6 (9°) que le Conseil supérieur *« fixe les conditions de rémunération des agents de la vente de presse après consultation de leurs organisations professionnelles»* ;
- en son article 18-6 (2°) que le Conseil supérieur *« fixe pour les autres catégories de presse* [autres que les titres de presse d'information politique et générale]*, selon des critères objectifs et non discriminatoires définis dans un cahier des charges, les conditions d'assortiment des titres et de plafonnement des quantités servis aux points de vente. »*

Le réseau des diffuseurs de presse connaît, de longue date, de grandes difficultés qui sont amplifiées par l'accélération de la baisse des ventes au numéro récemment constatée. Les données disponibles sur l'évolution du réseau de vente traduisent ces difficultés :

- le nombre de points de vente a enregistré une baisse de 7,5% sur les 5 dernières années (- 2 252 points de vente) avec une forte accélération en 2012 (- 1 082 points de vente) ;
- le nombre de créations de point de vente s'est établi à 710 en 2012, soit moitié moins que le nombre moyen de créations constatées sur la période 2007-2011 ;
- enfin, près de 30% des « PVC » créés depuis 2010 sont le fait de magasins de presse à offre large qui optent pour ce statut de magasin à offre limitée.

Les éditeurs, inquiets de la situation d'extrême fragilité des diffuseurs de presse, conscients de la priorité que constitue la consolidation du réseau de vente, ont été accaparés depuis longtemps par la situation très dégradée des niveaux 1 et 2 de la distribution. Situation qui imposait des mesures d'urgence, mobilisant tant les énergies que les moyens financiers, afin de pérenniser le système et la continuité de la distribution. De ce fait, les diffuseurs de presse du niveau 3 ont vu les réformes indispensables les concernant retardées, même si l'une des premières décisions du Conseil supérieur, dans sa nouvelle composition issue de la loi du 20 juillet 2011, a été d'instituer l'assortiment des titres servis au point de vente en application de l'article 18-6 (2°) de la loi Bichet modifiée.

Conscients de la nécessité de prendre des mesures complémentaires en faveur des diffuseurs, les éditeurs du Syndicat des éditeurs de la presse magazine (SEPM) et du Syndicat de la presse quotidienne nationale (SPQN) ont saisi le Président du Conseil supérieur d'une demande visant à mettre en place un certain nombre de dispositions.

A la suite de cette saisine, le Président a confirmé, lors de l'Assemblée du Conseil supérieur qui s'est tenue le 16 janvier 2013, qu'il comptait proposer dans les délais les plus brefs des projets de décisions concernant les cinq thématiques techniques ci-après :

- Critères d'accès aux conditions de distribution « presse » des messageries de presse et régulation des titres et produits distribués par les messageries de presse dans le cadre du contrat de mandat ;
- Conditions de règlement par les diffuseurs de presse des fournitures distribuées par les messageries de presse dans le cadre du contrat de mandat ;
- Maintien de la rémunération des agents de la vente de presse en cas de baisse promotionnelle du prix de vente de référence d'une parution d'un titre;
- Plafonnement des quantités servies au point de vente ;
- Réaffirmation et consolidation des règles inter-coopératives (notamment « plafonnement des quantités fournies au niveau 1 » et « mise à zéro des titres à vente nulle constatée »).

Le Président du Conseil supérieur a réaffirmé cette intention auprès du Président de l'Union nationale des diffuseurs de presse à l'occasion du Congrès de cette organisation professionnelle qui se tenait début février 2013, en indiquant que l'Assemblée du Conseil supérieur serait saisie avant la fin du mois de mars de premières propositions à cette fin.

Pour préparer ces mesures techniques en faveur des diffuseurs de presse, le Conseil supérieur a engagé une large concertation dans le cadre de nombreuses auditions. Il a également lancé une consultation publique sur la question du plafonnement.

Ont ainsi été entendues à plusieurs reprises les organisations professionnelles représentant les agents de la vente de presse (Union nationale des diffuseurs de presse, Syndicat national des dépositaires de presse), les acteurs du niveau 1 de la distribution (Messageries lyonnaises de presse, Coopérative de distribution des magazines, Presstalis) ainsi que le Syndicat des éditeurs de la presse magazine. A l'occasion de ces auditions, ont été abordées de façon détaillée les cinq thématiques inscrites à l'ordre du jour des travaux du Conseil supérieur.

Sur la question particulière du plafonnement des quantités servies au point de vente, une consultation publique a été organisée. 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 8 février 2013 sur le site Internet du Conseil supérieur, dans une partie librement accessible.

Les résultats de cette consultation publique, dont la durée a été fixée à vingt et un jours, ont été publiés sur le site Internet du Conseil supérieur, dans une partie librement accessible. Conformément à l'article 8.4 du règlement intérieur du Conseil supérieur, une synthèse des résultats de cette consultation publique a été établie et sera présentée à l'Assemblée. Elle est également publiée sur le site Internet du Conseil supérieur, dans une partie librement accessible.

A la suite de ces travaux, le Président est en mesure de soumettre à l'Assemblée trois premières propositions de décisions contenant des mesures techniques en faveur des diffuseurs de presse.

Le Président porte à la connaissance des membres du Conseil supérieur que les projets de décision présentés ont recueilli un avis favorable du Bureau.

Le présent rapport expose les principales caractéristiques des trois projets de décision soumis au vote de l'Assemblée.

\- - -

1) Critères d'accès aux conditions de distribution « presse » des messageries de presse et régulation des titres et produits distribués par les messageries de presse dans le cadre du contrat de mandat

Le Conseil supérieur a été saisi par l'Union nationale des diffuseurs de presse de difficultés relatives à la qualification des produits mis en distribution et de divergences d'appréciation avec les messageries sur cette question. L'Union nationale des diffuseurs de presse relève que des produits sont diffusés dans le réseau de vente sous la catégorie « produit presse » alors qu'ils ne satisfont manifestement pas aux critères définis par la profession.

L'Union nationale des diffuseurs de presse souligne que ces pratiques pénalisent fortement les diffuseurs de presse, puisque le taux de commission de ceux-ci est sensiblement plus élevé sur certains produits « hors presse » (Assimilés librairie 23 % et Para-papeterie 28 %) que sur les produits « presse ».

Le Conseil supérieur, dans le cadre juridique antérieur à la loi du 20 juillet 2011, a adopté en 1992 une « définition du produit presse » régulièrement complétée depuis et dont la dernière mise à jour date de septembre 2006. Cette définition qui fait l'objet d'un large consensus dans la profession, constitue la référence pour les acteurs du système de distribution de la presse.

Ainsi, les coopératives associées à Presstalis mentionnent dans leurs conditions d'adhésion : *« Conformément aux dispositions de la Loi du 2 avril 1947 et aux avis rendus par le Conseil Supérieur des Messageries de Presse, peut adhérer à une Coopérative l'Editeur d'un titre dont les caractéristiques correspondent à la définition du « produit presse. »* et *« L'admission d'un Editeur d'un titre répondant à la définition du « produit presse » s'effectue conformément aux dispositions des statuts et du règlement intérieur de la Coopérative concernée. »*

Pour leur part, les Messageries lyonnaises de presse mentionnent au chapitre I « Dispositions générales » de leur contrat de groupage et de distribution : *« La qualification du produit est le processus par lequel les caractéristiques intrinsèques du produit (contenu, présentation, périodicité…) sont analysées pour être comparées aux normes édictées par le Conseil supérieur des messageries de presse, en vue de lui attribuer une qualification et de lui appliquer les conditions et le tarif de distribution correspondants. »* et *« De convention expresse, il est convenu que la définition du produit presse telle qu'elle résulte de l'accord interprofessionnel élaboré sous l'égide du Conseil supérieur des messageries de presse est la Loi commune des parties. »*

Depuis la loi du 20 juillet 2011, le cadre juridique a évolué d'un double point de vue. D'une part les décisions du Conseil supérieur acquièrent désormais un caractère exécutoire si elles sont homologuées par l'Autorité de régulation de la distribution de la presse. D'autre part la loi prévoit des modalités de règlement des différends entre les acteurs de la distribution. La loi rend notamment obligatoire une procédure de conciliation devant le Conseil supérieur.

L'Union nationale des diffuseurs de presse nous saisit de cette question même si elle reconnaît que, avant l'entrée en vigueur de la loi du 20 juillet 2011, lorsqu'elle signalait à une messagerie un problème de qualification d'un produit, une solution amiable était généralement trouvée qui réglait la difficulté.

Par ailleurs, l'Union nationale des diffuseurs de presse a alerté le Conseil supérieur sur les lancements de titres « nouveaux » dont la diffusion cesse dès la 2ème ou la 3ème parution. Cette pratique, qui vise à obtenir les conditions favorables que les messageries accordent aux titres de presse nouveaux qui sont lancés, encombre de manière intempestive les linéaires des diffuseurs de presse. Elle est souvent ponctuelle et très concentrée, donc d'autant plus polluante pour le réseau (titres « people » en été, sportifs ou à centre d'intérêt à l'occasion d'évènements…). A cet égard, les Messageries lyonnaises de presse ont indiqué

que 16% des titres nouveaux mis en distribution de janvier à août 2012 n'ont pas fait l'objet d'une seconde parution et 6% d'une troisième parution. Sur ce point, si les éditeurs restent attachés à l'ouverture du marché aux nouveaux titres de presse et acceptent le principe d'un soutien apporté par la collectivité à leur lancement, ils estiment que ce soutien doit être réservé aux titres s'inscrivant dans une réelle continuité de parution conformément aux critères des produits « presse ».

La mesure envisagée vise ainsi à donner force exécutoire au dispositif mis en place dans un cadre conventionnel depuis 1992, à encadrer les conditions tarifaires particulières qui peuvent être appliquées par les messageries aux titres nouveaux et à mettre en place un mécanisme d'avis permettant de traiter rapidement les doutes concernant la qualification d'un produit.

La décision prévoit de reprendre à l'identique les critères retenus par la profession pour l'accès aux conditions presse des messageries de presse, tels qu'arrêtés en septembre 2006 par le Conseil supérieur, y compris les critères propres aux hors-série des titres réguliers. Elle prévoit de reprendre également à l'identique la classification des produits « hors-presse » susceptibles d'être distribués dans le cadre du contrat de mandat : Encyclopédies, Assimilés Librairies, Para-Papeterie et Produits multimédias.

La décision fixe également les durées de mise en vente en fonction de la périodicité du titre ou du produit ainsi que le nombre de hors-séries qui pourra être distribué en fonction de la périodicité de la publication principale.

La décision reprend à cet égard les recommandations du Conseil supérieur de novembre 2010 aux termes desquelles les diffuseurs de presse restent libres de refuser de recevoir les produits « hors presse » (alors qu'ils sont tenus d'accepter les produits « presse » sous réserve des dispositions relatives à l'assortiment et au plafonnement).

La décision pose la règle selon laquelle les conditions tarifaires particulières réservées aux titres de presse nouveaux ne peuvent être accordées qu'après vérification effective de ce que lesdits titres satisfont au critère de parution périodique régulière qui caractérise le produit « presse ». Elle prévoit par conséquent que les conditions tarifaires particulières ne peuvent être accordées qu'après que le titre considéré a fait la preuve de la régularité de sa périodicité par un certain nombre de parutions successives. Le nombre de parutions exigé varie en fonction de la périodicité des titres concernés. Il est précisé que les « nouvelles formules » de titres existants ne peuvent bénéficier des conditions tarifaires réservées aux titres nouveaux. Seuls les véritables lancements doivent faire l'objet d'un avantage tarifaire.

La décision prévoit enfin qu'en cas de doute sur la qualification d'un produit, le Président du Conseil supérieur peut être saisi pour avis. Cet avis sera rendu dans un délai très bref, après qu'un collège de trois personnalités qualifiées aura pris parti sur la qualification du produit. Pour garantir la disponibilité de ces personnalités qualifiées, le Président établira annuellement une liste comportant un nombre suffisant de noms afin de pouvoir toujours trouver au moins trois personnes disponibles pour se prononcer très rapidement. Fort de l'opinion des trois personnalités qualifiées, le Président donnera son avis sur la qualification du produit. Si cet avis recueille l'adhésion de tous les destinataires, il sera mis en œuvre sans autre formalité. En revanche, si cet avis est contesté, il appartiendra alors à celui qui le met en cause (l'éditeur du produit, ou la messagerie, ou un représentant des agents de la vente, par exemple) d'entamer une procédure de conciliation conformément aux dispositions de l'article 18-11 de la loi Bichet précisées par l'article 10 du règlement intérieur du Conseil supérieur. Puis si cette conciliation échoue, de saisir l'Autorité de régulation de la distribution de la presse pour qu'elle tranche le différend. La décision prévoit que, dans l'attente du règlement du différend selon ces procédures (lequel pourra prendre plusieurs mois), la messagerie concernée appliquera provisoirement la qualification retenue dans l'avis rendu.

\- - -

2) Conditions de règlement par les diffuseurs de presse des fournitures distribuées par les messageries de presse dans le cadre du contrat de mandat

Face aux difficultés économiques que rencontrent les diffuseurs de presse, les éditeurs ont souhaité qu'une nouvelle souplesse de trésorerie leur soit accordée à travers une révision des conditions de règlement des fournitures distribuées par les messageries de presse dans le cadre du contrat de mandat.

Rappelons qu'une analyse structurelle des flux de trésorerie en fonction de la durée des ventes des titres et des modalités de règlement des diffuseurs de presse avait été établie par une étude conduite en 1996, puis renouvelée en 2000 par le cabinet PricewaterhouseCoopers à la demande de l'Union nationale des diffuseurs de presse et des sociétés de messagerie de presse, sous l'égide du Conseil supérieur des messageries de presse.

Le Président rappelle qu'à l'occasion de l'Assemblée du 16 janvier 2013, les éditeurs avaient évoqué une proposition tendant à rallonger la durée du règlement différé des bimestriels de 8 à 10 semaines et celle des trimestriels de 8 à 13 semaines.

Après instruction de ce dossier et audition des acteurs de la distribution, il est apparu que la mesure envisagée initialement devait être amendée dans le sens suivant :

- la durée du « règlement différé » des titres bimestriels restera inchangée à 8 semaines ;
- la durée du « règlement différé » des titres trimestriels passera de 8 à 11 semaines ;
- il sera un institué un « règlement différé » sur les titres mensuels dont la durée sera fixée à 2 semaines.

En effet, il apparaît après analyse que les titres bimestriels génèrent structurellement des flux de trésorerie positifs en faveur des diffuseurs de presse. Dès lors, il ne semble pas souhaitable de modifier la situation actuelle.

L'allongement de la durée du « règlement différé » applicable aux titres trimestriels est justifié par le déséquilibre structurel des flux de trésorerie, au détriment des diffuseurs de presse, constaté sur la distribution de ces titres dans le cadre des modalités de règlement actuelles.

L'institution d'un « règlement différé » sur les titres mensuels est justifiée par l'existence d'un déséquilibre structurel des flux de trésorerie, au détriment des diffuseurs de presse, constaté sur la distribution de ces titres dans le cadre des modalités de règlement actuelles.

Il est précisé que les amendements proposés ne modifient pas sensiblement le calibrage des propositions initialement envisagées par les éditeurs. La souplesse de trésorerie ainsi apportée au réseau des diffuseurs de presse à travers cette décision est sensiblement équivalente à celle des propositions initiales.

Cette décision prend mieux en compte l'organisation des flux financiers par périodicité et permet de mieux coller à la réalité de la situation de trésorerie que rencontrent les diffuseurs de presse, laquelle est directement liée à la structure de leurs ventes.

Dans le détail, la décision rappelle le cadre dans lequel s'organise la prise en compte comptable des fournis et des invendus et le règlement par les diffuseurs de presse des sommes perçues au titre des ventes réalisées par leur intermédiaire, déduction faite de leurs commissions.

Elle détaille ainsi les éléments pris en compte dans le relevé hebdomadaire établi par les dépositaires de presse à l'intention des diffuseurs et les conditions de règlement de ce relevé. La décision harmonise le jour du règlement des diffuseurs de presse aux dépositaires de presse par prélèvement. Elle retient pour le règlement par prélèvement le mercredi de la

semaine S+2 sur la base du relevé hebdomadaire établi par le dépositaire le lundi de la semaine S+1.

La décision précise les notions de « règlement immédiat » et de « règlement différé ».

Le Président du Conseil supérieur précise que les modalités de règlement ainsi définies en fonction des rythmes de parution des publications distribuées, s'appliquent indifféremment aux diffuseurs de presse et aux dépositaires de presse. En effet, les modalités de règlement des fournitures par les dépositaires de presse sont construites sur un modèle hebdomadaire recourant, comme pour les diffuseurs de presse, aux notions de « règlement immédiat » et de « règlement différé ». Il est précisé que le dépositaire de presse règle les messageries de presse le jeudi de la semaine S+3.

La décision précise qu'elle s'applique aux parutions mises en vente à partir du 1er juin 2013 et au paiement du relevé hebdomadaire à compter du relevé établi le 3 juin 2013 et payable le lundi 10 juin 2013 par chèque ou le mercredi 12 juin 2013 par prélèvement.

\- - -

3) Maintien de la rémunération des agents de la vente de presse en cas de baisse promotionnelle du prix de référence d'une parution d'un titre

Du fait de la rémunération *ad valorem* des agents de la vente de presse (sauf désormais pour ce qui concerne la mission « logistique-transport » des dépositaires), ces derniers sont mécaniquement pénalisés par les baisses de prix promotionnelles décidées par les éditeurs pour une parution. Les éditeurs estiment aujourd'hui que le réseau de vente n'a pas à financer la politique commerciale d'un éditeur. Il est à noter qu'une telle pratique n'est pas usuelle dans les réseaux de distribution.

Une étude conduite par Presstalis à la demande de la Coopérative de distribution des magazines sur les baisses de prix promotionnelles de l'année 2011, portant sur trois familles de presse (hebdos « people », hebdos féminins, mensuels féminins), montre que l'augmentation des ventes constatée en volume (+ 24,4 %) s'accompagne d'une baisse des ventes en valeur (- 8 %).

Il convient donc de réviser la pratique professionnelle afin que le réseau des agents de la vente bénéficie à plein de l'effet volume et voit sa rémunération augmenter à due concurrence des ventes en exemplaires, alors que les opérations promotionnelles de baisse de prix sont aujourd'hui destructrices de valeur pour le réseau de vente.

La décision vise ainsi à maintenir la rémunération des agents de la vente en cas de baisse promotionnelle du prix de référence d'une parution d'un titre.

Elle s'applique aux titres de presse nationale, publications et quotidiens.

La décision s'applique à l'ensemble des agents de la vente, y compris les dépositaires de presse qui subissent le même effet de ciseaux observé chez les diffuseurs de presse : augmentation des volumes traités accompagnée d'une baisse de la rémunération perçue.

La décision prend en compte la particularité des titres « nouveaux », alors qu'en période de lancement, le prix de référence reste instable (prix barré, offre découverte, ajustements du prix au vu des ventes réalisées...). Afin de laisser le temps à l'éditeur de stabiliser le prix de référence de son titre, la décision précise le nombre de parutions à partir duquel les règles qu'elle édicte prennent effet.

La décision définit le prix de référence d'un titre, elle prévoit que celui-ci correspond au prix public communément observé sur la série, hors prix promotionnels. Elle indique que l'éditeur doit déclarer ce prix de référence à la messagerie à laquelle est confiée la distribution du titre. Elle précise que l'éditeur, à l'occasion d'une modification durable du prix de référence, déclare le nouveau prix de référence à la messagerie. A défaut de déclaration du prix de référence du titre par l'éditeur, c'est à la messagerie qui distribue le titre qu'il revient de déterminer le prix de référence de ce dernier en application du principe énoncé.

Le Président du Conseil supérieur a écrit le 1er février 2013 aux messageries de presse pour leur demander de préciser les modalités techniques qu'elles devraient mettre en œuvre pour assurer l'application de la mesure. Il précise qu'à l'occasion des auditions menées, les messageries de presse ont confirmé qu'une solution technique pourrait se dégager moyennant quelques développements informatiques. Dès lors, la décision prévoit la conclusion d'un accord entre sociétés coopératives et entreprises de messageries, notamment en vue de procéder à la réalisation des développements informatiques nécessaires à sa mise en œuvre, lequel devra être communiqué au Conseil supérieur avant le 15 avril 2013. A défaut de communication d'un tel accord, il sera fait application des dispositions de l'article 18-11 de la loi du 2 avril 1947.

\- - -

4) Régulation des quantités distribuées

Sous ce libellé sont regroupés deux des thématiques portées à l'ordre du jour des travaux du Conseil supérieur : plafonnement des quantités servies au point de vente et réaffirmation des règles dites « GTI » instituées en février 2006.

Concernant les dispositifs de régulation des quantités distribuées, il est envisagé de confirmer dans leur principe les dispositifs précédemment mis en place dans un cadre conventionnel tout en renforçant leur efficience dans leurs modalités d'application.

Dans ce sens, le plafonnement des quantités servies au point de vente, mis en place en mai 2009, apparaît constituer le socle de la régulation recherchée. Il sera complété par le plafonnement des quantités prises en charge par les messageries et par la mise à zéro des titres à vente nulle constatée au point de vente, dispositifs mis en place en février 2006.

A la suite de la consultation publique relative au plafonnement des quantités servies au point de vente et des auditions des acteurs de la distribution conduites par le Conseil supérieur, le Président se propose de saisir dans les tous prochains jours la Commission des bonnes pratiques professionnelles, conformément à l'article 11.2.1 du règlement intérieur du Conseil supérieur. Il sera demandé à la Commission de rendre dans un bref délai un avis sur les nouvelles modalités d'application de ces dispositifs en vue du renforcement de leur efficience.

L'Assemblée sera alors saisie très rapidement d'un projet de décision portant régulation des quantités distribuées.

\- - -

5) Composition de la Commission des bonnes pratiques professionnelles

Le Président rappelle que 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 ».

Egalement, selon les dispositions de l'article 11.1.4, tout membre qui se trouve empêché est remplacé selon les modalités définies ci-dessus pour la durée de son mandat restant à courir.

M. Lionel Guérin, membre de la Commission des bonnes pratiques professionnelles, ayant fait part de l'impossibilité dans laquelle il se trouve de poursuivre son mandat, conformément aux dispositions du règlement intérieur du Conseil supérieur précitées, le Président soumet à l'approbation de l'Assemblée la désignation de M. Jean-Marie Archereau comme membre remplaçant.

\- - -

6) Prorogation du délai fixé pour le dépôt des Propositions dépositaire – Schéma Directeur (Décision n°2012-04 du CSMP)

Le Président informe l'Assemblée qu'il a décidé, sur proposition du Président de la Commission du réseau et au vu du bilan que ce dernier lui a présenté des Propositions dépositaire et des lettres d'intention reçues au 14 janvier 2013, de proroger le délai initial au jeudi 28 février 2013.

\- - -

Le Président rappelle que si l'Assemblée adopte les décisions présentées, celles-ci seront transmises 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 21 mars 2013

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