

Paris, le 16 octobre 2023

Contribution de la FNPS à la consultation publique ouverte par l'Arcep sur la rémunération des marchands de presse

La FNPS accueille favorablement la volonté de l'Arcep de faire évoluer les conditions de rémunération des marchands de presse. Les règles actuelles ne sont plus en adéquation avec la réalité de la diffusion de la presse et la loi sur la modernisation de la presse de 2019 dite loi Bichet.

La FNPS rappelle que les éditeurs de magazines ne sont nullement en mesure de supporter un alourdissement de leurs charges. L'évolution de la rémunération des marchands de presse doit en revanche se faire à enveloppe constante. D'éventuelles hausses devront obligatoirement être financées par une baisse des autres charges liée notamment à la suppression de la péréquation et à l'affectation des coûts au drop de la distribution de l'après-midi ou du dimanche aux seuls bénéficiaires de ces prestations qui ne concernent qu'un nombre très réduit d'acteurs, voire un seul éditeur. L'augmentation des charges des éditeurs, en particulier celle des coûts au drop, limite économiquement les possibilités d'évolution de la rémunération des marchands.

La mise en place du mécanisme d'assortiment des titres de presse, du plafonnement ainsi que du droit de première présentation offre une gestion optimisée de l'offre titres suivant la capacité du linéaire. Ces mesures ont été soutenues par la FNPS afin d'acter la suppression des PVC.

Suivant le vœu exprimé par l'ARCEP, un accord interprofessionnel devra être négocié entre les acteurs représentatifs du réseau : organisations professionnelles représentatives des éditeurs et des marchands de presse et kiosquiers, coopératives d'éditeurs, les SADP, le SNDP. L'accord devant être mis en œuvre au 1^{er} janvier 2025.

Question 1. *Quels sont vos commentaires sur les conditions de rémunération actuelles des marchands de presse ?*

La rémunération des diffuseurs est particulièrement complexe avec de nombreux critères et versée en partie de façon différée (sur-rémunération).

La future rémunération de base devra être calculée suivant le nombre de codifications presse (suivant la définition du CSMP) au travers des informations disponibles dans Presse-Connect (le portail commun des SADP destiné au calcul de l'assortiment et du plafonnement).

Le taux de commission actuel est calculé sur le prix de vente TTC et ceci quel que soit le taux de TVA, les marchands de presse étant mandataires et non soumis à TVA qui est acquittée par le seul éditeur en leur lieu et place. Ceci est une exception française qui n'existe pour aucune autre activité commerciale. Elle a pour conséquence principale, d'une part de mieux rémunérer les ventes de titres CPPAP et corrélativement de moins rémunérer les éditeurs non CPPAP à prix de vente équivalent pour le client et, d'autre part, à fausser les comparaisons basées uniquement sur les taux de rémunération d'autres produits ou pratiqués dans d'autre pays.

L'activité presse est actuellement sans risque commercial, les invendus étant à la charge de l'éditeur. Par ailleurs l'activité presse ne mobilise pas de trésorerie, le constat étant un solde positif de 11 jours en moyenne. A ce titre, et alors que l'ensemble de la filière est fragilisé par une conjoncture difficile, la FNPS ne pense pas opportun de bouleverser le schéma actuel de facturation en obligeant les SADP à mettre en œuvre « une facturation des ventes au fil de l'eau » comme le prévoit le Décret n° 2021440 du 13 avril 2021 portant cahier des charges des sociétés agréées de distribution de la presse.

Fédération Nationale de la Presse d'information Spécialisée
La Presse de la Connaissance, du Savoir et de l'Emploi

17 rue Castagnary, 75015 Paris • Tél. 01 44 90 43 60 • contact@fnps.fr • www.fnps.fr • Siret 303 241 814 00043

Question 2. *Au regard de l'évolution de la vente au numéro de la presse au cours des 5 à 10 dernières années et de vos perspectives à l'horizon des 5 à 10 prochaines années, quelles évolutions des conditions de rémunération des marchands de presse jugez-vous souhaitables ? Pour quelles raisons ? Quelles sont, selon vous, les principales incitations économiques que les conditions de rémunération des marchands de presse devraient induire ?*

La FNPS a toujours soutenu une rémunération basée sur la profondeur de l'offre et en particulier au travers du réseau de spécialistes qui consacrent majoritairement leur activité à la vente de presse. La FNPS souhaite un calcul de rémunération simple et versée sans délai, la mise à jour des bases de la rémunération pouvant se faire de façon automatisée à une échéance à définir entre les acteurs. La FNPS s'attachera à ce que la rémunération des autres typologies de réseaux soit juste et équitable.

Il est impératif d'intégrer les 3 critères suivants, comme prérequis pour accéder à la rémunération :

- Être inscrit au répertoire des agents de la vente de la CRDP ;
- Être informatisé et assurer une remontée quotidienne des données de vente avec un taux de scan fiabilisé à plus de 95% ;
- Avoir suivi une formation initiale et continue au métier de marchand de presse, avec mise à niveau régulière, définie par les organisations représentatives.

Question 3. *Quelle appréciation portez-vous sur la manière dont les segments de points de vente sont définis ? Les critères de définition desdits segments vous semblent-ils suffisamment précis pour déterminer de manière incontestable le segment dont chaque point de vente relève ? Cette segmentation devrait-elle évoluer et, le cas échéant, de quelle manière ?*

Les segments de points de vente doivent reprendre les sous-segments réseaux tels que définis dans les outils des SADP à l'exception des PVC et PVQ qui doivent disparaître pour donner suite à la mise en place de l'assortiment.

Question 4. *Pour quelles raisons, selon vous, la rémunération de base dépend-elle du type de marchands ? Quelles incitations cette différenciation engendre-t-elle pour les marchands de presse ? Quel intérêt ces incitations ont-elles de votre point de vue ? La rémunération de base devrait-elle évoluer et, le cas échéant, comment ?*

Pour la FNPS, ce n'est pas la typologie de marchand à proprement parler qui doit déterminer la rémunération de base des marchands, c'est la profondeur de l'offre calculé en nombre de codifications presse (suivant la définition du CSMP). La presse en vente au numéro est un marché de l'offre. La récente étude de l'Arcep montre, s'il en était besoin, que la découverte de l'offre est un déclencheur des achats et favorise l'augmentation du panier moyen ce qui est l'objectif de tout marchand. Il s'agit de plus d'un objectif corrélé au pluralisme et à la diversité de l'offre éditoriale.

Cette base de rémunération doit être unique pour toutes les catégories de titres de presse (quotidienne nationale, quotidienne et hebdomadaire régionale, magazines - y compris les encyclopédies) et pour tous les types de points de vente quel que soit leur localisation (DOM inclus). Un taux majoré est applicable aux produits Assimilés Livres (AL), Para Papeterie (PP) et de diversification, ceux-ci étant de nature différente.

Cette rémunération de base ne s'applique bien entendu que s'il y a respect des conditions d'éligibilité (cf. Q3).

Cette rémunération de base est majorée par l'application de critères réduits, simples à mettre en œuvre pour les SADP et facilement appréhendables (cf. Q6).

Question 5. *La multiplicité des majorations permet-elle à la filière de poursuivre efficacement les objectifs qu'elle s'est fixés ? Pensez-vous que le nombre et la nature de ces majorations doivent évoluer ? Pourquoi et, le cas échéant, de quelle manière ?*

La FNPS appelle à une modification des critères via leur réduction et leur simplification qui doivent en premier lieu aboutir à un règlement au fil de l'eau des majorations, avec une révision annuelle.

Question 6. *Parmi toutes les majorations énoncées ci-dessus, selon vous, quelles sont les majorations qui vous paraissent les plus pertinentes ? Pouvez-vous préciser l'objectif poursuivi pour chacune des majorations que vous jugez pertinentes ? Pensez-vous que certaines majorations ou certains critères d'éligibilité aux majorations (ex. niveau ou nombre de seuils) ne soient plus pertinents ? Pourquoi ? Le cas échéant pouvez-vous préciser de quelle manière la majoration concernée devrait, selon vous, évoluer ?*

Les critères suivants doivent être les seuls pris en compte et donner ainsi accès à des bonifications :

- L'importance du chiffre d'affaires presse du point de vente ;
- La progression du chiffre d'affaires presse du point de vente ;
- La surface consacrée à la presse par rapport à la surface totale ;
- L'implantation en centre-ville des grandes agglomérations pour tenir compte du prix du foncier.

Question 7. *Une majoration en fonction du nombre de titres exposés vous semblerait-elle plus pertinente que la majoration actuelle fixée en fonction du nombre de mètres linéaires développés du point de vente ? Pour quelles raisons ?*

Pour la FNPS, il ne s'agit pas d'un dispositif de majoration, mais de la base de calcul de la rémunération elle-même. En effet, la FNPS défend l'instauration d'une rémunération de base calculée suivant le nombre de codifications presse (suivant la définition du CSMP).

Question 9. *Avez-vous des commentaires relatifs au niveau général de la rémunération des marchands ?*

NON

Question 10. *Que pensez-vous de l'articulation entre la rémunération de base et les majorations de rémunération notamment au regard de la complexité que ces majorations engendrent ?*

La FNPS souhaite un calcul de rémunération simple et versée sans délai, le système actuel étant particulièrement complexe et n'offrant aucune lisibilité immédiate sur la rémunération réelle du point de vente. Un accès à une rémunération de base, sous réserve des 3 conditions suspensives (cf. Q3) et cumulatives avec 4 compléments possibles (cf. Q6), et un paiement au fil de l'eau doivent ramener de la simplicité dans le système actuel.

Question 11. *Selon vous, la rémunération des marchands de presse doit -elle prendre en compte de manière spécifique la charge de travail induite par la gestion des exemplaires ? Le cas échéant, de quelle manière ? S'agissant des invendus, quel type de mécanisme incitatif pourrait être mis en place ?*

Dans aucun autre pays et à notre connaissance dans aucune autre activité exercée par les marchands de presse, il n'existe une rémunération assise sur la contrainte logistique. Les abus du passé sont désormais écartés au travers des mesures de régulation mises en place (assortiment et plafonnement). Pour rappel, l'activité presse est actuellement sans risque commercial, les invendus étant à la charge de l'éditeur. Elle ne mobilise pas de trésorerie, le constat étant un solde positif de 11 jours en moyenne.

Question 12. *Que pensez-vous du mode de versement différé des majorations de rémunération ? Faut-il opérer une transition vers une perception des majorations au moment de la vente ? Le cas échéant, quelles majorations pourraient être incluses ou exclues d'un tel mode de perception au fur et à mesure de l'activité et à quelle échéance ce mode de perception pourrait-il être mis en œuvre ? Avez-vous des propositions alternatives visant à rapprocher dans le temps la perception des majorations de l'activité sur laquelle elles portent ? A quelle échéance ces propositions alternatives pourraient-elles être mises en place ?*

La simplification du système et donc du calcul et par la même de sa mise à jour est la clé de voute d'un versement de commission au fil de l'eau, comme nous le soutenons.

Nous ne pouvons pas nous prononcer sur les délais nécessaires à la mise en place de l'ensemble de ces modifications que seuls les SADP et le SNDP sont en mesure de communiquer. Pour rappel, les MLP avaient déjà proposé une évolution du système qui n'a pas été retenue. Pour sa part, la FNPS participera activement à toutes réflexions et travaux de mise en œuvre d'une telle réforme.

Jean-Christophe RAVEAU, président de la FNPS

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'J. Raveau' with a stylized initial 'J' and a horizontal line under the 'Raveau' part.