



Avenant au PROTOCOLE Interprofessionnel second plan de rémunération

Du 3 juillet 2007, régissant les conditions d'accès au
Second Plan de Qualification des Diffuseurs de Presse

Au regard et en vertu des textes légaux et réglementaires,

Entre les soussignés :

- ♦ La Société Coopérative MESSAGERIES LYONNAISES DE PRESSE (MLP) dont le siège social est à Saint-Quentin-Fallavier (38070), 55 boulevard de la Noirée, représentée par le Président du Conseil d'Administration, Monsieur Jean-Claude COCHI,
ci-après dénommée "MLP", de première 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 seconde 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 troisième part.

PREAMBULE

En 1994, un plan relatif aux conditions de rémunération des diffuseurs a été arrêté à la suite des travaux menés, sous l'égide du Conseil Supérieur des Messageries de Presse, par les représentants des pouvoirs publics, les éditeurs des sociétés de messageries, les dépositaires et les diffuseurs.

Ce premier plan a été matérialisé par la signature de deux protocoles interprofessionnels en date des 30 septembre 1994 et 12 mars 2002, ces protocoles étant relatifs à la revalorisation de la rémunération des diffuseurs de presse, fondée sur un principe de qualification.

De nouvelles négociations interprofessionnelles ont abouti à l'établissement d'un protocole interprofessionnel définitif portant sur le Second Plan de qualification du

GP
20
SDH02



réseau des diffuseurs conclu le 3 juillet 2007, qui a obtenu l'avis favorable du Conseil Supérieur des Messageries de Presse (CSMP), et ce, conformément aux dispositions du décret du 25 novembre 2005 modifiant le décret du 9 février 1988.

C'est dans la même volonté de consolider la rémunération des spécialistes Presse et de simplifier le dispositif et sa lisibilité que cet avenant a été proposé.

Cet avenant au protocole d'accord et la nouvelle convention qui en découle sont subordonnés à l'obtention de l'avis favorable du Conseil Supérieur des Messageries de Presse, et ce, conformément aux dispositions du décret du 25 novembre 2005, modifiant le décret du 9 février 1988, et comme précédemment, à la mise en place par le Conseil d'Administration et/ou l'Assemblée générale de MLP des moyens de financement appropriés.

ARTICLE 4 – MECANISMES DE CALCUL ET MODALITES DE REGLEMENT DE LA REMUNERATION COMPLEMENTAIRE

4.2 Performance commerciale

Pour faire face et de manière exceptionnelle à la baisse d'activité presse connue en 2009, le volume d'affaires semestriel sur les publications coopérative toutes messageries confondues doit atteindre, à partir du 1^{er} juillet 2010, un minimum de 68 000 euros.

Le diffuseur réalisant sur les publications un volume d'affaires publications coopérative semestriel supérieur ou égal à 68 000 € toutes messageries confondues bénéficiera d'une rémunération complémentaire calculée de manière progressive, selon le barème suivant :

Tranche de CA presse total par Semestre	Tx maximal par tranche de CA
≥ 68 000 et ≤ 126 000	1%
> 126 000 et ≤ 151 000	2,00%
> 151 000 et ≤ 176 000	3,00%
> 176 000 et ≤ 201 000	6,00%
> 201 000 et ≤ 226 000	9,00%
> 226 000 et ≤ 251 000	12,00%
> 251 000	15,00%
Total	= complément brut de rémunération

4.3 Géocommercialité

4.3.2 *Commune située en aire urbaine*

Pour simplifier le dispositif et limiter les effets de bords liés à l'évolution démographique des communes (seuil initial de 10 000 habitants). A compter du 1^{er} juillet 2010 seule la notion d'aire urbaine est désormais retenue. La commune devra être située dans une aire urbaine supérieure ou égale à 50 000 habitants pour que le diffuseur perçoive une rémunération complémentaire de 1 %, l'aire urbaine étant définie selon l'INSEE.



4.4 Les DQSPS (Diffuseurs Qualifiés Spécialistes Petites Surfaces)

4.4.1 Critères d'éligibilité

Pour faire face et de manière exceptionnelle à la baisse d'activité presse connue en 2009, le volume d'affaires semestriel sur les publications coopérative toutes messageries confondues doit atteindre, à partir du 1^{er} juillet 2010, un minimum de 42 000 euros

4.4.2 Rémunération complémentaire sur les publications

Pour les DQSPS, hors Paris et Grandes Villes, la rémunération sur les publications presse coopérative pourra atteindre 18% à partir du 1^{er} juillet 2010.

Ne sont pas concernées les publications spéciales étrangères et dimanche qui bénéficient d'une rémunération spécifique.

Particularité des diffuseurs saisonniers :

Pour répondre à la problématique des communes saisonnières qui ont des charges importantes mais ne sont pas dans des aires urbaines de 50 000 habitants, un nouveau processus est créé.

- Le diffuseur dont le point de vente est situé dans une commune saisonnière identifiée sur le site de la Direction du Tourisme (http://www.tourisme.gouv.fr/fr/z2/territo/env_reglementaire/stations2008/index.jsp) bénéficie du critère de 1% de géo commercialité dès lors où le point de vente réalise un CA presse publication coopérative semestriel suffisant comme pour tous les autres diffuseurs.

Certification merchandising :

A compter du 1^{er} juillet 2011, le point de vente devra justifier soit d'un plan merchandising agréé par les Messageries soit d'une certification niveau 2 merchandising respectant, en plus du niveau 1, les 4 (quatre) critères suivants :

- ♦ Présenter 4 (quatre) « unes » de quotidiens nationaux dans le sens de la lecture sur un mobilier spécifique (hors vitrine).
- ♦ Réaliser des décrochements de gradins : un élément sur deux au niveau des yeux et des mains (deux éléments en continu sont tolérés).
- ♦ Positionner le gradin du haut du mobilier mural à une hauteur maximale de 1,85 mètres.
- ♦ Respecter le plan merchandising de la profession en vigueur.

Toutes les autres dispositions du Protocole Interprofessionnel du 3 juillet 2007 n'étant pas affectées par le présent avenant demeurent inchangées.

Prise d'effet : Le présent avenant prend effet aux dates susmentionnés sous réserve que conformément aux dispositions du décret du 25 novembre 2005 MLP reçoive l'avis favorable du Conseil Supérieur des Messageries de Presse et du ministre chargé de la communication.

La qualification au titre du second plan nécessite pour le point de vente de respecter les critères du premier plan en vigueur à date.

Fait à Paris, le **18 MAI 2010**
en 3 exemplaires originaux


MLP
J.C. COCHI


SNDP
S. d'ALTRI O DARDARI


UNDP
G. PROUST



ANNEXE 1

Protocole interprofessionnel du 12 mars 2002 : aménagement des critères du 1^{er} Plan

1^{er} Plan aménagé au 1^{er} juillet 2010

- Disposer d'une enseigne Presse permettant d'identifier la vente de presse dans l'activité du magasin. Elle doit être apposée en enseigne drapeau. Une dérogation au principe concerne les centres commerciaux et les sites classés par les Bâtiments de France sur présentation de documents justifiant les contraintes administratives locales.
- Consacrer en permanence dans sa vitrine un emplacement dédié significatif afin de présenter au minimum 1 quotidien, 4 publications, 1 produit hors presse. L'ensemble de ces titres en cours de vente feront l'objet d'une rotation régulière et d'une large visibilité des « unes ».
- Consacrer à la présentation en vue de la vente de la presse un pourcentage de son linéaire mural (mobiliers de plus de 1,70 m de hauteur), lequel pourcentage variera selon la surface de vente de son magasin, tel que cela résulte du tableau figurant en annexe 1 du protocole du 12 mars 2002. Le pourcentage est le rapport entre le Linéaire Presse Mural au sol et le Linéaire Total (Presse + autres activités) Mural au sol. Par surface de vente du magasin, on entend la partie du magasin accessible à la clientèle :

Superficie du magasin	Part du linéaire mural presse rapporté au linéaire mural total
Jusqu'à 20 m ²	45%
Entre 20 et 40 m ²	40%
Entre 40 et 60 m ²	35%
Entre 60 et 100 m ²	30%
Supérieure à 100 m ²	25%

- Dédier un linéaire presse aux produits des messageries d'une longueur de quarante mètres développés minimum. Les îlots, les présentoirs, hors quotidiens, sont pris en compte.
- Respecter une amplitude horaire répondant chaque jour à l'une des conditions suivantes, et ce, 6 jours sur 7 :
 - Être ouvert le matin au plus tard à 6h30,
 - Ou entre 12h et 14 ou jusqu'à 19h30,
 - Ou être ouvert a minima 9 heures par jour,
 - Ou être ouvert le dimanche matin
- Relayer les opérations de promotion et les tests organisés par les éditeurs, individuellement ou collectivement, ou les sociétés les représentant pour la mise en avant des titres, dans le cadre de leur commission.
- Suivre un stage d'initiation au métier de diffuseur de presse (ne concerne que les nouveaux diffuseurs).
- **A compter du 1^{er} juillet 2011, le point de vente devra justifier d'une certification niveau 1 merchandising et ainsi respecter les 4 critères suivants :**
 - ◆ Présence de zones distinctes : Zone à dominante de titres masculins et zone à dominante de titres féminins.
 - ◆ Proportion négligeable de titres présentés en éventail (< à 10% du linéaire presse).
 - ◆ Présence d'une signalétique famille (kit offert si nécessaire).
 - ◆ Classement des titres en respectant la signalétique.

6.2-
> cc
SD/10



ANNEXE 2

Protocole interprofessionnel du 3 juillet 2007 : aménagement des critères du 2nd Plan

- Respecter les critères du 1^{er} plan aménagé (cf Annexe 1)
- Etre équipé d'une version de logiciel presse homologuée MLP et permettant la remontée quotidienne des ventes à la messagerie.
- Effectuer le scan des produits MLP avec un taux de fiabilité supérieur ou égal à 90 %.
- Suivre un stage de perfectionnement presse au plus tard dans les trois années pleines suivant la date de sa dernière formation. Par défaut, la dernière date de formation est fixée au 1^{er} mars 2006.
- Réaliser une action de modernisation du point de vente, destinée à améliorer la présentation de la presse, au moins une fois toutes les 9 années pleines suivant la date de sa dernière modernisation. Par défaut, la dernière date de modernisation est fixée au 1^{er} mars 2006. Cet investissement doit correspondre à un minimum de 3 500€ HT (hors gros œuvre et informatisation).
- Bénéficier d'un critère de performance commerciale sur les publications presse coopérative, dès lors que le volume d'affaires semestriel est supérieur à 68 000 euros à partir du 1^{er} juillet 2010, toutes messageries confondues. La rémunération complémentaire alors accordée est calculée de manière progressive, par tranche de chiffre d'affaires.
- Bénéficier d'un critère de géo-commercialité visant à mieux rémunérer les diffuseurs qualifiés et spécialistes de la presse, situés dans les zones de fortes chalandises. La rémunération complémentaire peut alors varier de 1% à 3%, étant compris que la performance commerciale doit être obligatoirement remplie par le diffuseur pour pouvoir bénéficier du critère de géo-commercialité. Le critère de géo-commercialité ne s'applique pas aux diffuseurs (de Paris, Bordeaux, Lyon, 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 perçoivent une rémunération spécifique :
 - ✓ Galerie marchande

Le diffuseur dont le point de vente est situé dans la galerie marchande d'un supermarché (surface $\geq 400 \text{ m}^2$ et $\leq 2500 \text{ m}^2$) percevra une rémunération complémentaire de 1% sur la base de son Chiffre d'Affaires publications semestriel.

Le diffuseur dont le point de vente est situé dans la galerie marchande d'un hypermarché (surface $> 2500 \text{ m}^2$) percevra une rémunération complémentaire de 3 %.

✓ Commune située en aire urbaine au 1^{er} juillet 2010

Le diffuseur dont le point de vente est localisé dans une commune située dans une aire urbaine supérieure ou égale à 50 000 habitants percevra une rémunération complémentaire de 1 %, l'aire urbaine étant définie selon l'INSEE

✓ Diffuseurs saisonniers au 1^{er} juillet 2010

Le diffuseur dont le point de vente est situé dans une commune saisonnière, ne relevant pas d'une aire urbaine de plus de 50 000 habs, identifiée sur le site de la Direction du Tourisme (<http://www.tourisme.gouv.fr/fr/z2/territoire/reglementaire/stations2008/index.jsp>) bénéficie du critère de 1%

✓ Galerie marchande + commune située en aire urbaine au 1^{er} juillet 2010

Le diffuseur dont le point de vente est situé en galerie marchande d'un hypermarché dans une commune située en aire urbaine ($> 50 000$ habitants) bénéficiera de la rémunération complémentaire la 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 bénéficiera d'une rémunération complémentaire de 1 %

✓ Galerie marchande + commune saisonnière au 1^{er} juillet 2010

Le diffuseur dont le point de vente est situé en galerie marchande d'un hypermarché dans une commune saisonnière bénéficiera de la rémunération complémentaire la plus favorable, soit 3 %.

Le diffuseur dont le point de vente est situé en galerie marchande d'un supermarché dans une commune saisonnière bénéficiera d'une rémunération complémentaire de 1 %

▪ **Certification merchandising au 1er juillet 2011**

A compter du 1^{er} juillet 2011, le point de vente devra justifier soit d'un plan merchandising agréé par les Messageries, soit d'une certification niveau 2 merchandising respectant, en plus du niveau 1, les 4 (quatre) critères suivants :

- ◆ Présenter 4 (quatre) « unes » de quotidiens nationaux dans le sens de la lecture sur un mobilier spécifique (hors vitrine).
- ◆ Réaliser des décrochements de gradins : un élément sur deux au niveau des yeux et des mains (deux éléments en continu sont tolérés).
- ◆ Positionner le gradin du haut du mobilier mural à une hauteur maximale de 1,85 mètre.
- ◆ Respecter le plan merchandising de la profession en vigueur.

G.P
SdAel



ANNEXE 3

Protocole interprofessionnel du 3 juillet 2007 : aménagement des critères du 2nd Plan DQSPS

- Respecter les critères du 1^{er} plan aménagé (cf Annexe 1)
- Respecter une superficie inférieure ou égale à 30 M²
- Respecter un mètre linéaire développé total presse supérieur ou égal à 50 MLD, hors présentoirs quotidiens
- Réaliser sur les publications presse coopérative, un volume d'affaires semestriel supérieur, ou égal, à 42 000 euros à partir du 1^{er} juillet 2010, toutes messageries confondues.
- **A compter du 1^{er} juillet 2011**, le point de vente devra justifier soit d'un plan merchandising agréé par les Messageries, soit d'une **certification niveau 2** merchandising respectant, en plus du niveau 1, les 4 (quatre) critères suivants :
 - ◆ Présenter 4 (quatre) « unes » de quotidiens nationaux dans le sens de la lecture sur un mobilier spécifique (hors vitrine).
 - ◆ Réaliser des décrochements de gradins : un élément sur deux au niveau des yeux et des mains (deux éléments en continu sont tolérés).
 - ◆ Positionner le gradin du haut du mobilier mural à une hauteur maximale de 1,85 mètres.
 - ◆ Respecter le plan merchandising de la profession en vigueur.
- Il est instauré le bénéfice d'un critère de géo-commercialité visant à mieux rémunérer les diffuseurs qualifiés et spécialistes de la presse, situés dans les zones de fortes chalandises. La rémunération complémentaire peut alors varier de 1% à 3%, étant compris que la performance commerciale doit être obligatoirement rempli par le diffuseur pour pouvoir bénéficier du critère de géo-commercialité. Le critère de géo-commercialité ne s'applique pas au diffuseur (de Paris, Bordeaux, Lyon, 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 :
 - ✓ **Galerie marchande**

Le diffuseur dont le point de vente est situé dans la galerie marchande d'un supermarché (surface ≥ 400 m² et ≤ 2500 m²) percevra une rémunération complémentaire de 1% sur la base de son Chiffre d'Affaires publications coopérative semestriel.

Le diffuseur dont le point de vente est situé dans la galerie marchande d'un hypermarché (surface >2500 m²) percevra une rémunération complémentaire de 3 %.
 - ✓ **Commune située en aire urbaine au 1^{er} juillet 2010**

Le diffuseur dont le point de vente est localisé dans une commune située dans une aire urbaine supérieure ou égale à 50 000 habitants percevra une rémunération complémentaire de 1 %, l'aire urbaine étant définie selon l'INSEE
 - ✓ **Diffuseurs saisonniers au 1^{er} juillet 2010**

Le diffuseur dont le point de vente est situé dans une commune saisonnière, ne relevant pas d'une aire urbaine de plus de 50 000 habitants, identifiée sur le site de la Direction du Tourisme (http://www.tourisme.gouv.fr/fr/z2/territo/env_reglementaire/stations2008/index.jsp) bénéficie du critère de 1%
 - ✓ **Galerie marchande + commune située en aire urbaine au 1^{er} juillet 2010**

Le diffuseur dont le point de vente est situé en galerie marchande d'un hypermarché dans une commune située en aire urbaine ($> 50 000$ habitants) bénéficiera de la rémunération complémentaire la 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 bénéficiera d'une rémunération complémentaire de 1 %
 - ✓ **Galerie marchande + commune saisonnière au 1^{er} juillet 2010**

Le diffuseur dont le point de vente est situé en galerie marchande d'un hypermarché dans une commune saisonnière bénéficiera de la rémunération complémentaire la plus favorable, soit 3 %.

Le diffuseur dont le point de vente est situé en galerie marchande d'un supermarché dans une commune saisonnière bénéficiera d'une rémunération complémentaire de 1 %



ANNEXE 4

Taux de commission Presse Coopérative au 1^{er} juillet 2010

	Diffuseurs		Taux de Rémunération				
			Q1	Q2			
Marchands		Rémunération de base	Rémunération avec Complément 1 ^{er} plan	Linéaires	Performance commerciale si Ca presse Coop>68000€ au 1 ^{er} juillet 2010	Géo-Commercialité	Total complément de rémunération
	CA concernés	CA presse		CA presse coopérative			
	Province	15% brut	15% net	De 1% à 3,5% selon le linéaire*	Variable selon le CA presse Coop ttes messageries	1% en aire urbaine au 01/07/2010 1% commune saisonnière au 01/07/2010 1%en GM super 3% en GM Hyper	Jusqu'à 15% mais plafonné à 28% net y compris taux de base
				soit de 1 à 13 %			
	Grandes villes	20% brut	Non concerné	De 1% à 3,5% selon le linéaire*	Variable selon le CA presse Coop ttes messageries	Non Concerné	Jusqu'à 10% mais plafonné à 28%net y compris le taux de base
				soit de 1 à 10 %			
DQSPS		Rémunération de base	Rémunération avec Complément 1 ^{er} plan	Q2	Géo-Commercialité		
	CA concernés	CA presse		CA presse coopérative			Total complément de rémunération
	Province	15% brut	15% net	3% au 1 ^{er} juillet 2010	1% en aire urbaine au 01/07/2010 1% commune saisonnière au 01/07/2010 1%en GM super 3% en GM Hyper		Jusqu'à 8% mais plafonné à 21% y compris le taux de base
	Grandes villes	20% Brut	Non concerné	De1.5% à 4% au 01/07/2010	Non concerné		Jusqu'à 4% mais plafonné à 22% y compris le taux de base