

# **CONSULTATION PUBLIQUE**

## **Evolution des conditions de rémunération des marchands de presse**

### **Question n°1**

La rémunération des marchands de presse n'est plus un critère d'attractivité depuis quelques années maintenant, et pour beaucoup est d'une complexité rebutante. La dégradation importante du volume des ventes et le désintérêt de l'amont de la filière pour le réseau de vente ont fini de détourner les marchands de presse et une partie des autres acteurs, du produit presse et de la vente au numéro. Un marché en déclin, un amont sourd à son aval et toujours en quête de subsides public et des choix d'un autre siècle. Tous ces éléments ont fini par inciter les acteurs extérieurs à proposer aux points de vente de revoir la place du produit presse ou de ne pas intégrer la vente de la presse. Le linéaire presse est devenu une variable d'ajustement dans les projets de modernisation ou de redéfinition de la surface de vente et la contribution aux résultats de ce linéaire presse se marginalise dans les comptes des lieux de vente.

Dans un contexte économique particulièrement délicat depuis la pandémie, et accentué avec le conflit en Ukraine et toutes les variations à la hausse des charges de fonctionnement des points de vente, les arbitrages que réalisent les consommateurs, l'amont de la filière presse se maintient dans un immobilisme sur l'ensemble du fonctionnement en entravant le plus méthodiquement possible les évolutions que le législateur a validé et laisse se dégrader la rémunération des marchands qui a pour effet d'amplifier le désintérêt du niveau 3 et ainsi inciter la recherche d'autres solutions pour préserver un modèle économique mis à mal.

Pour vendre la presse, il faut déjà vivre de la vente d'autres familles de produits. Une formule qui devient de plus en plus d'actualité.

## **Question n°2**

La dégradation des ventes de ces dernières années et dans les années à venir conjuguer à la volonté des éditeurs de porter l'essentiel des efforts vers le numérique n'augurent guère de perspectives réjouissantes. Tous ces signaux et comportements ne vont pas favoriser une amélioration de la rémunération et ne vont pas offrir une marge de manœuvre suffisante pour rendre cette rémunération attractive. S'inquiéter de la réduction du réseau et s'arc-bouter sur des mécanismes et fonctionnement d'un autre siècle ne laisse que peu de place à des évolutions. Si des évolutions sont à envisager, l'une d'elle serait de revoir la partie variable de la rémunération de fond en comble avec moins de critères et un socle de rémunération de base plus important en intégrant des critères simples et compréhensibles. Les éléments déterminants la partie variable devant être réactualisés au fil de l'eau selon l'évolution de la « VMF » afin de ne pas exclure chaque année, comme c'est le cas actuellement, des marchands de presse d'une partie de cette rémunération variable et ainsi favoriser le désintérêt du produit presse. Il est donc urgent de revoir à la baisse les seuils d'activités, qui n'ont fait l'objet d'aucun correctif, d'un taux de -18% pour revenir dans la réalité commerciale de la vente au numéro.

## **Question n°3**

La segmentation des points de vente ne correspond plus à la réalité de la profession et la multiplication des modèles finit de la rendre illisible pour nombre des intervenants sur ce marché. L'évolution des points de vente rend certains critères particulièrement injustes comme celle du linéaire mural ainsi que les ratios concernant la surface de vente qui en découlent. Il faut simplifier tous ces critères et s'orienter vers un critère de mètre linéaire développé quelque soit le mobilier utilisé, quelques typologies de lieux de vente, kiosques, concessions, PVC, GMS-GSS et autres.

## **Question n°4**

Certaines différenciations me semblent compréhensibles. Concernant les concessions et une grande partie des kiosques, sans cette rémunération de base, la presse disparaît de lieux de fort trafic comme les gares et les

aéroports et certaines artères de grandes villes. Les points de vente de capillarité ne doivent pas «normalement» avoir une charge de travail très importante avec le produit presse. Concernant les autres lieux de vente la rémunération de base doit se définir sur un cahier des charges uniforme.

### **Question n°5**

La multiplicité des majorations n'aura pas permis d'atteindre certains des objectifs fixés. Le maillage des grandes agglomérations se distend de plus en plus et l'on constate que ces majorations ne jouent plus leurs rôles incitatifs dans ce marché en récession. Moins de majorations pour plus de transparence et revoir intégralement celles-ci. Certaines des majorations actuelles doivent intégrer les critères de la rémunération de base. D'autres doivent disparaître « majoration quotidien ».

### **Question n°6**

Une majoration liée au chiffre d'affaire réalisé ainsi qu'une majoration pour certaines situation géographique sans reprendre tous les critères actuels de la «géo-commercialité» pour tenter de maintenir des lieux de vente dans les galeries marchandes et zones touristiques. La majoration liée à la taille du linéaire doit être revue pour ces différents seuils et intégré à la rémunération de base.

### **Question n°7**

Une majoration en fonction du nombre de titres, semble de prime abord une idée intéressante, mais la culture de l'amont de la filière du « toujours plus de titres » va, avec ce système, perdurer et nous éloigner de l'objectif de la loi pour endiguer cette surcharge des linéaires et de la manutention qui l'accompagne et de ce taux d'invendus qui reste toujours supérieur à 50% et dépasse 70% dans certaines familles de titres. De plus, nous constatons que des titres dont les services sont ouverts sur les supports des SADP ne font l'objet d'aucun fourni et ce depuis de nombreux mois voir plus dans certains cas. Le système d'échanges et la volonté de son efficacité n'étant pas à ce jour une priorité de la filière.

### **Question n°8**

On peut supposer que la démarche est identique aux éléments repris dans la question n°4. Comme déjà évoqué dans les questions précédentes, il faut faire évoluer les règles et réduire le nombre de majoration.

### **Question n°9**

A l'exception des concessions, personne n'est en mesure d'atteindre ce taux de 33,5 %. Un ensemble très hétérogène et dont la rémunération en valeur ne cesse de décliner.

### **Question n°10**

La rémunération de base doit intégrer certains critères faisant aujourd'hui l'objet d'une majoration et la suppression d'une partie non négligeable des majorations actuelles doivent déjà permettre d'allouer les sommes dans la rémunération de base pour une rémunération plus équitable dans un grand nombre de segments de points de vente.

### **Question n°11**

Si la filière veut endiguer l'érosion constante des lieux de vente, du linéaire consacré au produit presse et par conséquent son volume d'activité, la prise en compte de la charge de travail liée au traitement de la presse doit faire l'objet d'une contrepartie inexistante aujourd'hui. Il serait nécessaire de prévoir dans la rémunération de base un pourcentage alloué à la charge de travail. Un mécanisme tenant compte du volume d'activité, du nombre d'exemplaires fournis et du taux d'invendus doit nous offrir une approche de la charge de travail nécessaire qui doit être rétribuée.

### **Question n°12**

Les inconvénients sont connus et vous les évoqués dans la partie 3.9. La grande majorité des acteurs du niveau 3 n'y comprend rien et reste dans l'incapacité de déterminer le montant des compléments de rémunération à venir. Un grand nombre des éléments déterminant la rémunération pourrait être intégré à la rémunération de base et ainsi être déduit sur chaque relevé

hebdomadaire. Une avance sur la partie liée au volume d'activité peut également être versée chaque mois comme c'est déjà le cas pour certains marchands de presse avec la SADP MLP, une régularisation étant réalisée chaque semestre. Il ne devrait rester en variable que la majoration liée au volume d'activité, les autres éléments étant des facteurs fixes. Le plus tôt sera le mieux, mais la dégradation continue du volume d'affaire n'offre que très peu de marges de manœuvres. Si ces évolutions de rémunérations entraînent un surcoût de traitement pour les éditeurs, on peut déjà imaginer que la situation n'évoluera pas favorablement pour la filière et encore moins pour le niveau 3.

L'évolution de la rémunération doit rendre la vente de la presse plus attractive, donc elle doit cesser de baisser et plutôt être revue à la hausse. Il faut réaliser des économies de fonctionnement dans la filière qui court déjà en permanence après son équilibre économique, alors le plus tôt sera peut être déjà trop tard.