

**AVENANT À L'ACCORD INTERPROFESSIONNEL ASSORTIMENT DU 1<sup>er</sup>  
JUILLET 2021 ET À L'AVENANT RELATIF AU PLAFONNEMENT DU 19  
NOVEMBRE 2024**

**19 décembre 2025**

Entre les soussignés :

**L'Alliance de la presse d'information générale (APIG),**

Organisation professionnelle représentative des éditeurs de presse quotidienne et hebdomadaire d'information générale et politique, dont le siège social est situé au 69, rue du Chevaleret à Paris (75013), inscrite au registre des associations sous le numéro de SIRET n° 844 198 150 00022, et dûment représentée par M. Marc FEUILLEE, Président, ayant tous pouvoirs aux fins des présentes.

**Culture Presse,**

Organisation professionnelle représentative au plan national des diffuseurs de presse, dont le siège social est situé 16, place de la République, 75010 Paris, inscrite au Bureau du travail et de la main-d'œuvre de Paris sous le matricule 16145 en date du 14 mars 1977, n° Siren : 309 541 084 dûment représentée par son président, Jean-Michel DETCHART.

**La Fédération nationale de la presse d'information spécialisée (FNPS)**

Organisation professionnelle représentative des éditeurs de presse d'information spécialisée, dont le siège social est situé 17, rue Castagnary, 75015 Paris, n° de Siret : 303 241 814 00043 dûment représentée par son président, Jean-Christophe RAVEAU.

**Le Syndicat des éditeurs de la presse magazine (SEPM)**

Organisation patronale, dont le siège social est sis au 44 rue Cambronne 75015 Paris, n° SIRET 788 503 639 00023 - dûment représentée par son président, François CLAVERIE

**Le Syndicat national des dépositaires de presse (SNDP)**

Organisation professionnelle représentative des dépositaires de presse, dont le siège social est situé 8 rue Leriche, 75015, Paris – dûment représentée par son président, Bruno AUSSANT

**France Messagerie,**

Société agréée de distribution de la presse, dont le siège social est sis au 87 quai Panhard et Levassor 75013 Paris, n° SIREN 884 694 886 dûment représentée par son Directeur général, Éric MATTON

**MLP,**

Société agréée de distribution de la presse, dont le siège social est sis au 55 boulevard de la Noirée 38070 Saint-Quentin-Fallavier, n° SIREN 790 117 816 dûment représentée par son président, José DA SILVA FERREIRA

Ci-après dénommés « les signataires de l'accord » ou « les parties »

## **PRÉAMBULE**

Les signataires de l'accord interprofessionnel du 1<sup>er</sup> juillet 2021 et de son avenant « plafonnement » du 19 novembre 2024 se sont entendus pour adopter le présent avenant, sur les recommandations de la Commission interprofessionnelle de suivi de l'assortiment et du plafonnement (CAP), instituée par les articles 44 et suivants de l'accord interprofessionnel.

La Commission disposant désormais de suffisamment de recul sur l'assortiment et le plafonnement a pu analyser les différentes dispositions de l'accord et de son avenant plafonnement et en mesurer l'adéquation avec les objectifs recherchés. Elle en a mesuré l'impact comme la pertinence et pris en compte les outils à la disposition des professionnels. Elle a observé les pratiques sur le terrain et recueilli l'avis de nombreux professionnels pour éclairer ses travaux.

Sur cette base, la CAP a formulé des interprétations sur les textes, lorsque ceux-ci se révélaient imprécis et proposé des ajustements sur les processus mis en œuvre pour appliquer l'accord. Constatant que le marché reste orienté à la baisse, dans un contexte de réduction de l'encombrement des linéaires, elle a relevé un certain nombre d'effets de bord pouvant nuire à l'activité des marchands ou à leur pratique au quotidien des droits issus de la loi de 2019 – mais aussi qui pouvaient se révéler un obstacle à la recherche du potentiel ou à la créativité des éditeurs, voire à la bonne répartition des exemplaires disponibles.

La CAP ne saurait imputer la chute des ventes au numéro enregistrée en 2025 aux seules dispositions de l'accord interprofessionnel prévu par la loi. La situation économique générale, comme l'orientation sur le long terme des ventes est évidemment en cause prioritairement. Néanmoins, elle a identifié quelques dispositions de l'accord qui auront contribué à la tendance.

Pleinement dans son rôle d'évaluation de l'impact et de l'efficacité de l'accord interprofessionnel, la CAP a donc proposé les évolutions jugées nécessaires aux signataires de l'accord, qui se sont entendus unanimement pour suivre les recommandations de la CAP. Ces évolutions sont reprises dans le présent avenant. Après validation de l'Arcep, elles donneront lieu à la rédaction d'une version consolidée de l'accord, destinée à une information claire et directement lisible des publics concernés.

## AVENANT À L'ACCORD INTERPROFESSIONNEL DU 1<sup>ER</sup> JUILLET 2021, RELATIF AU TITRE 1<sup>ER</sup> : ASSORTIMENT

### 1. Les parties introduisent un article 15 bis, ainsi formulé :

---

*Article 15 bis : Par exception aux dispositions de l'article 15, il est convenu qu'un éditeur pourra demander que les déclinaisons d'un titre assorti, effectivement présent dans le point de vente, entrent dans l'assortiment dudit point de vente, indépendamment de leur place dans le palmarès et de leur codification propre, dès lors qu'ils portent le même numéro de CPPAP que le titre-mère. Cette possibilité, ouverte aux seuls titres CPPAP, ne s'applique pas en cas d'offre bloquée.*

*Par déclinaison, on entendra limitativement les extensions « marketing » de la marque, soit la version poche, les offres jumelées, les offres « plus-produit » et les hors-séries portant le même numéro de commission paritaire.*

*Cette disposition ne porte pas atteinte à la règle professionnelle prévoyant la présence au maximum de trois parutions du même titre, simultanément dans le point de vente.*

### 2. En conséquence, les parties complètent l'article 34 de l'accord interprofessionnel, en ajoutant le texte suivant, à la suite du texte actuel :

---

*Article 34 : Une largeur d'offre individualisée est définie comme représentant 80 % de la largeur d'offre prévue à l'article 33 pour les points de vente dont la taille du linéaire est inférieure ou égale à 100 MLD et 100% pour les points de vente dont la taille de linéaire est supérieure à 100 MLD.*

*La valeur de cette largeur d'offre individualisée (ci-après le Seuil) est ensuite appliquée au Palmarès de Référence du point de vente, déterminé à la Section V du chapitre II de cet accord. Parmi les codifications du Palmarès de Référence, celles relevant du 2° de l'article 5 de la loi, et dont le classement est inférieur au Seuil, sont réputées assorties et intègrent l'Assortiment de Base. Le diffuseur ne peut alors pas s'opposer à leur diffusion dans son point de vente si elles lui sont servies.*

*Conformément aux dispositions de l'article 15bis, les déclinaisons des codifications réputées assorties pourront être intégrées également à l'assortiment de base, dans les conditions ci-dessus.*

## AVENANT MODIFIANT LE TITRE II DE L'ACCORD INTERPROFESSIONNEL ASSORTIMENT ET PLAFONNEMENT, RELATIF AU PLAFONNEMENT ET À LA MISE À ZÉRO, DANS SA RÉDACTION DU 19 NOVEMBRE 2024

### CHAPITRE II – MÉCANISME DE PLAFONNEMENT DES QUANTITÉS FOURNIES

#### 3. Les parties apportent une correction à l'article 5, principe général

---

La formule de calcul exposée à l'article 5 est en conséquence modifiée comme suit :

$\text{Plafond} = \text{Maximum (Arrondi à l'entier supérieur (Moyenne\_Ventes + Nombre\_Complémentaire\_Faibles\_Ventes)) ; Arrondi à l'entier supérieur ((1 + Pourcentage\_Complémentaire\_Fortes\_Ventes) x Moyenne\_Ventes)) + 1 \text{ exemplaire}}$
---

Dans ce même article, est modifié le nombre complémentaire faibles ventes de la manière suivante :

*Le Nombre\_Complémentaire\_Faibles\_Ventes est égal à 2.*

#### **4. Les parties introduisent un article 5 bis**

---

**Article 5 bis :** *Pour calculer la quantité maximale d'exemplaires servis à un point de vente, on ajoutera aux quantités vendues sur la codification plafonnable, les exemplaires d'une même parution servis sous une codification distincte pour des raisons techniques.*

*Sont ainsi limitativement concernés les exemplaires servis pour faire face aux besoins de multi-édition (comme les multi-couvertures), les exemplaires livrés dans le cadre d'un test (comme par exemple les tests de prix), les éditions régionales et les boîtes présentoirs – ainsi que les codifications avec et sans plus-produit lorsqu'elles cohabitent.*

#### **5. Modification de l'article 9 : Calcul du plafond sur homologue**

---

##### **Article 9 : Calcul du plafond sur homologue**

*Dans la situation où pour une parution donnée, les ventes de la Parution de référence rattachée dépassent 110% de la moyenne des ventes calculée à l'article 5 (Moyenne\_Ventes), ou si la moyenne des ventes des deux dernières parutions dépasse la moyenne des ventes calculée à l'article 5 (Moyenne\_Ventes), il est prévu un nombre d'exemplaires à la livraison desquels le diffuseur ne peut s'opposer différent de celui défini à l'Article 5.*

Est également modifié le calcul indiqué, pour reprendre la formule de l'article 5 :

*Le plafond alors utilisé est le mieux disant entre le Plafond\_sur\_homologue et le Plafond\_sur\_Ventes\_récentes définis ci-après :*

*Plafond\_sur\_homologue = Maximum (Arrondi à l'entier supérieur (Ventes\_Parution\_Homologue + Nombre\_Complémentaire\_Faibles\_Ventes) ; Arrondi à l'entier supérieur ((1+ Pourcentage\_Complémentaire\_Fortes\_Ventes) x Ventes\_Parution\_Homologue)) + 1 exemplaire*

Avec :

- *Plafond\_sur\_homologue* : nombre d'exemplaires à la livraison desquels le diffuseur ne peut s'opposer
- *Ventes\_Parution\_Homologue* : Ventes constatées de la parution de référence rattachée à la parution donnée dans le point de vente
- *Le Nombre\_Complémentaire\_Faibles\_Ventes* est égal à 2.
- *Le Pourcentage\_Complémentaire\_Fortes\_Ventes* est égal à 50%.

- *Plafond\_sur\_Ventes\_Récentes = Maximum (Arrondi à l'entier supérieur (Moyenne\_Ventes\_récentes + Nombre\_Complémentaire\_Faibles\_Ventes) ; Arrondi à l'entier supérieur ((1+ Pourcentage\_Complémentaire\_Fortes\_Ventes) x Moyenne\_Ventes\_Récentes)) + 1 exemplaire*

## CHAPITRE III – GESTION DES SITUATIONS EXCEPTIONNELLES

### 6. Les parties ajoutent un article 11 bis, pour les situations saisonnières

#### **Article 11 bis, déplafonnement saisonnier :**

En dehors de la faculté offerte à un diffuseur de déplafonner son point de vente pour fort potentiel commercial, prévue à l'article 10, il est prévu un déplafonnement saisonnier dans les conditions suivantes :

**11 bis-2° - Saison d'été :** Pendant la saison d'été, l'ensemble des codifications plafonnables est déplafonné pour l'ensemble des diffuseurs, sans qu'ils aient besoin de recourir au dispositif de l'article précédent.

- Les dates de la saison d'été sont déterminées chaque année par la CAP, sur proposition du SNDP et des SADP. La date de début de période ne saurait être antérieure au 1<sup>er</sup> juin de l'année et la date de fin de période postérieure au 31 août. Les outils des SADP devront préciser ces dates. Seront concernées les parutions servies entre les bornes arrêtées par la CAP.
- Le diffuseur a la possibilité de s'opposer à ce déplafonnement saisonnier pour la saison à venir. Il l'indiquera dans les outils avec un préavis de 1 mois avant la période concernée, afin de favoriser le réglage des parutions concernées. Dans l'attente de la mise en place des fonctionnalités nécessaires dans les outils SADP, le diffuseur peut manifester son refus à tout moment, en s'adressant à son dépositaire.

**11 bis-3° - saison d'hiver :** Pendant la saison d'hiver, les marchands concernés par l'augmentation du potentiel de vente bénéficieront d'un déplafonnement pour l'ensemble des codifications qui leur sont livrées.

- Par points de vente concernés, on entendra les points de vente saisonniers ou à caractère saisonnier pour lesquels il est constaté une augmentation saisonnière hiver. Les dépositaires sont chargés du recensement de ces points de vente, et de la saisie de leur « sensibilité saisonnière hiver » dans les outils SADP.
- Les dates de la saison d'hiver sont déterminées chaque année par la CAP, sur proposition du SNDP et des SADP. La date de début de période ne saurait être antérieure au 1<sup>er</sup> décembre de l'année et la date de fin de période postérieure au 1<sup>er</sup> mars. Les outils des SADP devront préciser ces dates. Seront concernées les parutions servies entre les bornes arrêtées par la CAP.
- Le diffuseur a la possibilité de s'opposer à ce déplafonnement saisonnier pour la saison à venir. Il l'indiquera dans les outils avec un préavis de 1 mois avant la période concernée, afin de favoriser le réglage des parutions concernées. Dans l'attente de la mise en place des fonctionnalités nécessaires dans les outils SADP, le diffuseur peut manifester son refus à tout moment, en s'adressant à son dépositaire.

Ce déplafonnement entraîne une suspension de la mise à zéro pendant la période saisonnière, comme le prévoit l'article 21 pour toutes les situations exceptionnelles.

### 7. L'article 12 : Promotions, est complété pour tenir compte de Promotions éditeurs

#### **Article 12 : Promotions**

**12-1° : adhésion du diffuseur à une promotion :** En donnant son accord pour participer aux dispositifs de promotions physiques en points de ventes proposés pour une ou plusieurs

Codifications plafonnables, le marchand donne également son accord pour le déplaçonnement des parutions concernées par ces dispositifs.

Ainsi, en donnant son accord, le diffuseur accepte de recevoir et diffuser un nombre d'exemplaires supérieur au Plafond ou au Plafond sur homologue pour la ou les parutions concernées.

**12-2° : publicité télévisée :** l'investissement par l'éditeur dans une publicité télévisée entraîne le déplaçonnement de la ou des parutions faisant l'objet d'une telle campagne de publicité. Seules pourront être prises en compte les campagnes télévisées pouvant avoir un impact significatif, apprécié au travers du support choisi et de sa pertinence par rapport à la cible visée et l'importance du budget qui y est consacré.

La demande de déplaçonnement est exprimée par l'éditeur auprès de la SADP distribuant la codification concernée et l'organisation professionnelle la plus représentative des diffuseurs. En cas d'accord des deux organisations, le déplaçonnement est accordé pour la ou les parutions concernées.

## **8. Les parties décident de compléter l'article 13, traitant des événements exceptionnels.**

---

### **Article 13 : Évènements exceptionnels**

**13-1° - Évènement inattendu :** En cas d'évènement d'actualité exceptionnel inattendu pouvant avoir un effet positif sur les ventes, un mécanisme est mis en place afin de permettre la livraison d'un nombre d'exemplaires supérieur au Plafond et Plafond sur homologue d'une Codification plafonnable pour un éditeur qui en ferait la demande.

- Pour une parution donnée et dans un délai de 15 jours après la survenue de l'évènement, la demande de déplaçonnement est faite par l'éditeur à la SADP distribuant la codification concernée et à l'organisation professionnelle la plus représentative des diffuseurs de presse.
- Pour bénéficier de l'agrément de déplaçonnement, cette demande doit répondre aux trois critères cumulatifs suivants :
  - Faire suite à un événement majeur national ou international
  - Proposer un fourni supérieur ou égal à 30% par rapport à la parution homologue
  - Obtenir l'accord de la SADP distribuant la codification concernée et de l'organisation représentative des marchands de presse
- En cas d'accord des deux organisations, l'agrément de déplaçonnement est donné à l'éditeur et la mise en vente de la parution concernée doit avoir lieu dans le mois suivant la survenue de l'évènement. En cas de dépassement de la date maximale de mise en vente, les diffuseurs recevant une quantité d'exemplaires supérieure à celle prévue par le Plafond ou le Plafond sur homologue de la parution concernée pourront renvoyer sans délai les quantités dépassant ces plafonds.

**13-2° : Fait exceptionnel :** En cas de parution d'un numéro présentant un potentiel particulier, mais dont le cas n'a pas été prévu aux articles 10 à 14, l'éditeur peut transmettre une demande de déplaçonnement argumentée à la SADP qui distribue la codification et à l'organisation professionnelle la plus représentative des diffuseurs de presse afin d'obtenir une dérogation exceptionnelle.

- Sont ainsi concernés de manière non limitative, les hors-séries « guides impôts » paraissant une fois par an, les numéros spéciaux non couverts par le numéro homologue (car liés à un événement d'une périodicité supérieure à annuelle) ou les titres dont les thématiques sont irrégulières.

- *En cas d'accord des deux organisations, le déplaçonnement est limité à la seule parution concernée et emporte suspension de la mise à zéro, conformément aux dispositions de l'article 20.*

## **9. Les parties modifient la rédaction de l'article 16, sur proposition de la CAP**

### **Article 16 : Participation aux dispositifs**

*Un diffuseur doit pouvoir indiquer dans les outils filière s'il souhaite que son point de vente ne bénéficie pas des dispositifs de déplaçonnement prévus aux articles 12 à 15.*

*Ce souhait ne saurait être présumé par défaut dans les outils filière, faute d'une expression claire des choix du diffuseur. Le diffuseur doit pouvoir exprimer un choix à tout moment en l'exprimant simplement dans les outils filière.*

*Ce souhait doit être paramétrable individuellement pour chacun des dispositifs*

## **CHAPITRE IV – MISE À ZÉRO**

### **10. L'article 22 est modifié de la manière suivante :**

#### **Article 22 : Parutions non-vendeuses**

*Est considéré comme non-vendeuse, une codification qui, dans le point de vente concerné, n'a vendu aucun exemplaire sur une séquence de parutions successives servies au point de vente, fonction de la périodicité du titre :*

<i>Périodicité</i>	<i>Séquence de parutions non-vendeuses</i>
<i>Hebdomadaire</i>	<i>8</i>
<i>Bimensuel</i>	<i>6</i>
<i>Mensuel</i>	<i>6</i>
<i>Bimestriel</i>	<i>5</i>
<i>Trimestriel</i>	<i>4</i>

## **SIGNATURE ELECTRONIQUE**

*A titre de convention de preuve, les Parties conviennent que le présent accord est établi sur support électronique. A cet effet les Parties acceptent de conférer mandat à un tiers opérateur d'une plateforme en ligne aux fins de recueillir leur signature et de conserver le présent acte sur support électronique.*

**Alliance de la presse d'information générale,  
Marc FEUILLEE**

**Culture Presse,  
Jean-Michel DETCHART**

**Fédération nationale de la presse d'information spécialisée,  
Jean-Christophe RAVEAU**

**France Messagerie,  
Eric MATTON**

**MLP,  
José DA SILVA FERREIRA**

**Syndicat des éditeurs de la presse magazine,  
François CLAVERIE**

**Syndicat national des dépositaires de presse,  
Bruno AUSSANT**