

CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

RAPPORT DU PRESIDENT

ASSEMBLEE DU 18 JUILLET 2017

En vue de l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse convoquée pour le 18 juillet 2017 à 15 heures, le Président présente aux membres du Conseil supérieur des messageries de presse le présent rapport.

Rapport public d'activité du Conseil supérieur

Le Président rappelle que la loi du 2 avril 1947 dispose en son article 18-10 que le Conseil supérieur des messageries de presse établit chaque année un rapport public qui rend compte de son activité et de l'application de la loi en proposant, le cas échéant, des modifications législatives ou réglementaires. Ce rapport est adressé au Gouvernement et au Parlement avant la fin du premier semestre de chaque année.

Le Président soumet en conséquence à l'Assemblée le rapport qui rend compte de l'activité du Conseil supérieur et de l'application de la loi pour l'année 2016, lequel, après approbation, sera rendu public et adressé au Gouvernement et au Parlement.

Exécution du budget 2016 du Conseil supérieur

Conformément à l'article 7.4 du règlement intérieur du Conseil supérieur, il est rendu compte à l'Assemblée des conditions d'exécution du budget 2016 du Conseil supérieur.

L'assortiment des titres servis dans les nouveaux kiosques parisiens

Le CSMP a notamment pour mission d'assurer le bon fonctionnement du système coopératif de distribution de la presse et de son réseau. Il lui revient en particulier, aux termes des 1° et 2° de l'article 18-6 de la loi du 2 avril 1947 modifiée, de prendre des décisions de portée générale pour "déterminer les conditions et les moyens propres à garantir une distribution optimale de la presse d'information politique et générale" et pour "fixer, pour les autres catégories de presse, selon des critères objectifs et non discriminatoires (...), les conditions d'assortiment des titres et de plafonnement des quantités servis aux points de vente".

Lors de son Assemblée réunie le 22 décembre 2011, le Conseil supérieur a adopté la décision n° 2011-02 relative à l'assortiment des titres servis aux points de vente de presse. Cette décision a été rendue exécutoire par l'ARDP le 17 février 2012. Aujourd'hui, du fait notamment des évolutions du SI filière, les conditions d'application de la décision n° 2011-02 ne sont plus réunies.

La Ville de Paris a, en mai 2016, confié à la société Mediakiosk, pour une durée de 15 ans, une concession relative à la fourniture, la maintenance, l'entretien et l'exploitation publicitaire

des kiosques parisiens. Dans le cadre de ce contrat de concession, Mediakiosk s'est engagée à renouveler intégralement le parc des kiosques parisiens d'ici à juin 2019 (350 kiosques). Les nouveaux kiosques disposeront d'un espace de vente modulaire, plus attractif pour le client, permettant de mieux mettre en avant la presse, plus confortable et fonctionnel pour le kiosquier. Ils seront dotés d'une caisse informatisée.

Au vu de l'ambition de ce projet de modernisation le CSMP a mis en place un groupe de travail chargé d'assurer une indispensable coordination entre les acteurs concernés. Participent à ce groupe de travail des représentants des éditeurs, les deux sociétés de messageries et la société Mediakiosk.

L'ensemble des acteurs estiment qu'une des clés de la réussite de ce projet de modernisation repose sur la capacité de la filière à garantir un assortiment adapté des titres de presse servis aux nouveaux kiosques. En effet, à cette occasion ces points de vente passeront d'un modèle de vente « assistée » à un modèle de vente en « libre-service ». Les kiosques deviendront des espaces ouverts et les clients auront ainsi un accès direct au linéaire d'exposition de la presse.

Les nouveaux kiosques seront déclinés en 7 formats et les kiosquiers pourront choisir 3 configurations. Ces dernières sont fonction du degré de diversification souhaité, sachant que le règlement de la Ville de Paris impose au kiosquier de consacrer au minimum 2/3 de la surface d'exposition du kiosque à la vente de la presse. Dans le cadre du groupe de travail du CSMP, les messageries et Mediakiosk ont indiqué que selon leurs estimations, une centaine de kiosques verraient leur offre presse élargie.

Les acteurs se sont accordés sur la nécessité de rationaliser l'offre servie en cohérence avec le linéaire disponible, dans le souci d'assurer une qualité d'exposition satisfaisante, en préservant le chiffre d'affaires et la satisfaction des besoins et attentes de la clientèle.

C'est dans cet objectif que le groupe de travail du CSMP a conduit sa réflexion. Il s'est réuni à 10 reprises entre novembre 2016 et juin 2017, en vue de définir les principes et les règles d'un assortiment adapté aux nouveaux kiosques parisiens.

Au terme de ces travaux, les deux sociétés de messagerie ont été à même de proposer un « cahier des charges de l'assortiment des titres de presse servis dans les nouveaux kiosques parisiens ». Ce projet de cahier des charges a été approuvé le 28 juin 2017 par le groupe de travail.

Le cahier des charges établi par les deux messageries prévoit un libre accès de la presse IPG, un accès des nouveautés et un assortiment des titres publications au regard des capacités d'exposition, sur la base de 14 titres au mètre linéaire (20 titres au mètre linéaire pour les plus petits kiosques conservant une part significative de « vente assistée »). Pour chaque configuration de kiosque, un nombre maximum de titres publications est défini. L'assortiment est déterminé selon le Palmarès des ventes du point de vente, en chiffre d'affaires sur 12 mois toutes messageries confondues. Le kiosquier exerce sa liberté de choix pour la vente des produits hors presse proposés dans le cadre du contrat de mandat. Il est procédé à une nouvelle revue d'offre tous les six mois. Lorsque la nouvelle capacité d'exposition d'un kiosque justifie l'ajout de titres publications, ceux-ci sont déterminés sur la base du Palmarès parisien des ventes. L'offre de presse ainsi déterminée sera saisie dans les outils informatiques des deux messageries et sa stabilité ainsi garantie au kiosquier.

Le Secrétariat permanent du CSMP a organisé le 10 juillet 2017 les auditions des organisations représentatives des agents de la vente concernées : Syndicat national de la librairie et de la presse, Syndicat des kiosquiers et libraires parisiens, Syndicat des kiosquiers. A cette occasion les deux messageries ont pu présenter le cahier des charges

envisagé et la méthodologie d'assortiment proposée. Les représentants des kiosquiers n'ont pas formulé d'objection et accueilli favorablement ce projet tout en indiquant qu'ils seraient attentifs aux conditions de sa mise en œuvre.

Le Président soumet à l'Assemblée un projet de *décision approuvant le cahier des charges relatif à l'assortiment des titres servis dans les nouveaux kiosques parisiens*. Les règles d'assortiment sont fixées dans le cahier des charges annexé au projet de décision.

Le Président porte à la connaissance des membres du Conseil supérieur que le projet de décision, tel qu'il est présenté à l'Assemblée, a recueilli un avis favorable du Bureau.

Le Président rappelle que si l'Assemblée adopte la décision présentée, celle-ci 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.

L'assortiment des titres servis aux supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m² situés dans les grandes métropoles et la rémunération des agents de la vente concernés

A l'occasion des débats qui se sont tenus au printemps 2016 concernant le financement de la 3^{ème} tranche du schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse, les éditeurs de presse ont indiqué que, face à la crise sans précédent à laquelle est confrontée la filière, la mise en place intégrale du plan de revalorisation de la rémunération des marchands figurait au premier rang des mesures. Mais, ils ont demandé également que, de façon toute aussi urgente, soient trouvées des solutions pour renforcer la commercialité du réseau, en particulier dans les grandes métropoles, avec le souci d'y associer, dans tous les sens du terme, les marchands.

C'est ainsi que la **décision n° 2016-01** du 19 juillet 2016 *confirmant les conditions de mise en œuvre du schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse à compter du 1^{er} janvier 2017*, qui a été rendue exécutoire par l'ARDP par délibération n° 2016-02 du 5 septembre 2016, demande au Président du CSMP de lancer dans les meilleurs délais des travaux concernant « *les initiatives à prendre pour recréer la commercialité du réseau de vente de la presse dans les grands centres urbains.* »

Dans ce contexte, le CSMP a lancé une réflexion sur la question de la capillarité du réseau dans les grandes métropoles. Ces travaux ont été organisés autour d'une proposition émanant du Syndicat des éditeurs de la presse magazine (SEPM).

Le Conseil supérieur a mis en place un groupe de travail au sein duquel siégeaient des éditeurs de quotidiens et de publications, représentatifs du pluralisme de la presse, des représentants des diffuseurs de presse et des messageries de presse ont également été associés à ces travaux.

Ce groupe de travail s'est réuni à huit reprises entre juillet et novembre 2016.

L'examen du dossier a mis en évidence la forte dégradation de la capillarité du réseau de vente dans les grands centres urbains au cours de la période 2011-2015. Le nombre de points de vente a ainsi reculé de -20,5% à Paris et de -16% dans les métropoles de plus de 200.000 habitants (Bordeaux, Lille, Lyon, Marseille, Montpellier, Nice, Nantes, Rennes, Strasbourg, Toulouse).

Les travaux du CSMP ont également montré les perspectives de développement qu'offraient les supérettes dans ces territoires. En effet, au cours des dernières années, ces nouveaux commerces de proximité ont fait preuve d'un réel dynamisme (développement du nombre de points de vente, rénovation des surfaces de vente, mise en place de concepts innovants, proposition de nouveaux services, extension des plages d'ouverture...).

Le CSMP a réalisé des travaux complémentaires visant à mesurer l'impact des fermetures en milieu urbain. Ils ont porté sur une centaine de fermetures intervenues sur Paris entre 2011 et 2015. Les points de vente étudiés réalisaient un chiffre d'affaires significatif supérieur à 100 K€. Il ressort de cette analyse qu'en moyenne, moins d'un tiers des ventes réalisées dans le point de vente fermé se reporte sur les points de vente avoisinants. Ce résultat est conforme aux observations régulièrement formulées par les éditeurs.

Au vu de ces constats, les éditeurs considèrent qu'il faut nécessairement inscrire la presse dans la dynamique commerciale proposée par les supérettes. Ils estiment que la forte attractivité de ces commerces permettrait de compenser pour partie la fermeture constatée des points de vente presse, d'améliorer l'accès du public à l'offre presse voire de toucher de nouveaux publics. Compte tenu des caractéristiques de ces commerces, les éditeurs sont convenus que la présence de la presse ne pourrait s'y envisager que par le biais d'une offre limitée en nombre de titres.

Dès l'ouverture de leur réflexion collective, les éditeurs de presse ont également affirmé que l'exploitation de ces nouveaux potentiels commerciaux devrait se faire en étroite relation avec le réseau existant des diffuseurs.

A l'issue des travaux exposés ci-dessus, le CSMP a envisagé d'adopter deux décisions : l'une pour définir les conditions d'assortiment des titres servis dans les supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m² situées dans les grandes métropoles ; l'autre pour fixer les conditions de rémunération de ces supérettes et celles des diffuseurs de presse qui seraient associés à leur activité.

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 du CSMP a organisé une consultation publique portant sur les mesures envisagées. Il a procédé à la publication d'un avis de consultation publique le 28 novembre 2016 sur le site Internet du Conseil supérieur, dans une partie librement accessible. La durée de cette consultation publique a été fixée à dix jours.

La première mesure envisagée avait pour objet de définir les **conditions d'assortiment** des titres de presse servis aux supérettes localisées dans les grandes métropoles.

La mesure concernerait les supérettes (commerces en libre-service à dominante alimentaire ayant une surface de vente inférieure à 400 m²) situées à Paris, dans les départements de la petite couronne parisienne (92, 93 et 94) et dans les villes de province de plus de 200.000 habitants (Bordeaux, Lille, Lyon, Marseille, Montpellier, Nice, Nantes Rennes, Strasbourg, Toulouse).

Comme le prévoit l'article 18-6 (6°) de la Loi, l'installation d'un rayon presse dans ces catégories de commerces serait subordonnée à une autorisation de la Commission du réseau (CDR) du CSMP, selon les modalités prévues à l'article 9 du règlement intérieur du CSMP.

En outre, il était prévu que si la Proposition de création d'un rayon presse concerne une supérette située à moins de 200 mètres de distance d'un diffuseur préexistant, elle devrait

être accompagnée d'un accord de ce diffuseur, par lequel il aura accepté de s'associer à l'activité en assurant une mission de soutien technique et commercial. Il était également envisagé qu'en l'absence de diffuseur préexistant situé à moins de 200 mètres de la supérette, le diffuseur se trouvant entre 200 et 300 mètres de distance de celle-ci puisse également assurer une mission de soutien technique et commercial.

Le schéma proposé prenait ainsi en compte la cartographie du réseau existant des diffuseurs et associait ceux-ci à l'activité de vente de presse des supérettes. La mission de soutien technique et commerciale prévue donnerait lieu à rémunération. Cette rémunération prendrait la forme d'une commission sur les ventes de presse réalisées par la supérette auprès de laquelle le diffuseur préexistant effectue sa mission de soutien.

Les supérettes concernées devraient disposer au minimum d'un présentoir dédié aux quotidiens et d'un élément d'exposition dédié aux publications. Le nombre de titres de publications fournis serait adapté en fonction du nombre et du type d'éléments de linéaire installés.

L'assortiment offert dans ces points de vente serait fonction d'un Palmarès des ventes constatées sur un historique annuel, établi au niveau des dépôts, en veillant à assurer une répartition équilibrée des différents univers de presse. Un comité composé d'éditeurs de presse serait chargé de déterminer cet assortiment sous l'égide du CSMP et veillerait à assurer une répartition équilibrée des différents univers de presse. L'assortiment ainsi défini serait actualisé deux fois par an.

La **seconde mesure** envisagée avait pour objet de fixer les **conditions de rémunération** des supérettes situées dans les grandes métropoles et des diffuseurs de presse associés à leur activité.

Le taux de commission envisagé serait fonction du nombre de présentoirs dédiés aux publications périodiques (avec entraxe de 1 m ou 1,33 m de largeur) :

Nombre de présentoirs offrant des publications périodiques	Taux de commission pour les Publications périodiques	Taux de commission pour les Quotidiens
1	13%	13%
2	14%	14%
3	15%	15%

Quant au diffuseur associé à l'activité d'une supérette, sa rémunération, versée en contrepartie de la mission de soutien technique et commercial, serait égale à 8% du chiffre d'affaires presse coopératives réalisé par la supérette auprès de laquelle il intervient.

Une synthèse des résultats de la consultation publique organisée a été établie et a été publiée sur le site Internet du Conseil supérieur, dans une partie librement accessible.

Le Président du CSMP a présenté la synthèse des résultats de la consultation publique lors de l'Assemblée du CSMP qui s'est tenue le 21 décembre 2016 et a indiqué qu'il prendrait en compte certaines observations et propositions recueillies.

C'est ainsi, qu'en accord avec le Bureau, il présente des projets de décision ainsi modifiés :

- Sur les conditions d'assortiment :

- Le déploiement sera limité dans un premier temps à la ville de Paris. A l'issue d'une période de mise en œuvre d'un an, le Secrétariat permanent du CSMP établira un rapport sur le déploiement du dispositif. Au vu de ce rapport, après consultation du Bureau et des présidents des coopératives, le Président du Conseil supérieur pourra étendre l'application du dispositif aux autres territoires envisagés ;
- Le Président du Conseil supérieur établira un bilan de l'application de la décision à l'issue de deux années de mise en œuvre ;
- il est précisé que la CDR examinera chaque projet d'implantation individuellement, ce qui interdit tout accord d'enseigne ;
- L'obligation d'accord préalable du diffuseur situé à proximité d'une supérette est étendue à une distance de 250 mètres (contre 200 mètres initialement) ;
- Il est rappelé que tout éditeur IPG ou tout éditeur non IPG éligible à l'assortiment, reste maître de la décision d'implantation du titre ;
- Les engagements de la supérette sont définis dans un contrat ad hoc que le Conseil supérieur est appelé à homologuer ;
- Une nouveauté ne pourra pas entrer dans l'assortiment dès sa 1^{ère} parution ;
- Chaque univers de presse sera représenté dans l'assortiment par un minimum de trois titres distincts.

- Sur les conditions de rémunération :

- Un taux unique de rémunération de 15% sera appliqué sur la vente des quotidiens ;
- La mission rémunérée de soutien technique et commercial qui sera assurée par le diffuseur associé à l'activité de la supérette sera précisée et définie dans un document ad hoc annexé à la décision du CSMP instituant la mission ;

Le Secrétariat permanent a organisé les auditions des organisations représentatives des agents de la vente concernées Culture presse, SNDP, Syndicat national de la librairie et de la presse, Syndicat des kiosquiers et libraires parisiens, Syndicat des kiosquiers.

Le Président soumet à l'Assemblée un projet de décision *définissant les conditions d'assortiment des titres servis aux supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m² situées dans les grandes métropoles.*

Le Président soumet à l'Assemblée un projet de décision *fixant les conditions de rémunération de certains diffuseurs de presse (supérettes et diffuseurs référents)*

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

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.

Homologation d'un contrat-type dédié aux supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m² situées dans les grandes métropoles

En application de l'article 18-6 (8°) de la loi du 2 avril 1947 modifiée, le CSMP "homologue les contrats-types des agents de la vente de presse au regard de la présente loi et des règles qu'il a lui-même édictées".

A la suite des travaux du groupe de travail menés sous l'égide du CSMP et exposés précédemment, les messageries de presse ont élaboré un projet de contrat-type ayant pour objet de définir les conditions financières, commerciales et opérationnelles dans lesquelles le dépositaire (la messagerie) fournit à la supérette la presse pour être mise en vente auprès du public et les conditions de cette mise en vente par la supérette.

Le Secrétariat permanent a organisé les auditions des organisations représentatives des agents de la vente concernées Culture presse et SNDP, qui n'ont pas formulé d'observation.

Le Président soumet à l'Assemblée un projet de décision d'homologation du contrat type proposé par les messageries.

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.

Désignation des membres composant le comité déterminant l'assortiment dans les supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m² situées dans les grandes métropoles

Ce comité détermine l'assortiment des titres servis aux supérettes, sous le contrôle du Secrétariat permanent et en application des règles fixées par le projet de décision n° 2017-04 présentée à l'Assemblée et dans le respect des critères objectifs et non discriminatoires qui y sont définis. Il est composé de 5 représentants des éditeurs, désignés par l'Assemblée sur proposition du Bureau.

Fourniture par les agents de la vente de presse des informations nécessaires à l'exercice par le Conseil supérieur de ses compétences

La question du prolongement de la réflexion sur la prise en compte d'unités d'œuvre au niveau 2 s'est à nouveau posée depuis l'adoption de la décision n° 2016-01 du CSMP confirmant les conditions de mise en œuvre du schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse à compter du 1er janvier 2017. En effet, par le 4° de cette décision l'Assemblée demande au Président du CSMP de lancer dans les meilleurs délais les travaux attendus notamment sur « l'opportunité d'un recours accru aux unités d'œuvre pour la valorisation des missions remplies par les deux niveaux de la filière ».

Dans ce cadre, le Conseil supérieur a confié au cabinet Diagma une mission portant notamment sur les modalités d'organisation et de rémunération des dépositaires.

Cet expert connaît des difficultés pour recueillir auprès des dépositaires les informations utiles à ses travaux. A ce jour, seul 1/3 des dépositaires indépendants a répondu au questionnaire d'information adressé par Diagma.

Afin que le Conseil supérieur puisse exercer les compétences dont il est investi par la loi du 2 avril 1947, en ce qui concerne l'organisation et le fonctionnement du réseau de distribution de la presse et la rémunération de ses acteurs, il est impératif que acteurs concernés

communiquent au Conseil supérieur ou aux experts qu'il a nommés tout document ou informations utiles à l'appréciation de leur situation économique et financière, en particulier leurs bilans et comptes de résultat, leur comptabilité analytique lorsqu'ils en tiennent une, ainsi que toutes données de gestion et pièces justificatives permettant d'identifier et quantifier les coûts et les revenus liés aux activités relevant de leur contrat de mandat.

Le Président soumet à l'Assemblée un projet de décision concernant la fourniture par les agents de la vente de presse des informations nécessaires à l'exercice par le Conseil supérieur de ses compétences.

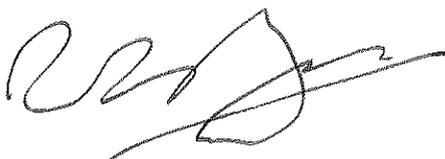
Le Président porte à la connaissance des membres du Conseil supérieur que le projet de décision, tel qu'il est présenté à l'Assemblée, a recueilli un avis favorable du Bureau.

Le Président rappelle que si l'Assemblée adopte la décision présentée, celle-ci 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.

Travaux menés au sein de la Commission de suivi

Conformément à l'article 12.3.3 du règlement intérieur du Conseil supérieur, le Président rend compte à l'Assemblée des travaux menés au sein de la Commission de suivi de la situation économique et financière des messageries.

Paris, le 11 juillet 2017



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