



**Contribution de MédiaKiosk à la consultation publique de
l'ARCEP, relative à l'évolution des conditions de rémunération
des marchands de presse – octobre 2023**

MédiaKiosk, l'entité spécialiste des Kiosques de presse et à autres usages de JCDecaux France

MédiaKiosk – JCDecaux France – Direction Générale Territoires & Institutions
19 Quai du Moulin de Cage – BP 57 - 92230 Gennevilliers cedex – Tél : 01 41 32 18 30 – www.mediakiosk.fr

■ MédiaKiosk

Depuis 112 ans MédiaKiosk est spécialisée dans l'implantation et la gestion des kiosques de presse au service des villes et des citoyens dans l'intérêt de la filière presse.

Avec JCDecaux, MédiaKiosk en assure la mise à disposition et le financement, l'installation, la maintenance et l'exploitation publicitaire. Elle assure également l'animation et la relation avec le réseau des kiosquiers.

■ 1857



Apparition des premiers kiosques de presse haussmanniens

■ 1948



Reprise par Hachette et les NMPP (Nouvelles Messageries de Presse Parisiennes)

■ 2009



L'AAP (Administration d'Affichage et de Publicité) devient MédiaKiosk

■ 2011



JCDecaux devient l'actionnaire majoritaire, aux côtés de Presstalis puis de 3 éditeurs : les groupes Figaro, Le Monde, Altice Média

■ 2016



MédiaKiosk renouvelle pour 15 ans le marché des kiosques parisiens

■ 2020



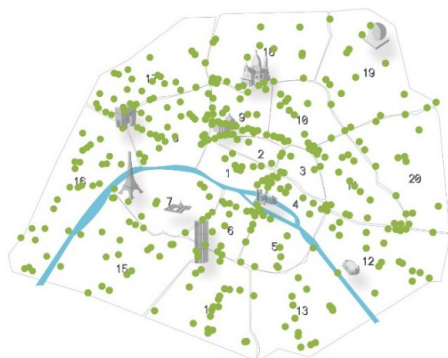
Fusion absorption de MédiaKiosk dans JCDecaux France, le 1^{er} mai 2020

■ MédiaKiosk

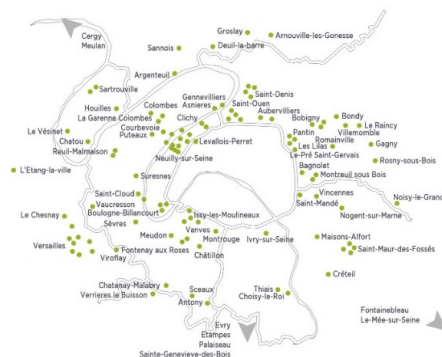
Accès à la presse écrite, citoyenneté, lien social, animation commerciale et convivialité : les kiosques de MédiaKiosk font l'unanimité au service des français et des touristes **dans 180 villes**

770 Kiosques en France
79% en presse
21 % à autres usages

409 Kiosques à Paris



130 Kiosques en Ile-de-France





Un déploiement **unique** en France comparé aux autres segments de diffuseurs

2012 Saint-Cloud
St Ouen
Rungis
Rueil Malmaison
Rueil Malmaison
La Baule
Rouen
Aubagne
Le Havre - Levesque
Mâcon

2013 Boulogne Billancourt (x2)
Cergy Pontoise
Colombes
Meudon
Annecy - Pl de la Libération
Annecy - Rue Carnot
Bordeaux - Cours V.Hugo
Le Havre (x2)
Biarritz

2014 Chatenay-Malabry
Romainville
Viroflay
Bordeaux
Périgueux
Tours (x 2)

2015 Clermont Ferrand
Clichy
Courbevoie
Fontenay-aux-Roses
Saint-Maur-des-Fossés (x2)
Saint-Maurice
Vincennes
Le Pontet
Mérignac
Saint-Raphaël
Saint-Tropez (x2)

2016 Palaiseau
Sceaux
Beausoleil
Hendaye
Mandelieu La Napoule

2017 Courbevoie
Asnières sur Seine
La Garenne Colombes
Levallois Perret
Cogolin
Roquebrune Cap Martin
Ste Maxime
Cap d'Ail
Saint-Cloud
Vanves
Verrières le buisson
Saint Denis

2022 Chelles
Clichy La Garenne
La Garenne Colombes
Marseille
Nice x 2
Bry-sur-Marne
Montpellier
Dugny
Choisy- le- Roi

2023

2018 Boulogne Billancourt
Villejuif
Les Lilas
Longjumeau
Ivry-sur-seine
Montgeron

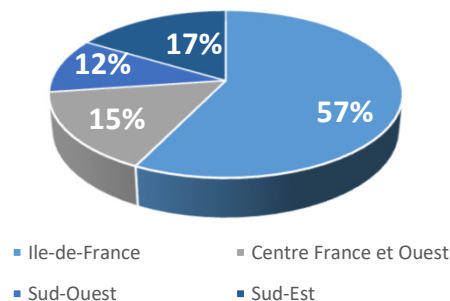
2019 Asnières-sur-Seine
Charenton-le-Pont
Cachan
Clichy (x2)
Herblay
Le Kremlin-Bicêtre
Massy (x2)
Montrouge
Neuilly Plaisance
Villiers sur Marne
Vincennes
Nice
Toulouse (x2)
Six-Fours les Plages (x2)
Saint-Raphael

2020 Boulogne-Billancourt

2021 Le Bourget
Massy
St Jean-Cap-Ferrat

Projets 2024 Les Ulis
Taverny
Ivry-sur-Seine
Eze
Senlis
Beausoleil

Répartition des kiosques créés



97 kiosques de presse créés depuis 2012,
(hors Paris et hors kiosques à autres activités)



■ Constats :

- **A Paris**, la prépondérance de nos mobiliers va s'accroître encore : déjà plus de **58 %** des marchands de journaux sont des kiosques
- **En IdF et en régions**, **sollicitations croissantes des villes** : les fermetures des Maisons de la Presse continuent au rythme de la baisse des ventes, de la déspecialisation des fonds de commerce et de la hausse des prix des baux en centres villes

■ Perspectives :

- L'engagement de JCDecaux au travers de MédiaKiosk va perdurer, **au bénéfice de la filière de presse**



Un exemple frappant : la situation à Paris de la diffusion de la presse et des kiosquiers

▪ Le marché des 409 kiosques de presse et à autres usages que la presse, à Paris

➤ Kiosques de Presse :

- MédiaKiosk est chargée de sourcer, administrer, former et animer des kiosquiers – travailleurs indépendants - afin qu'ils occupent les kiosques et diffusent la presse au numéro au cœur de Paris
- Les kiosques ont été posés et ou modernisés, maintenus et entretenus grâce au produit des ventes issues des affichages publicitaires et de presse disposés sur les kiosques
- Ce sont **356 kiosques qui constituent le parc des édicules de presse, au sein de notre marché**

➤ Kiosques à autres usages :

- **49 édicules sont dédiés à des associations ou à des commerçants**, dont les activités sont fléchées et validées par les Mairies des arrondissements et la Mairie centrale

➤ Kiosques expérimentaux :

- **4 kiosques sont dévolus à des expérimentations**

Un exemple frappant : la situation à Paris de la diffusion de la presse et des kiosquiers

- **Le marché des 409 kiosques de presse et à autres usages que la presse, à Paris**
- **Modernisation de l'ensemble du parc des kiosques :**
 - Au total, ce sont **345 kiosques qui ont été modernisés ou créés** depuis 2017 dans des conditions extrêmement difficiles, du fait de la canicule de 2018 (ENEDIS), des mouvements des Gilets Jaunes, la Pandémie et les confinements, ainsi que la liquidation de la Messagerie principale de presse : Presstalis
 - **11 kiosques doivent être créés dans les mois à venir, comme convenu dans le marché**
- **Un nouveau concept en libre-service :**
 - La presse plus visible et plus accessible
 - + de personnes qui rentrent
 - + de découverte des titres
 - + de presse achetée en panier moyen
 - + de CA (résultats avérés, hors covid)





Un exemple frappant : la situation à Paris de la diffusion de la presse et des kiosquiers

▪ **Spécificité parisienne :**

La distribution de la presse n'est pas assurée par un dépositaire, mais directement par les 2 SADP et par la PQR (Proximy Le Parisien)

Il n'y a pas de contrat liant ces SADP aux diffuseurs de presse parisiens

Les kiosquiers ne signent pas de contrat de sous-exploitation comme en province avec MédiaKiosk

Les kiosquiers sont nommés par la Ville de Paris et doivent respecter un règlement municipal voté par le Conseil de Paris :

- le règlement de la tenue du kiosque », qui encadre :
 - Les règles de gestion des kiosques (nomination, mutation, respect du domaine public, horaires, etc...)
 - Les produits et services vendus à l'intérieur des kiosques
 - Les mutations sont assurées par la Commission Professionnelle des kiosquiers (CPK) qui a lieu 2 fois par an et gérée par MédiaKiosk
- Les kiosquiers ne paient pas de loyer mais une redevance d'occupation du domaine public

MédiaKiosk gère les kiosquiers pour le compte de la Ville de Paris, dans le cadre du marché dont elle est titulaire

Un exemple frappant : la situation à Paris de la diffusion de la presse et des kiosquiers

■ Le marché des 409 kiosques de presse et à autres usages que la presse, à Paris

➤ Un accompagnement fort et de tous les instants au service de la profession des kiosquiers parisiens :



- + de 300 formations théoriques des kiosquiers pour la prise en main des nouveaux édicules
- + de 300 réimplantations et formations sur le terrain lors du déploiement, puis reconduites en 2021/ 2022

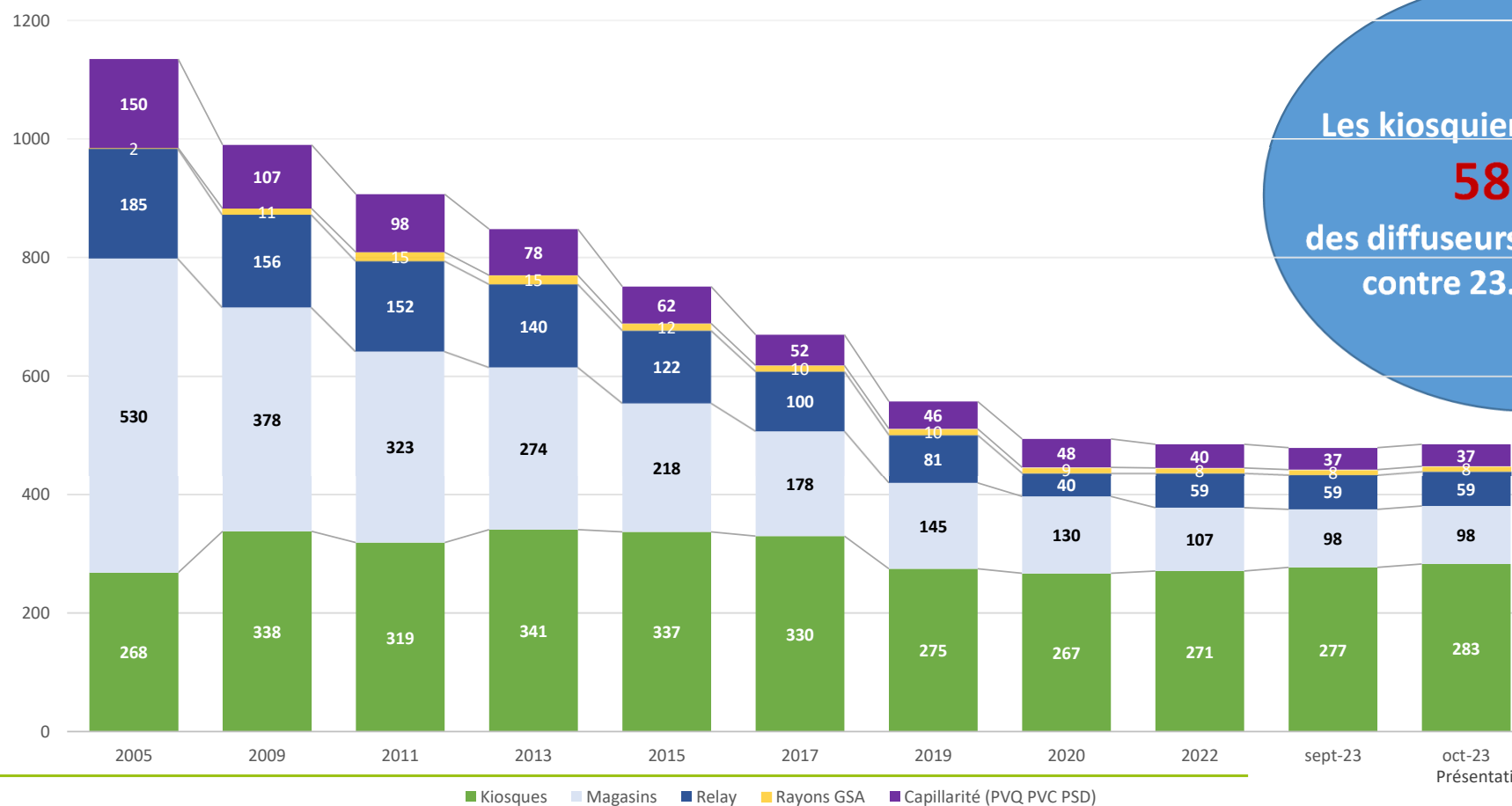
➤ Un confort de travail et des aides financières décuplés pour les kiosquiers, grâce à MédiaKiosk :

- L'électricité et internet prises en charge gracieusement
- Une caisse informatisée installée dans chaque kiosque
- Des aides augmentées grâce à notre redevance triplée

	AIDES en Euros					
	Financement redevance MédiaKiosk	Financement vente Promokiosque MédiaKiosk	Financement direct MédiaKiosk	Financement direct MédiaKiosk	Financement direct MédiaKiosk	
<i>chiffre d'affaires presse</i>	Aide Ville	Promokiosque	Electricité	Informatique	ADSL	TOTAL
< 100 000 €	8 500	400	600	200	684	10 384
de 100 000 € à 129 999 €	6 100	400	600	200	684	7 984
de 130 000 € à 169 999 €	3 800	400	600	200	684	5 684
de 170 000 € à 224 999 €	1 569	400	600	200	684	3 453
de 225 000 € à 262 499 €	1 321	400	600	200	684	3 205
> 262 500 €		400	600	200	684	1 884

Un exemple frappant : la situation à Paris de la diffusion de la presse et des kiosquiers

- Les kiosques de presse : indispensables et prépondérants pour la diffusion de la presse et la liberté d'expression dans Paris

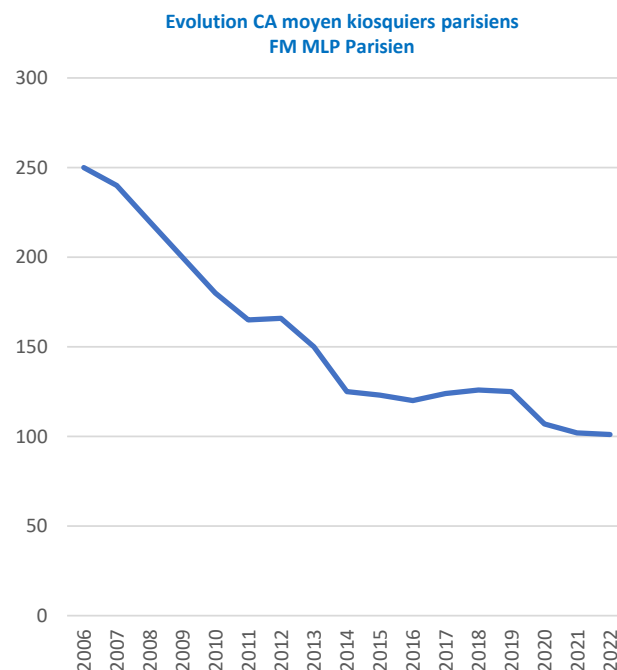


Un exemple frappant : la situation à Paris de la diffusion de la presse et des kiosquiers

- Les kiosques de presse : indispensables et prépondérants pour la diffusion de la presse et la liberté d'expression dans Paris

Certains kiosques sont pourtant fermés :

- Causes **endogènes** : baisse du CA moyen sans équivalent par rapport à d'autres secteurs d'activités



En 17 ans
- **59.6 %** de baisse des ventes
moyennes / kiosquier

Une baisse
sans commune mesure,
& structurelle

Un exemple frappant : la situation à Paris de la diffusion de la presse et des kiosquiers

- Les kiosques de presse : indispensables et prépondérants pour la diffusion de la presse et la liberté d'expression dans Paris

Certains kiosques sont pourtant fermés :

- **Causes endogènes** : baisse spectaculaire des ressources nettes / kiosquier

Les ressources moyennes
En 2022
1 704 € /mois
Pour 70 heures hebdomadaires
de travail effectif

Les ressources moyennes
En 2006
3 130 € /mois
soit
- 45.6 % de baisse

Total CA moyen presse	2022	en €	101000
Total commissions presse	23%		23230
Marge commerciale sur produits hors presse			2500
Marge brute			25730
Charges RSI	38%		9777
Charges externes			2800
Impôts, taxes et assimilés			300
Total Charges			12877
Excédent Brut d'Exploitation			12853
Ressources avant les allocations			
Ressources gérant annuelles moyennes hors allocations			12853
Ressources gérant mensuelles moyennes hors allocations			1071
Allocations			
Aide moyenne du CEPPE *			1080
Opérations commerciales Promokiosque			400
Aide moyenne Ville de Paris			6115
Ressources après les allocations			
Ressources gérant annuelles moyennes avec allocations			20448
Ressources gérant mensuelles moyennes avec allocations			1704
* association d'aide gérée par JCDecaux et abondée par FM MLP Le Parisien et JCDecaux pour le remboursement d'une partie des charges sociales des kiosquiers			

■ L'Effet TITANIC : un compte à rebours désormais lancé

La presse baisse continuellement et a tendance avec la crise de la Covid-19 à chuter plus rapidement que prévu, par l'accélération d'effets de palier : c'est « l'effet TITANIC »

- 1ère phase : le « bateau / réseau » a déjà pris l'eau depuis 15 ans; c'est l'effritement-fermeture du réseau par l'effet des baisses des ventes, affectant en premier lieu les 100 kiosquiers les plus faibles (peu de CA presse et pas de diversification)
- 2ème phase : les cales se remplissent, le « bateau / réseau » commence à sombrer: c'est l'accélération de la chute des ventes de presse, par paliers successifs : les petits kiosques (la cale) ferment, les kiosques ouverts ne récupéreront que 10 % des ventes des kiosques fermés; 90 % des ventes au numéro réalisées dans les kiosques fermés seront définitivement perdues par manque de capillarité et par de nouvelles habitudes nées du confinement
Cette phase semble atteinte hélas...
- 3ème phase : la proue casse et le « bateau / réseau » sombre : le maillage n'est plus suffisant pour inciter les lecteurs à se rendre en kiosque, les habitudes de consommation se perdent, les lecteurs n'ont plus le réflexe d'acheter la presse, contaminant les derniers autres kiosques, qui ferment par l'absence de clients réguliers...
Pour éviter « l'effet TITANIC », une urgence : colmater la brèche par la restauration des marges (presse et de diversification)



■ Les kiosques de presse : indispensables et prépondérants pour la diffusion de la presse et la liberté d'expression dans Paris

Certains kiosques sont pourtant fermés :

Causes exogènes : depuis 15 ans, la Filière Presse s'est appauvrie d'année en année

Les constats précédents sont nés de multiples causes :

- ✓ La presse gratuite et l'arrivée d'internet dans un premier temps,
- ✓ La situation financière des Messageries générant des recouvrements « durs » de créances des kiosquiers générant des faillites,
- ✓ Le maillage de plus en plus disparate, accentuant les distances entre les marchands, kiosquiers et lecteurs (l'effet TITANIC)
- ✓ entraînant la perte inéluctable des habitudes de consommation dans les points de vente de presse

La Covid-19 : La pandémie a amplifié 2 ans de mouvements sociaux impactant les kiosquiers :

- ✓ Comme pour toutes les filières, la baisse des touristes et le télétravail ont vidé les rues et les bureaux de Paris
- ✓ La diffusion de la presse est particulièrement touchée par de nouvelles habitudes de consommation et un changement de paradigme s'opère : Les éditeurs confirment que les acheteurs ont bien perdu pour partie durant le confinement l'habitude d'acheter en kiosques et se sont tournés vers l'abonnement et internet



Un exemple frappant : la situation à Paris de la diffusion de la presse et des kiosquiers

- **Les kiosques de presse : indispensables et prépondérants pour la diffusion de la presse et la liberté d'expression dans Paris**

Pour attirer de nouveaux entrants dans la profession, pour retrouver 100 % des kiosques ouverts et pour continuer à servir la diffusion de la presse,

Deux moyens :

- Revaloriser la commission presse des kiosquiers pour retrouver une partie des marges perdues depuis 15 ans
- Ouvrir à la diversification le Règlement municipal de la tenue des kiosques afin de restaurer la rentabilité des kiosquiers et garder des linéaires consacrés à la presse partout dans Paris

Nos actions en cours et à venir :

- Parvenir à renforcer la rentabilité des kiosques de presse par **l'augmentation des commissions : 5 points supplémentaires, les faisant passer de 23 à 28 % (hors le point lié au scan des titres en caisse).**
- Continuer à valoriser la profession de kiosquier auprès de l'Etat (Etats Généraux de l'Information 2023/2024) et des demandeurs d'emplois (Salons Paris pour l'emploi)
- Accompagner et former les nouveaux entrants et les gérants actuels

La revalorisation de la commission et la diversification sont bien la clef de voute de cet écosystème fragile, pour le maintien de la diffusion de la presse et la bonne santé économique des femmes et des hommes qui participent chaque jour au cœur de Paris à la liberté d'expression et de d'opinion.

■ Constats :

- Ils sont les mêmes qu'à Paris :
 - la prépondérance des kiosques dans les villes en France et dans les 2 premières couronnes de la banlieue parisienne (30 kiosques à Marseille, 20 à Nice, 9 à Toulouse, 7 à Bordeaux, 7 à Versailles, 5 à Boulogne-Billancourt, etc.)
 - La baisse structurelle des ventes touche tous les kiosques en France particulièrement ceux en banlieue parisienne
- Pour assurer la création de nouveaux kiosques, ainsi que la pérennité de ceux existants, il est nécessaire de disposer là encore d'une augmentation significative de 5 points supplémentaires, les faisant passer de 23 à 28 % (hors le point lié au scan des titres en caisse).