



# Culture Presse

Union des commerçants des loisirs et de la presse

---

## **Fixation des conditions de rémunération des marchands de presse Contribution – septembre 2025**

---

Seule Organisation professionnelle représentant les intérêts des Marchands de presse au plan national, Culture Presse a vocation à fédérer l'ensemble des spécialistes indépendants. Forte de plus de 50 ans d'existence, de ses milliers d'adhérents et de ses représentants de terrain, elle est l'interlocuteur historique des pouvoirs publics et des acteurs de la filière, avec lesquels elle a contribué à construire le statut et l'économie de ces commerçants indépendants – maillon essentiel du lien social et de la diffusion de la presse partout en France. Sa représentativité est reconnue par l'interprofession et par les pouvoirs publics. En 2024, son statut d'Organisation professionnelle représentative a été consolidé par le ministère du travail.

Conformément aux dispositions de la loi n° 2019-1063 réformant la loi 47-585, dite loi Bichet, « l'Arcep fixe les conditions de rémunération des marchands de presse, après avoir recueilli l'avis des organisations professionnelles représentatives ». Cette mission s'inscrit pleinement dans les objectifs que la loi assigne à l'autorité de régulation. Elle soumet à présent à consultation publique un projet de décision fixant les conditions de rémunération des marchands spécialistes indépendants et des kiosquiers.

La présente contribution est rédigée par le Bureau de Culture Presse, au nom du Conseil d'administration de l'Organisation professionnelle et sur le fondement des consultations et échanges internes, conduits sur le sujet depuis 2023.

---

## AVANT-PROPOS

---

Notre organisation professionnelle représentative est **engagée sur le sujet de l'économie des points de vente depuis 1990. Elle a toujours considéré qu'il y avait là une réponse à la question de l'attractivité du métier** – parallèlement à la pratique professionnelle.

Au cours des ans, au gré de difficiles négociations, l'UNDP – devenue depuis Culture Presse – a réussi à faire abandonner une économie du système de distribution fondée sur la sous-rémunération des vendeurs au détail au profit d'un meilleur partage de la valeur. **Compte tenu des évolutions du marché global, des difficultés des commerçants de proximité et de la concurrence d'autres produits jugés plus attractifs au point de coloniser les surfaces d'exposition dont la presse a besoin, nous restons évidemment pleinement mobilisés sur un sujet pour lequel les marchands ont réaffirmé de fortes attentes.**

Le modèle de rémunération reste aujourd'hui **complexe à appréhender, parfois peu équitable** entre points de vente, et surtout **en-deçà des standards de la rémunération** des détaillants européens. Le mode de versement des compléments de rémunération nuit à la bonne appréhension de l'apport de cette activité aux yeux des marchands et constitue un décalage de perception de la marge.

### Contexte et cadre de cette contribution

Afin d'ouvrir ce dossier essentiel, l'Arcep avait lancé **une première consultation publique, de juin à septembre 2023, à laquelle notre Organisation professionnelle avait évidemment répondu.** Ayant ainsi recueilli les observations des acteurs du secteur sur le cadre existant et entendu leurs propositions, **l'Autorité de régulation s'est trouvée confortée sur la nécessité d'une revalorisation de la rémunération des marchands pour préserver l'attractivité du métier** et ainsi assurer la pérennité de la vente au numéro, dimension essentielle du modèle économique du secteur tout entier.

**En octobre 2024, l'Arcep a donc appelé les acteurs représentatifs de la filière à ouvrir une négociation** interprofessionnelle sur le sujet. L'Autorité de régulation avait alors fixé le cadre de ces discussions. Elle invitait en effet la profession à se concentrer sur deux segments du réseau, pour lesquels elle proposait « [d'] aboutir *à minima* à une augmentation de deux à quatre points du taux minimal de rémunération » : **les spécialistes indépendants et les kiosques.**

**Les marchands spécialistes indépendants** méritent amplement l'attention du régulateur, mais également de la filière. Exceptionnellement capillaires, **ils représentent un formidable accès à la culture et à l'information pour les citoyens.** À ce titre, ils sont le moyen privilégié d'assurer la **continuité territoriale** inscrite dans la loi, mais aussi la **diversité de l'offre.** Ils réalisent à eux seuls la **majorité des ventes** de publications (50%) comme de quotidiens (60%) et sont donc **structurants** pour toute la filière. Parallèlement à cela, ce sont des TPE du commerce qui restent fragiles. Confrontés à la baisse de leur activité identificatrice, ils sont tentés par une déspecialisation au profit d'autres activités commerciales supposées plus intéressantes.

**Notre organisation professionnelle représentative a évidemment participé activement à ces négociations pour les dispositions concernant les marchands de presse spécialistes indépendants**, pendant que les éditeurs menaient des discussions avec les trois syndicats de kiosquiers parisiens pour ce que concerne ce segment de points de vente.

Culture Presse tient à souligner dès ce préambule que **l'ensemble des discussions a pu s'appuyer sur le partage des datas** qu'elle appelait de ses vœux dans sa contribution de 2024. En effet, les SADP ont permis l'accès à des données sur l'activité détaillée de chacun des segments de points de vente et sur leur rémunération actuelle. **La CRDP – dont Culture Presse salue l'important travail de traitement – a analysé et monitoré toutes ces données**, répondant en transparence aux questions de la collectivité des parties associées à la discussion. **C'est sur cette base, et après avoir pu mesurer l'impact sur les marchands des hypothèses travaillées, que des dispositifs ont pu être imaginés.**

Nous avons ainsi avancé significativement avec les éditeurs de magazines, malgré un contexte économique compliqué, aboutissant à **un accord dont l'Arcep s'est largement inspirée pour bâtir son projet de décision**. Soucieux de **préserver la présence dans les territoires ruraux**, mais aussi de **cibler prioritairement les avancées sur les points de vente les plus tentés par la déspecialisation**, cet accord permet également de **valoriser la spécialisation avec un volet formation**.

**La négociation menée parallèlement avec les éditeurs de quotidiens n'a pas abouti, même si un socle de principes de base a pu être partagé** ; principes que l'on retrouve dans les propositions de l'Arcep. Il n'en demeure pas moins que Culture Presse considère que le compte n'y est pas.

---

## RÉPONSES AUX QUESTIONS DE L'APPEL À CONTRIBUTION

---

L'Arcep ayant structuré son appel à contribution autour de chapitres et de questions, Culture Presse répondra à chacune de ces questions successivement, adoptant le même déroulé que l'autorité de régulation.

\*\*\*\*\*

### 4. Évolutions de la rémunération des marchands de presse

---

Question 1. Que pensez-vous de l'introduction d'un tel taux plancher pour la rémunération des marchands spécialistes pour la vente de quotidiens ? Le cas échéant, quelles alternatives pourraient être envisagées afin de revaloriser les marchands spécialistes dont le taux de rémunération pour la vente de quotidiens serait de 16 %, après prise en compte des évolutions précitées ?

**L'Arcep propose d'introduire un taux plancher pour la vente des quotidiens, à 17%.** Une proposition qui se fonde **sur le constat que les négociations interprofessionnelles entre Culture Presse et l'APIG – représentant les quotidiens – n'ont pu totalement aboutir.** Un échec relatif que nous regrettons, malgré des propositions adressées à l'APIG jusqu'au dernier moment, et sur lesquelles nous reviendrons dans la réponse à la question suivante.

**Sur le fond de la proposition de l'Arcep, nous comprenons ses motivations.** Le régulateur envisage en effet de s'assurer qu'aucun spécialiste indépendant ne puisse se retrouver en-deçà de 17% de commission pour la vente des quotidiens. **Il y a là un objectif de consolidation de la présence de la presse d'information dans tous les territoires,** au plus près des citoyens, que nous ne pouvons que partager. **De même que la volonté de resserrer les écarts de rémunération entre spécialistes.**

Néanmoins, nous n'avons pas pu mesurer l'impact global de cette mesure. Intuitivement, il nous semble que **celui-ci pourrait être très modeste,** pour les éditeurs de quotidiens – **et en tout cas en-deçà des objectifs recherchés.**

Nous soulignons que la rémunération moyenne des spécialistes indépendants pour la vente de quotidiens est aujourd'hui de 17,7%, et qu'elle devrait être portée à environ 18,6% après les mesures envisagées, avec une dispersion faible autour de cette moyenne. Il nous apparaît donc que **le seuil de 17% devrait se révéler trop bas pour avoir un effet significatif.** Nous proposons donc que **le taux plancher soit fixé à 18% au moins.**

Question 2. Que pensez-vous des mesures de revalorisations de la rémunération des marchands spécialistes pour la vente de publications périodiques non quotidiennes et quotidiennes dans le présent projet de décision ?

#### **Les publications :**

**Sur les publications, tout d'abord, notre Organisation professionnelle tient à saluer la qualité des échanges qui ont permis d'aboutir à un consensus avec les syndicats d'éditeurs** – FNPS et SEPM. Dans un contexte complexe, et dans un cadre temporel contraint, nous avons pu partager des constats, bâtir des propositions et en mesurer l'impact. L'Arcep, quant à elle, a su s'appuyer sur cette négociation et sur les consensus dégagés.

**Dès lors, Culture Presse est évidemment favorable aux mesures proposées, qui s'inspirent largement de nos négociations.** Nous tenons à souligner qu'au-delà du détail des mesures, de l'impact global, ou de la ventilation des augmentations entre critères, **l'ensemble est cohérent. Les mesures font sens.** Nous nous sommes attachés, tout au long des discussions à inscrire cette modification des rémunérations dans les objectifs partagés avec l'Arcep, mais aussi à cibler le plus efficacement possible les efforts consentis par les éditeurs.

**On aura ainsi souhaité répondre mieux encore aux objectifs de la loi Bichet, et singulièrement aux attentes du lecteur-citoyen.** L'occasion de consolider le rôle essentiel du marchand de presse spécialiste indépendant comme acteur du premier réseau culturel de proximité. Le constat partagé de **l'apport particulier des magasins les plus spécialisés implantés dans les bourgs-centres** – et de leur absence initiale dans le dispositif de « géocommercialité » nous aura en effet conduits à rectifier cette erreur initiale. Ainsi, les zones blanches seront-elles couvertes.

**Sur l'échelle de rémunération liée à l'exposition,** les acteurs de la négociation ont redéfini les bornes des tranches de linéaire presse, pour les rapprocher des réalités de la distribution actuelle. **Il a ensuite été procédé à un ciblage sur les linéaires les plus concernés par un risque de déspecialisation.**

**Enfin, un nouveau critère a été proposé autour de la professionnalisation du réseau,** au travers d'une rémunération d'un point pour tout marchand spécialiste qui suivra une formation professionnelle sur une thématique presse. Une obligation raisonnable, une fois tous les trois

ans, pour une journée seulement – le cas échéant en distanciel – et un levier fort pour renforcer l’attachement du marchand à l’activité presse comme pour améliorer son efficacité.

**Au final, le dispositif est donc très cohérent**, et bien **ciblé** pour plus d’efficacité. Il est **inclusif**, puisqu’il permet à tout marchand de profiter d’une augmentation au travers de sa décision de se former, mais aussi grâce à l’ouverture de la géocommercialité. Et **les écarts se réduisent** entre marchands. **L’impact global pour les éditeurs se situe dans la fourchette établie par l’Arcep** pour constituer un effort **proportionné et raisonnable**. Pour les marchands spécialistes indépendants, il s’agit de faire progresser significativement la rémunération moyenne – de quelque 10% pour s’établir à 22% de commission nette. C’est donc tout à fait **significatif**.

### Les Quotidiens :

Bien que la négociation n’ait pas totalement abouti sur ce sujet, **nous pouvons saluer le socle des mesures proposées, issu des échanges entre acteurs représentatifs**.

**La proposition se fonde en effet sur les bases de la négociation interprofessionnelle**, en élargissant la « géocommercialité » aux marchands hors zones urbaines de plus de 50 000 habitants – sur le modèle de ce qui a été discuté avec les magazines. Nous nous en félicitons, car **cette mesure contribue à l’accessibilité et à la continuité territoriale comme temporelle de la distribution de la presse**. Nous avons relevé avec intérêt que l’Arcep n’a pas conditionné l’extension de cette mesure à une ouverture 7 jours sur 7, ce qui nous convient parfaitement.

Elle reprend également la proposition issue des discussions entre l’APIG et Culture Presse, d’**une extension du label quotidien** – assortie d’une revalorisation du taux de ce label.

Néanmoins, **ces deux mesures prises ensemble** représentent une majoration du coût supporté par les éditeurs de quotidiens d’**un point de rémunération pour les marchands spécialistes**. C’est **très insuffisant au regard de l’ambition affichée** d’une « augmentation à minima de 2 à 4 points ».

**C’est du reste sur ce point que portaient les dernières négociations**. L’APIG avait proposé une rémunération à la performance, elle-même insatisfaisante sur le principe et ne représentant que 0,3 point de progression – non reprise dans le projet de décision. Nous avons formulé de notre côté des solutions alternatives à l’APIG, sans qu’un consensus soit trouvé sur l’amélioration du dispositif « socle ».

On rappellera utilement que notre insatisfaction repose sur deux points essentiels :

- La vente des quotidiens nationaux constitue **la première source des contraintes pesant sur le marchand**. Elle explique le **taux exceptionnel d’ouverture dominicale** des points de vente presse en France (70% du réseau) à comparer à la situation de nos voisins européens. Elle **induit la contrainte d’une amplitude horaire exceptionnelle**. Rien d’autre ne saurait justifier l’ouverture entre 6 heures et 6 heures 30, qui constitue la norme pour les spécialistes indépendants.
- D’autre part, il est clair que, même sans parler de ces contraintes spécifiques aux quotidiens, **ceux-ci contribuent moins que les magazines à l’amélioration de la rémunération des spécialistes indépendants dans le dispositif actuel**. Alors que les magazines s’apprêtent fort légitimement à augmenter leur effort de deux points, les quotidiens pourraient encore creuser l’écart – et c’est dommageable.

L'Arcep, de son côté, propose d'ajouter à ce dispositif « socle » **une mesure pour améliorer le dispositif, là où la discussion interprofessionnelle s'était arrêtée.**

**Partageant les objectifs qui ont inspiré ce projet d'instaurer un « taux plancher » sur la vente des quotidiens, nous y sommes favorables, en proposant d'en fixer le taux à 18%.**

Cette intéressante mesure de « taux plancher » **ne peut répondre qu'imparfaitement à l'objectif de consolidation recherché.** Elle est toutefois **compatible avec les mesures complémentaires que nous proposons.** Ces hypothèses sont cohérentes et elles font sens. Tout particulièrement la proposition fondée sur la professionnalisation du réseau via la formation. **Nous persistons à proposer qu'elles soient adoptées dans la décision finale de l'Arcep** et nous les avons annexées à cette contribution.

## **5 Consolidation et clarification de l'ensemble des règles relatives à la rémunération des marchands de presse**

---

Question 3. Que pensez-vous des critères d'éligibilité des catégories de points de vente mentionnés ci-dessus ? En particulier, vous semblent-ils correspondre aux caractéristiques de tous les marchands relevant aujourd'hui de ces catégories ?

L'Arcep a repris la définition des différents segments du réseau de vente bénéficiant ou non de compléments de rémunération, afin de s'assurer de la précision de sa décision – et partant, de son applicabilité. Dans le détail :

La définition du **kiosque** est plus précise que celle qui a été formulée dans les textes antérieurs, édictés par le CSMP. À nos yeux, et en se fondant notamment sur la connaissance que nous pouvons avoir des kiosques de Province, cette définition apparaît cohérente.

Concernant les **concessions** nous souscrivons à la formulation retenue. Elle a le mérite d'être simple et de coller à la réalité. On notera au passage, pour s'en féliciter, l'abandon de l'adjectif « globale » qui apparaît dans certains textes. Sont ainsi inclus dans cette catégorie, les points de vente qui répondent aux mêmes caractéristiques, dans le même environnement, qu'ils soient exploités dans le cadre d'une multiplicité de points de vente ou non.

**Les rayons intégrés**, supermarchés comme hypermarchés, sont ici qualifiés en fonction de critères d'identification reconnus par ailleurs. Cela nous semble également cohérent.

Bien que non reprises dans la consultation proprement dite, les **supérettes des grandes villes** sont bien présentes dans le projet de décision. Nous n'avons pas de commentaire sur ce sujet, et la définition de ce segment est conforme au texte de la décision qui l'a institué. En revanche, il semble que ce segment reste anecdotique et qu'une étude d'impact se justifierait.

Concernant les indépendants, l'adoption de la terminologie « **non-spécialistes** » nous apparaît satisfaisante, et elle permet de se rattacher sans débat aux données analysées et publiées par la CRDP. C'est cohérent.

Concernant les **points de vente supplétifs**, et tout particulièrement les anciens PVC, requalifiés ici en points de vente « de capillarité », il nous semble que la définition proposée correspond à la fois à l'objectif recherché dans la création de ces points de vente et à leur réalité. Une offre réduite, une contrainte allégée, correspondant à une commission fixée à 10%, sans compléments, sinon le label quotidien, le cas échéant.



Nous nous interrogeons toutefois sur le critère qui prévoit que ces lieux de vente ne réalisent pas plus de 10% de leur chiffre d'affaires avec la presse. S'il est évident que la presse ne constitue qu'une activité annexe, voire marginale, pour ces commerces il nous apparaît que ce critère sera très difficile à vérifier, car rien n'oblige le commerçant à donner accès à ses comptes détaillés. Au final, si nous comprenons l'esprit du texte, il nous semble que le seul critère autour de l'acceptation d'une offre limitée devrait suffire à identifier ces lieux de vente supplétifs.

Cette partie sur les critères d'éligibilité ne mentionne pas **les spécialistes indépendants** (ni par extension ceux qui caractérisent les enseignes culturelles), qu'on retrouve évidemment dans le texte de la décision elle-même. **Nous relevons que les critères d'origine permettant d'identifier le spécialiste ne changent pas.** C'est du reste ce qui ressortait des négociations interprofessionnelles et nous avons nous-même milité pour que les minima de linéaire, notamment, demeurent inchangés.

Il peut toutefois s'avérer intéressant de revenir sur les propositions d'évolution à la marge, qui avaient été discutées au cours des négociations. **Ainsi avons-nous inscrit un critère de formation initiale des marchands spécialistes**, dans la droite ligne du souci partagé par tous de faire évoluer la professionnalisation du réseau. Ce critère a été écarté expressément par l'Arcep et nous le regrettons. D'abord parce que cette obligation nouvelle est fort justement incluse dans le contrat dépositaire-diffuseur, qui sera signé par tout nouveau marchand. C'est du reste à ceux-ci que s'adressait ce critère. Peut-être aurions-nous dû être plus précis dans notre formulation sur ce point... En tout état de cause, et à l'exception des marchands déjà en activité (non concernés) Culture Presse insiste pour que cette première étape de la formation professionnelle, suivie au cours des 36 derniers mois, soit bien considérée par les SDAP comme validant le critère et donnant lieu au versement des compléments de rémunération dès la mise en place du dispositif.

**L'Arcep n'a pas retenu l'acceptation des nouveautés**, souhaitée par les éditeurs, comme un critère identifiant le spécialiste. Si nous partageons leur conviction qu'un spécialiste ne refuse pas par principe – et d'avance – de recevoir les nouveautés qui renouvellent l'offre, nous comprenons les inquiétudes de l'Arcep de voir détournée cette obligation. Nous avons nous-même insisté pour que cette acceptation ne remette pas en cause la possibilité pour chaque marchand à agir sur son offre conformément aux dispositions de la loi, fonction de la nature de chaque parution. Mais cette question pourrait tout simplement relever de la pédagogie que les acteurs de la profession doivent déployer vers les marchands – et Culture Presse ne manque jamais de souligner que les marchands spécialistes indépendants sont les moins susceptibles de se fourvoyer dans une action malthusienne, contraire à leurs intérêts.

Question 4. Que pensez-vous de la précision selon laquelle, pour être considéré comme ouvert sept jours sur sept, la durée d'ouverture quotidienne minimale (du lundi au dimanche) d'un marchand de presse soit fixée à 4 heures et 30 minutes par jour ? Le cas échéant, quel ajustement à cette durée minimale quotidienne d'ouverture proposeriez-vous ?

**Le principe même consistant à fixer un cadre pour valider un critère d'ouverture ne fait pas débat chez Culture Presse.** C'est du bon sens. Tout juste pourrait-on objecter qu'aucun marchand indépendant spécialiste n'ouvrirait son point de vente un court moment pour le seul bénéfice de la rémunération, en tordant à ce point les réalités. Du reste, la question réelle derrière ce débat est celle de **l'ouverture du dimanche**.

**Nous tenons également à rappeler que les conditions d'accès au statut de spécialiste prévoient déjà le respect d'une large amplitude horaire**, avec des horaires d'ouverture, de fermeture, de continuité ou d'amplitude hebdomadaire. Tout ceci sert déjà très largement de garde-fou. **Toutes ces contraintes ont, du reste, été pensées spécifiquement au profit des quotidiens.**

Ceci posé, et après avoir affirmé que nous pourrions accepter cette précision, **on peut se demander si le cadre proposé est réellement adapté.** De fait, et sans vouloir donner l'impression d'ergoter, notre propre observation des réalités du terrain nous conduit à proposer un léger aménagement.

**Ainsi, il nous apparaît clairement que 4 heures d'ouverture suffiraient largement.** Ainsi, en quatre heures, de 8 heures à midi ou de 9 heures à 13 heures, **les marchands de presse répondent déjà parfaitement aux besoins de leur clientèle.** Nous avons aussi pu observer que le dimanche, **les éditions du week-end sont livrées plus tardivement** que l'édition de la semaine. Elles sont également achetées plus tard, car la dynamique de lecture est organisée autour du temps long, sans contrainte liée aux horaires de travail.

D'autre part, il ne faut pas oublier que **lorsque le marchand mobilise un salarié pour le suppléer ou compléter l'effectif à la vente, il le fera sur une demi-journée de travail de 4 heures.** Aussi insistons-nous pour que soit retenu cette durée.

**Pour en finir sur le sujet de l'amplitude horaire, nous soulignons que nous avons nous-même alerté les quotidiens sur la difficulté rencontrée à ouvrir 7 jours sur 7 pour certains points de vente – indépendamment de leur propre volonté.**

Il s'agit de marchands implantés dans certaines galeries marchandes ou centres commerciaux, sans accès extérieur, ou implantés plus généralement dans des zones où l'ouverture est impossible le dimanche (y compris un point de vente situé à l'intérieur du parlement européen à Strasbourg, par exemple). Or, nulle dérogation n'est accordée à ces points de vente, souvent significatifs, qui ne peuvent prétendre au label quotidien. **Nous persistons à affirmer que cette mesure d'équité mériterait d'être prise en compte.** Contrairement à ce qui nous est parfois opposé, il serait facile de recenser ces points de vente en s'appuyant sur les dépositaires.

Question 5. Que pensez-vous des modalités de détermination du chiffre d'affaires TTC annuel dont dépendent les taux de majoration liés au chiffre d'affaires de chaque point de vente en métropole, d'une part, et en outre-mer, d'autre part ?

**Les modalités de détermination du chiffre d'affaires annuel du marchand spécialiste telles qu'elles sont rappelées par l'Arcep dans le document soumis à contribution correspondent bien à la pratique actuelle.** Il s'agit en effet de mesurer le volume d'affaires prix fort de chaque marchand sur les deux derniers semestres écoulés, afin de déterminer la tranche et donc le taux et le montant qui lui est dû à ce titre. **Une logique « glissante » sur les derniers semestres apparaît donc comme une méthode permettant de respecter un versement semestriel au profit du marchand.** La même logique, et les mêmes modalités de détermination de chiffre d'affaires fonctionnent aujourd'hui autant pour le volume d'affaires des magazines que pour le label quotidien.

Naturellement, il arrive que certains acteurs de la profession puissent s'interroger sur cette appréciation annuelle du volume d'affaires, alors que le versement des compléments obéit à une périodicité semestrielle. **Il est donc arrivé que certains émettent l'idée de retenir des tranches semestrielles de volume d'affaires, en lieu et place d'un calcul annuel.** Cette hypothèse a toutefois déjà été adressée, pour être rejetée. D'une part parce que les variations



saisonnnières auraient conduit à retenir des tranches de chiffre d'affaires différentes pour chaque semestre. D'autre part, parce que les ventes sont mesurées selon la formule fournis-invendus dans les systèmes d'information. Il y a là des effets de bord, selon les dates de livraison et de relève des titres en fin de semestre. Ainsi, plus la période est longue, plus la mesure est juste.

**Culture Presse est favorable à un alignement des modalités de détermination du chiffre d'affaires des spécialistes implantés dans les DROM sur celles qui sont appliquées en métropole.** Cette mesure aurait le mérite d'harmoniser les dispositifs.

Question 6. Que pensez-vous de la description des modalités de paiement différé des majorations liées au chiffre d'affaires et au label quotidien ?

Cette question est liée à la précédente. Après la détermination des tranches de volume d'affaires prix fort, consolidé toutes SADP, sur une base annuelle, un taux est appliqué au volume d'affaires pour le dernier semestre, de chaque marchand bénéficiant du complément de rémunération.

Cette détermination étant forcément réalisée à posteriori, nous comprenons qu'il soit envisagé de verser cette partie de la rémunération en différé, après que le semestre de référence se soit écoulé.

Se posent alors deux questions essentielles. La première porte sur **le délai nécessaire pour consolider les données – et donc verser ce complément de rémunération – une fois le semestre écoulé.** Aux yeux de Culture Presse, et surtout des marchands eux-mêmes – quatre mois semblent trop longs et **nous estimons qu'un trimestre devrait largement suffire,** compte tenu des moyens modernes de traitement de la donnée, mais aussi de l'intervention d'un tiers de confiance (la CRDP) qui doit faciliter le recueil d'informations et leur consolidation.

On notera par ailleurs que la plupart des bilans des marchands spécialistes indépendants sont clôturés sur trois dates : 31 mars, 30 septembre ou 31 décembre. Ainsi, l'adoption d'un délai de 3 mois maximum après le semestre de l'année civile permettrait de coller aux réalités comptables et fiscales de la grande majorité des marchands.

Question 7. Que pensez-vous des propositions d'explicitations formulées dans le cadre de la consolidation des conditions de rémunération issues des règles édictées par le CSMP ?

Toutes les précisions sont bonnes à prendre, afin d'éviter le flou ou le besoin d'interprétation. Nous n'avons donc pas de commentaire particulier à produire sur le fond.

## 6 Délais d'entrée en vigueur

---

Question 8. Les décisions du CSMP consolidées en annexe prévoient des mesures spécifiques applicables aux marchands de presse installés en outre-mer. Que pensez-vous de ces mesures et des catégories de points de vente existants sur ces territoires, par rapport à ce qui est applicable en métropole ? En particulier, lesquelles vous semblent toujours pertinentes et lesquelles mériteraient d'être harmonisées avec les règles applicables en métropole ? Le cas échéant, veuillez en préciser les raisons.

En 2014, les marchands spécialistes implantés dans les DROM ont été enfin inclus dans les dispositifs instaurant des compléments de rémunération. **Cette extension légitime, portée à l'époque par notre organisation professionnelle, s'est faite en tenant compte des spécificités de ces territoires** couverts par la loi Bichet.

Néanmoins, nous estimons qu'aucune cause extérieure à leur propre degré de spécialisation ne devrait conduire à une discrimination à l'encontre des spécialistes indépendants au motif qu'ils exploitent leur affaire dans les DROM et non en métropole.

Au final, nous estimons donc que **tous les dispositifs de la rémunération devraient s'appliquer indifféremment à tous les spécialistes**. Les mêmes tranches et les mêmes taux peuvent s'appliquer à tous pour ce qui concerne le volume d'affaires, le linéaire et la rémunération. La même logique s'entend à nos yeux pour le label quotidien.

Question 9. Quel est l'état des négociations entre les éditeurs de presse et les kiosquiers ? Le cas échéant, quelles actions pourraient être envisagées en vue d'aboutir à une proposition d'accord ? Plus généralement, quelles mesures devraient selon vous être retenues s'agissant des conditions de rémunération des kiosquiers ? Le cas échéant, veuillez en préciser les raisons.

**Compte tenu des spécificités parisiennes – et plus généralement franciliennes – les éditeurs se sont d'abord adressés aux trois syndicats qui se partagent la représentation des kiosquiers parisiens. Culture Presse, reconnaissant cette singularité, a convenu que cette solution se comprenait.**

Nous sommes naturellement **restés très attentifs aux propositions** des éditeurs et à l'évolution des échanges concernant les kiosques. Nous sommes en effet très vigilants quant à ces discussions, portés par nos adhérents kiosquiers, concernés au premier chef. Car en effet, **au-delà de la singularité parisienne, il convient en de ne pas oublier que la moitié des kiosques sont exploités en dehors de Paris et de la petite couronne. Lyon, Marseille, Toulouse, Nice, Cannes, Lille... les kiosques sont partout en Province.** Et ces kiosquiers réalisent ensemble un chiffre d'affaires équivalent à celui de leurs confrères parisiens.

**Parmi ces kiosquiers de Province, nous comptons de nombreux adhérents, et même des présidents de délégation locales ou des délégués. Ils sont très proches des marchands en boutique par leur exploitation et la structure de leurs ventes, contrairement à nombre de kiosques parisiens, et ils espèrent bénéficier eux aussi de l'amélioration de l'attractivité de leur métier que prévoit l'Arcep.**

**Selon nos informations, les négociations sont au point mort.** Les syndicats de kiosquiers parisiens ont établi leur base de discussion sur une augmentation universelle non-ciblée, de 4 points de rémunération, refusée par les éditeurs.

Nous restons particulièrement vigilants à la situation des kiosques de Province, dont les attentes en matière d'évolution de la rémunération rejoignent celles de leurs confrères spécialistes. Il va de soi que les discussions avec les kiosques franciliens doivent continuer avec les trois syndicats de kiosquiers de la Capitale, sans que cela ne retarde la prise de décision urgente de l'Arcep. Culture Presse ne souhaite pas gêner leur action syndicale

Question 10. Merci de faire part à l'Arcep de toute autre observation relative au présent projet de décision, et en particulier son annexe.

Culture presse n'a pas de commentaires supplémentaires, mais notre conclusion générale revient sur tous les aspects qui le méritent, à nos yeux.

---

## Conclusion générale

---

Culture Presse salue l'initiative de l'Arcep et considère son aboutissement comme une étape essentielle pour la consolidation du réseau stratégique des marchands de presse indépendants spécialistes – et pour la restauration de l'attractivité de leur métier.

Elle relève la qualité des échanges que le régulateur avait provoqués, entre acteurs de la profession, ainsi que le partage des datas qui a permis d'éclairer les travaux. Si aucun accord n'est jamais totalement satisfaisant, nous soulignons l'équilibre et la cohérence des dispositions issues des échanges avec les éditeurs de magazines et nous nous félicitons de les voir largement reprises par l'Arcep dans son projet soumis à contribution.

Nous regrettons que les discussions avec les éditeurs de quotidiens n'aient pu être totalement conclusives, et qu'au-delà d'un socle qui faisait consensus, un accord satisfaisant n'ait pu être conclu. Nous persistons à penser que des solutions alternatives sont possibles.

La proposition de l'Arcep visant à instaurer un taux plancher de commission sur la vente des quotidiens répond à des objectifs que nous partageons. Il nous apparaît toutefois que ce taux plancher, s'il est définitivement retenu, pourrait être fixé à 18% au moins, pour rester cohérent avec la structure des taux de commission des marchands après prise en compte des mesures nouvelles.

Au rang des points sur lesquels nous avons émis des commentaires et des suggestions dans la présente contribution, on ajoutera une durée d'ouverture quotidienne minimum de 4 heures pour l'obtention du label quotidiens avec un traitement particulier des points de vente qui ne peuvent ouvrir sept jours sur sept pour des raisons indépendantes de leur volonté.

Bien que le texte de la décision puisse apparaître long, c'est la rançon de la précision et nous soulignons que le dispositif y gagne en simplification, par l'harmonisation des grilles et la fusion de l'ensemble des décisions antérieures.

De ce point de vue, nous notons avec satisfaction que le dispositif mis en place par la décision 2013-03 pour déterminer la commission des marchands en cas de baisse promotionnelle des prix sera maintenu et consolidé. De même que la décision de l'Arcep, instaurant un mécanisme automatique d'actualisation des chiffres d'affaires, que nous avions espérée et saluée en son temps.

Nous relevons avec satisfaction l'évolution des conditions de perception de la rémunération qui est inscrite dans le projet de décision, le principe de « l'individualisation des taux » ayant été retenu par l'Arcep. À la clé, une accélération de la perception de sa marge par le marchand de presse spécialiste, mais aussi une meilleure appréciation du taux de sa commission.

Seuls les volumes d'affaires, nécessairement constatés au terme de la période de référence, donneraient alors lieu à paiement différé, au semestre. Nous estimons toutefois que le délai de versement doit être fixé à 3 mois maximum.

Nous saluons la portée de la décision soumise à contribution, la commission moyenne du spécialiste indépendant sur la vente des magazines progressant de 10%, pour s'établir désormais à 22%.

La décision, en l'état, est moins satisfaisante sur la vente des quotidiens. Elle aboutit à une progression de 5,6% de la rémunération moyenne sur ces titres. Un taux qui ne devrait évoluer que marginalement sous l'effet du taux plancher. C'est dans cet esprit, et avec l'objectif d'harmoniser l'impact pour les magazines et les quotidiens de l'investissement indispensable dans le réseau spécialiste que nous avons formulé des propositions alternatives cohérentes et faisant sens, autour de 1,7 million d'apport par les quotidiens, soit 10% de progression.

Nous voulons aussi insister sur l'urgence de la restauration de l'attractivité du métier pour les marchands de presse via la publication rapide d'une décision de l'Arcep, d'ici la fin de l'année 2025. Culture Presse a donc apprécié positivement que le projet de décision de l'Arcep pourra être pris sans attendre la conclusion de la discussion entre les éditeurs et les syndicats de kiosquiers parisiens, qui doit se poursuivre, même si nous restons vigilants sur la situation particulière des kiosques de Province.

La date de mise en œuvre de cette décision urgente constitue également un sujet d'attention pour notre organisation professionnelle. D'évidence, un changement ne peut se concevoir qu'au rythme des périodes de consolidation des volumes d'affaires. En l'occurrence, donc, à la fin d'un semestre de l'année civile. Nous réaffirmons ici notre volonté que le nouveau dispositif – et les améliorations en faveur des spécialistes indépendants – soit applicable dès le 1<sup>er</sup> janvier 2026.

Nous sommes également attentifs à préserver la trésorerie des dépositaires. L'individualisation des taux pourrait créer un déséquilibre insurmontable pour ces interlocuteurs essentiels des marchands, si leur propre facturation n'est pas modifiée parallèlement par les SADP. Avec le risque réel que cette individualisation des taux se révèle inapplicable sur le terrain. Nous appelons donc les SADP à adresser ce sujet avant la mise en œuvre effective de la mesure. Un sujet sur lequel nous attirons l'attention de l'Arcep.

Les SADP ont déjà fait savoir que les développements nécessaires à une mise en œuvre intégrale du dispositif dans les systèmes d'information ne seront pas prêts au 1<sup>er</sup> janvier prochain. Tout particulièrement pour ce qui concerne l'individualisation des taux. Nous insistons donc pour que l'Arcep prévoie expressément une rétroactivité de toutes les mesures qui ne pourraient être effectives au 1<sup>er</sup> janvier.

L'horizon de l'été 2026 a été évoqué par les SADP, pour une intégration complète dans le système d'information. Nous attirons l'attention de l'Arcep sur l'importance que ces travaux aboutissent rapidement, et en tout état de cause pour que ce délai ne se prolonge pas excessivement. De ce point de vue, nous proposons qu'une date d'échéance pour ces travaux soit intégrée dans la décision finale.

---

## Annexe : propositions alternatives pour revaloriser la commission sur les ventes des quotidiens nationaux

---

L'APIG et Culture Presse ont mené des négociations visant à revaloriser la rémunération des marchands de presse spécialistes sur les ventes des quotidiens nationaux, à l'instigation de l'Arcep. Ces discussions ont permis de dégager un consensus sur un « socle » de mesures – dont l'Arcep s'est inspirée pour bâtir son projet de décision. Prises ensemble, les mesures envisagées ne permettent de faire progresser la commission du réseau spécialiste que de 1 point, soit la moitié de l'objectif cible. La mesure de fixation d'un taux plancher, proposée par l'Arcep, pour intéressante qu'elle soit, ne suffira pas à modifier sensiblement le différentiel avec les magazines, qui ont respecté l'objectif de 2 points.

Culture Presse a formulé deux propositions qui permettent de s'approcher de l'objectif fixé par l'Arcep, et qui font sens.

### Rappel du dispositif « socle » repris par l'Arcep dans son projet de décision :

---

1. **Une mesure sur le soutien des commerces en ruralité** – sur le modèle de ce qui a été imaginé pour les magazines au travers d'un soutien accru aux marchands indépendants spécialistes situés dans les zones jusque-là sans géocommercialité.
  - Cette disposition valorisée initialement à 200 K€ (soit un point pour le public concerné) est donc intégrée dans chacune de nos propositions alternatives.
  - On notera par ailleurs que l'Arcep a aligné la disposition sur celle applicable aux magazines, permettant ainsi une simplification de la lecture et de l'application du dispositif. Ainsi, ne seraient pas ciblés les points de vente ouverts 7/7. L'abandon de cette restriction est valorisé à 64 K€.
2. **Le principe d'une extension du label quotidien au travers d'une baisse du plancher de VMF à atteindre pour y prétendre à 10 K€ TTC annuels, avec un passage de 1% à 2% de rémunération sur ce critère.**
  - Valorisation de cette mesure : 720 K€
  - Culture Presse souhaiterait que ce label puisse être étendu aux magasins atteignant ce chiffre d'affaires mais ne pouvant pas ouvrir 7/7 pour des raisons extérieures à leur volonté, et qu'il serait facile de recenser.
3. **Un taux plancher à 17% pour les plus modestes.** Impact de la mesure : non chiffré (mais très certainement marginal, compte tenu des volumes moyens d'affaire). Un taux plancher de 18% serait plus cohérent sachant que la moyenne actuelle est déjà de 17,7%.

### Proposition additionnelle de l'APIG, non intégrée par l'Arcep

---

Elle est issue des dernières négociations entre l'APIG et Culture Presse, et n'avait pas fait consensus, parce que son impact a été jugé insuffisant par Culture Presse, d'une part, et parce qu'elle suscitait des questions de principe. Elle n'est pas intégrée dans le projet de décision de l'Arcep.

Il s'agissait d'une proposition de rémunération « à la performance ». En l'occurrence, il s'agissait de verser un complément de rémunération a posteriori aux marchands spécialistes indépendants qui auraient connu une évolution de VMF supérieure à la moyenne, lors de la période de référence retenue (le semestre).

- On notera que ce dispositif aurait pu bénéficier à un marchand dont l'activité a baissé, dès lors qu'il reste au-dessus de la tendance – profitant ainsi, statistiquement à la moitié des spécialistes, tous niveaux d'activité confondus.
- Cette proposition soulevait quelques questions pratiques (comme l'indice de référence par exemple), pour ne pas dire des réticences sur certains aspects. Elle aurait pu toutefois être intégrée dans le dispositif final, comme un aspect parmi d'autres.
- Concrètement, il s'agissait de consacrer ½ point aux points de vente qui réalisent une performance meilleure que la tendance du marché en valeur, sur la vente des quotidiens, pour un impact estimé de 307 K€.
- Cela ne permettait pas d'atteindre en tout état de cause l'objectif d'une progression de la rémunération moyenne de 10 % - homogène avec l'évolution obtenue des magazines. On relèvera toutefois que cette proposition est mieux-disante que celle de taux plancher.

## Notre proposition alternative autour de l'attractivité du métier

C'est clairement la proposition alternative qui avait notre préférence. Elle permet d'homogénéiser l'effort nouveau des quotidiens et des magazines, autour de 10% de progression dans les compléments de rémunération. Dans le détail, cette proposition était construite de la manière suivante :

1. **Repris par l'Arcep : Soutien aux marchands en zones rurales** ou zones « blanches » par l'ajout d'un critère « géocommercial » d'implantation dans des unités urbaines en-deçà de 50 000 habitants ou hors unités urbaines.
  - Le tableau récapitulatif ci-après reprend l'extension à tous de ce critère, qui concerne donc 8 880 marchands (au lieu de 2 105) et augmente légèrement l'impact : 264 K€ au lieu de 201 K€.
2. **Repris par l'Arcep : Extension du label quotidiens**, au travers de la baisse du seuil de VAF annuelle à 10 K€ et augmentation du taux à 2%.
  - Afin de **créer de la progressivité**, et de rester dans une enveloppe globale conforme à nos attentes, nous avons ici créé **deux taux**. De 1 à 2,5 points pour les anciens bénéficiaires (plus de 15 K€) – et de 0 à 1,5 points pour les nouveaux bénéficiaires.
3. **Proposition visant à atteindre le taux cible** : Instauration d'un complément à la rémunération de base, autour de la **formation continue** des marchands spécialistes indépendants.
  - Nous estimons que la professionnalisation du réseau est **un enjeu qui concerne toute la profession**. Elle permet aussi de resserrer le lien entre le marchand et le produit presse par une meilleure compréhension des enjeux – au-delà même de l'amélioration de la technicité et la découverte de bonnes pratiques. Toutes choses qui concernent aussi les quotidiens. Nous y avons vu également un parallèle avec le dispositif des magazines.
  - Cette proposition alternative visait à remplacer complètement la proposition de l'APIG d'instaurer un mécanisme « à la performance ».
  - Nous avons proposé de retenir ½ point pour les quotidiens, afin de rester dans une enveloppe cohérente, avec un impact maximum de 534 K€.

### Proposition #1 : attractivité

Mesure	Détail	Nombre de points de vente	VMF	Taux du complément	Impact en € (arrondi)
<b>Soutien à la ruralité</b>	Tous les spécialistes	8 880	26 400 000	1 point	264 000
<b>Label quotidien</b>	7j/7 VMF annuelle > 10K€	1 052	12 931 000	1,5 points	194 000
<b>Label quotidien</b>	7j/7 VMF annuelle > 15K€	1 678	46 426 700	2,5 points	696 400
<b>Formation</b>	Marchands volontaires	8 880	106 935 000	½ point	534 000
			Global	1,68 points	1 688 000



## Une deuxième proposition alternative, moins intéressante à nos yeux.

Cette deuxième option présentée à l'APIG visait à atteindre elle aussi un impact autour de 1,7 points, inférieure certes à l'objectif de 2 à 4 points mais permettant d'obtenir 10% de progression de l'effort ante. Elle a été **bâtie pour intégrer la dernière proposition de l'APIG instaurant un critère de performance**, si toutefois notre interlocuteur dans cette négociation devait tenir à le maintenir malgré les atouts, à nos yeux, de notre première proposition. Elle est articulée comme suit :

1. **Repris par l'Arcep : Soutien aux marchands en zones rurales** ou zones « blanches » par l'ajout d'un critère « géocommercial » d'implantation dans des unités urbaines en-deçà de 50 000 habitants ou hors unités urbaines.
  - Le tableau récapitulatif ci-après reprend l'extension à tous de ce critère, qui concerne donc 8 880 marchands (au lieu de 2 105) et augmente légèrement l'impact : 264 K€ au lieu de 201 K€.
2. **Repris par l'Arcep : Extension du label quotidiens**, au travers de la baisse du seuil de VAF annuelle à 10 K€ et augmentation du taux à 2%.
  - La proposition est ici aménagée pour tenir compte de l'impact que nous avons ciblé – elle ne reprenait pas, du reste, de rémunération au titre de la formation et s'appuyait sur la performance proposée par l'APIG.
  - Afin de créer de la progressivité, mais aussi de tenir compte de la situation des marchands qui percevaient déjà ce complément de rémunération, nous avons proposé de **procéder à une augmentation de deux points pour tous**. Soit de 0 à 2 points pour les nouveaux bénéficiaires, et de 1 à 3 points pour les anciens.
3. **Proposition visant à atteindre le taux cible : Reprise de la proposition de l'APIG autour d'une rémunération « à la performance »**, dont le taux permette de maintenir cet apport au rang de bonus, et non d'en faire un élément central.

### Proposition #2 : performance

Mesure	Détail	Nombre de points de vente	VMF	Taux du complément	Impact en € (arrondi)
Soutien à la ruralité	Tous les spécialistes indépendants	8 880	26 400 000	1 point	264 000
Label quotidien	7j/7 VMF annuelle > 10K€	1 052	12 931 300	2 points	258 000
Label quotidien	7j/7 VMF annuelle > 15K€	1 678	46 426 700	3 points	928 000
Performance	Marchands au-dessus de la tendance du marché	4 514	61 422 000	½ point	307 000
			Global	1,75 point	1 757 000