.

Contribution écrite de l'AADP
dans le cadre de la phase de concertation ouverte
par le ministère de l'Economie et des Finances et le ministère de la Culture
sur le fondement des propositions du rapport de Monsieur Marc Schwartz.
7 août 2018

La filière presse est en difficulté. Il convient de trouver des remèdes à son économie tout en préservant les valeurs fondamentales de la démocratie portées par la Loi Bichet.

Les acteurs de cette filière sont, dans l'ordre d'accès au produit

- L'Etat, tenu de préserver l'ensemble
- Les éditeurs, de taille différente
- Les messageries
- Les dépositaires, indépendants ou non
- Les marchands, chargés de l'impartialité de la commercialisation
- Les citoyens, acheteurs ou consommateurs, selon les points de vue

Dans l'ordre d'importance toutefois le citoyen doit passer en premier, l'Etat être à son service, et les autres acteurs lui proposer des services contre rémunération.

Il convient de ne pas l'oublier quand on souhaite aborder le sujet de la distribution de la presse.

Ainsi c'est le service apporté au citoyen qui conditionne l'existence de l'ensemble. C'est donc celui-ci qu'il convient de sauvegarder, en améliorant la performance des acteurs vivant de leur production, et non l'inverse.

Si l'on souhaite réformer un système que l'on sait en bout de course, il conviendra de ne jamais oublier que les producteurs exploitent des possibilités qui leurs sont offertes mais qu'en aucun cas ils ne sont prépondérants par rapport aux citoyens. Ceci afin de ne pas répéter les errements du passé.

Partant de cela, le citoyen n'est pas un consommateur passif dont on exploite le potentiel (le temps de cerveau disponible comme disait Patrick Le Lay alors PDG de TF1) mais un client en droit d'attendre un service à la hauteur de ce qu'il est possible de lui fournir. Les revenus issus de la vente d'espaces publicitaires ou de data doivent rester minoritaires par rapport aux revenus tirés de la vente de contenus. Et le service d'approvisionnement de la presse doit au moins être égal en qualité à celui proposé dans les autres secteurs d'activité, surtout quand l'Etat aide directement ou indirectement. C'est loin d'être le cas actuellement mais, la marge de progression est d'autant plus importante...

Association pour l'avenir des diffuseurs de Presse
77, route des Mouilles 74400 CHAMONIX MONT-BLANC
Mail : presse2012@sfr.fr Blog : marchandsdepresse.com

Il n'est pas ici, dans cette contribution, question de refaire le monde, mais simplement de revenir aux fondements de notre démocratie. Nous verrons qu'il est tout à fait envisageable de redresser le système en ne cédant pas aux discours qui ont conduits à la mauvaise situation déplorée et qui contraignent à l'externalisation de la gouvernance.

Mais retirer l'auto-gouvernance ne suffira pas et, prolonger la politique de ceux que l'on dépossède du pouvoir parce qu'ils en ont abusé, n'est pas non plus de nature à résoudre les problèmes de la filière.

La Loi Bichet de 1947 a institué un système équidistant entre la privatisation et la nationalisation en instaurant le système coopératif. Ce n'est pas lui qui est en cause dans l'échec constaté 70 ans plus tard mais l'exploitation qui en a été faite. Il n'est donc pas nécessaire de le remettre en cause comme le font certains économistes par nature plus enclins à s'adapter aux mécanismes de marchés qu'à préserver des valeurs fondamentales de la démocratie.

D'une manière générale, ce sont plus les, dérives, et assouplissements constatés au fil du temps écoulé que la Loi elle-même qui sont en cause dans la dégradation de la situation. Sont venus s'y ajouter les effets d'aubaine procurés par l'obsolescence de la Loi face aux évolutions de l'environnement du secteur. Rien d'insurmontable en soi pour peu qu'on ne se laisse tenter par les sirènes de puissants intérêts privés.

Ces dérives ont conduit à la disparition des points de vente dont les intérêts n'ont pas été pris en considération. Ni par les éditeurs bien sûr, ni même par l'Etat. Et ce n'est pas libéralisant les ouvertures de points de vente que l'on règlera le manque de rentabilité. L'on ne ferait que spollier les propriétaires de magasins existants de la valeur de leurs fonds de commerce.

Il existe des solutions. Il conviendra de choisir la bonne politique. Une externalisation de la gouvernance qui ne serait pas accompagnée d'une remise en cause des avantages accaparés en profitant du manque de contrôle, n'atteindrait pas son objectif.

Vous trouverez ci-après pour nourrir votre réflexion :

1/ Les défauts constatés du système actuel

2/ Les raisons de la découverte de l'existence de ces défauts

3/ Les causes de ces défauts

4/ Les solutions préconisées.

Nous espérons ainsi vous aider et restons à votre disposition pour tout complément d'éclairage nécessaire.

Michel MARINI
Président

Association pour l'avenir des diffuseurs de Presse
77, route des Mouilles 74400 CHAMONIX MONT-BLANC
Mail : presse2012@sfr.fr Blog : marchandsdepresse.com

Association pour l'avenir des diffuseurs de Presse
77, route des Mouilles 74400 CHAMONIX MONT-BLANC
Mail : presse2012@sfr.fr Blog : marchandsdepresse.com

AADP

1/ Les défauts constatés du système actuel.

a) **Un défaut de fonctionnement majeur.**
Des grèves multiples. Des citoyens fréquemment privés de journaux et dans l'incapacité - contrairement à tous les autres secteurs d'activité où la tendance est au service personnalisé et à la livraison ultra-rapide – d'en obtenir l'approvisionnement. Une qualité de service déplorable avérée en complète perdition. Une rupture de la communication entre les acteurs. Une absence de responsabilité.
Une désinformation et une opacité entretenues. Des dérives financières. Les défauts sont nombreux, aisément perceptibles, et coûteux pour la collectivité.

b) Un défaut de financement majeur.
Des messageries sous capitalisées aux dettes en constante croissance.
Des marchands sous-rémunérés contraints de cesser l'activité. Des montages de complaisance à la limite de la légalité pour éviter tout investissement (La production d'invendus a servi à majorer les factures soumises à l'affacturage bancaire).

2/ Les raisons de la découverte de l'existence de ces défauts

a) **L'attrait du gain immédiat est plus fort que la défense des intérêts collectifs.**
Les principaux éditeurs ont concentré les pouvoirs dans leurs mains (annexe 1). Ils ont préféré en user individuellement que de s'entendre pour défendre leur intérêt collectif.

b) **Le retournement du marché en 2007.**
La crise financière associée a contribué à minorer les ventes. Le développement du numérique a provoqué un transfert de marché mais également permis aux grands éditeurs d'exploiter de nouveaux moyens de vendre, en dehors des contraintes du système coopératif. Sans ces deux paramètres (baisse et transfert de marché) le système aurait continué à fonctionner et personne ne se serait aperçu de ses errements.

Association pour l'avenir des diffuseurs de Presse
77, route des Mouilles 74400 CHAMONIX MONT-BLANC
Mail : presse2012@sfr.fr Blog : marchandsdepresse.com

3/ Les causes de ces défauts

a) **Une gouvernance inadaptée.**
Au fil du temps la gouvernance partagée entre l'Etat et les grands éditeurs est entièrement passée sous le plein contrôle de ces derniers (2011). Ils en ont fait l'usage que leurs intérêts propres leur commandaient, au détriment de l'intérêt collectif.

b) **Une absence de réel contrôle.**
L'inexistence d'un réel contrôle des actions de la gouvernance a favorisé ces dérives. Le CSMP était inféodé. L'ARDP disposait d'insuffisants moyens face aux grands groupes financiers possesseurs des plus importants groupes éditoriaux. La DGmic était au service des gouvernements successifs, chargée d'éviter les vagues.

c) **Un contre-pouvoir inexistant.**
La gouvernance finançait directement ou indirectement, via les messageries, les représentants des corporations votant les décisions du CSMP. L'absence de contrôle de l'autorité, malgré les demandes en ce sens, est responsable de l'inexistence d'un réel contre-pouvoir interne qui aurait pu freiner les dérives ou, au moins alerter.

4/ Les solutions préconisées.

a) L'affirmation préalable de l'intangibilité de la pluralité.
Ce principe ne saurait dépendre des conditions économiques.
Il repose sur deux fondements qu'il faut inscrire dans le marbre :

- l'égalité d'accès à la distribution pour tous les éditeurs
- l'indépendance des points de vente

Le rapport proposé par M. Schwartz ne traite pas de la sauvegarde des points de vente indépendants bien qu'elle soit au cœur du sujet.

Au lieu de garantir la pluralité en préservant :

- L'interdiction de discriminer les titres
- L'indépendance des points de vente

Le rapporteur propose :

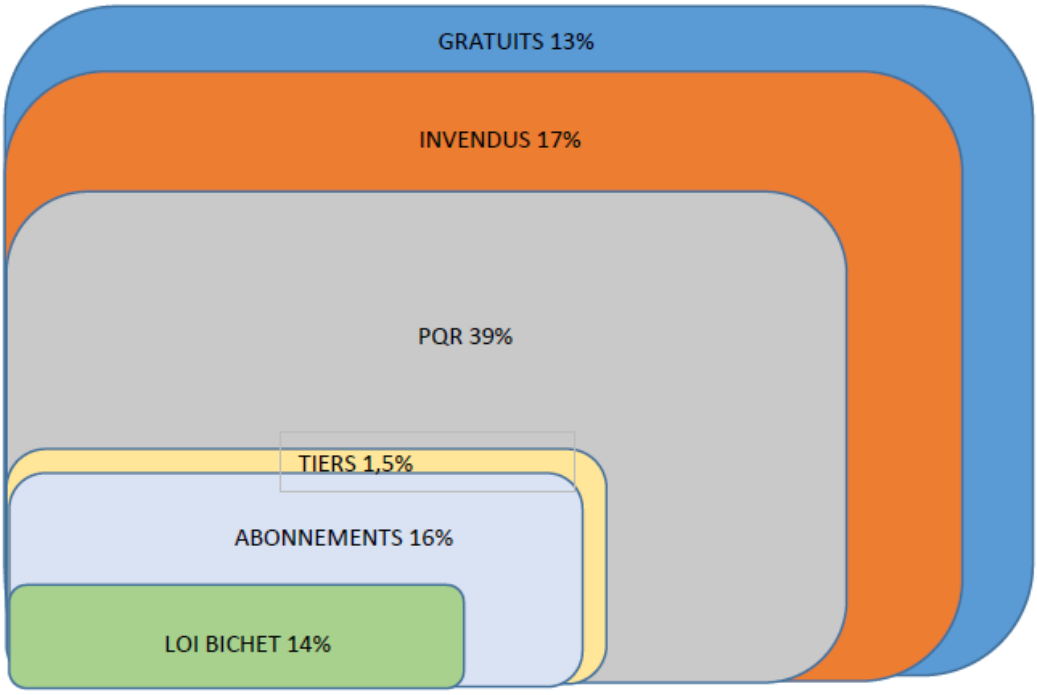
- La légalisation d'assortiments spécifiques
- une libéralisation de l'ouverture de points de vente.

Cela nous semble une erreur de première grandeur qu'il est impossible de laisser passer. Nous demandons donc solennellement aux deux ministres en charge du dossier de réaffirmer l'intangibilité de la pluralité en prenant des mesures cohérentes en ce sens.

Association pour l'avenir des diffuseurs de Presse
77, route des Mouilles 74400 CHAMONIX MONT-BLANC
Mail : presse2012@sfr.fr Blog : marchandsdepresse.com

b) La régulation

En 1947 la Loi couvrait la quasi-totalité de la distribution de la presse. En 2018 le système coopératif n'est plus alimenté que par 14% de la production. Le retrait de la PQR, puis les écarts de prix en faveur de l'abonnement, réduisent la production couverte par la Loi à une portion de plus en plus restreinte et manifestement insuffisante.



Le Livre et le Disque ont résolu cette question par des solutions différentes (prix unique, redistribution) et il sera nécessaire de prendre une décision en ce sens pour éviter les effets négatifs de la concurrence tarifaire déloyale de l'abonnement (Annexe 2).

c) L'externalisation de la gouvernance.

Le remplacement de l'auto-gouvernance par un organisme externe et indépendant s'impose non seulement pour préserver les finances de l'Etat mais également pour contrôler et arbitrer les dissensions internes à la filière.

d) La création d'un statut d'EPIC pour la ou les messagerie(s).

Service d'intérêt public avec des capitaux privés dans un domaine où la concurrence ne peut s'exprimer, l'EPIC semble, pour au moins un temps, le statut le plus adapté pour les messageries. Leurs barèmes doivent être fixés par le régulateur qui en assure également le contrôle et éventuellement les sanctions à l'égard des contrevenants.

e) Le raccourcissement des circuits (financier et information)

Le remplacement de l'empilage de mandats juridiquement discutables (Annexe 3 Courrier de la Chancellerie) mais surtout aux intérêts divergents (volumes/ventes) (Annexe 4) par des contrats commerciaux simples offre des avantages à ne pas négliger.

La contractualisation directe entre éditeurs et marchands et la sous-traitance de la logistique par les éditeurs permettent de séparer les flux commerciaux et techniques. Elles réduisent les délais, accélèrent et sécurisent la transition des flux en réduisant le nombre d'intervenants. Elles clarifient également les notions discutées de propriété et de clientèle (Annexe 5).

f) La création de deux comités spécialisés (vente, logistique)

La logistique doit être au service de l'action commerciale, et non l'inverse comme à l'heure actuelle. Pour cela il convient de dissocier les deux activités. Un comité composé des seuls acteurs de la vente (éditeurs et marchands) doit traiter les aspects commerciaux. Un second comité regroupant tous les acteurs doit traiter des seules questions relevant de la logistique. La séparation évitera les interférences. L'arbitrage et le contrôle du régulateur pourront être nécessaires.

La création du comité commercial réintroduira l'intérêt commun sans lequel rien n'est possible.

g) La simplification de la facturation

Le remplacement de la facturation des exemplaires fournis par celle des exemplaires vendus contraindra l'adaptation de la production aux ventes. Cela réduira non seulement un travail inutile important (de 50 à 60% d'invendus actuellement) mais évitera aussi la dérive déjà évoquée permettant le financement via un affacturage fort coûteux.

Cela met aussi le système en conformité juridique avec la notion de dépôt (les éditeurs restants propriétaires de leurs produits) en évitant de faire financer le stock par les marchands à la place des éditeurs.

h) La normalisation de la logistique

La certification qualité ISO des entreprises assurant la logistique évitera la dilution des responsabilités. Elle permettra enfin de tendre à l'amélioration de la qualité des prestations et réduira d'autant les coûts inutiles. (Ex. codes-barres mal imprimés mais diffusés dans le réseau démultipliant les erreurs et les coûts induits).

i) La régulation des flux physiques

Pour éviter les flux improductifs, outre le changement du mode de facturation, il est possible de répartir les pouvoirs entre les acteurs commerciaux. Afin de garantir la pluralité, les éditeurs restent maîtres de livrer leurs produits dans les points de vente qu'ils désirent. Les marchands deviennent maîtres des quantités qu'ils acceptent afin d'en garantir la corrélation aux ventes qui n'existe pas aujourd'hui.

L'assortiment est banni car c'est la porte ouverte à la discrimination.

L'application de la règle de suppression temporaire de service des titres non vendeurs est réaffirmée et son exécution est contrôlée par le comité commercial.

Un service de réassort rapide est créé. Il sera toujours plus économique que la production d'invendus actuelle destinée à couvrir le risque de rupture.

Une base de données regroupant tous les titres agréés en distribution et les coordonnées des éditeurs est fournie à l'ensemble des acteurs. Elle est tenue à jour par le comité commercial, ou alimentée par les éditeurs eux-mêmes, comme pour le système Dilicom en librairie.

Les marchands peuvent demander à être approvisionnés de n'importe quel produit contenu dans cette base, ponctuellement par le réassort ou durablement par la mise en service.

En l'absence de vente constatée (3 numéros consécutifs) l'éditeur est libéré de son obligation d'approvisionner le point de vente.

Des objectifs annuels de réduction des invendus peuvent être définis par le comité commercial, sous contrôle toujours du régulateur.

j) La régulation des conditions commerciales

Mêmes obligations et mêmes droits pour tous les points de vente.

L'abolition des privilèges injustifiés et des discriminations (Annexe 6) permettra de mieux rémunérer une large majorité des points de vente. Les loyers élevés payés par les concessions Relay, propriété du groupe Lagardère, au joint-venture Lagardere/SNCF ne justifient pas une rémunération favorisée. D'une part ces majorations de rémunération servent à financer un groupe qui n'en a pas autant besoin que les indépendants, d'autre part le coût des loyers n'est que le pendant du potentiel exploité. Et malgré cela l'enseigne réduit la place consacrée à la « presse » dans ses magasins et son nombre de points de vente.

k) La centralisation des aides

L'ensemble des aides doit être regroupé et distribué par un seul organisme : le régulateur.

Ces aides doivent atteindre leur objectif directement et ne plus passer par une redistribution hasardeuse.

Un rééquilibrage des aides au transport vers la vente au numéro est nécessaire.

l) **La gestion du réseau**
Elle doit s'établir sur la base du potentiel local à exploiter.
Ce peut être une mission du comité commercial sous contrôle du régulateur

m) **La gestion des litiges**
Il doit être mis un terme à l'obligation actuelle de faire intervenir le régulateur avant de pouvoir en appeler à la Justice. La simplification contractuelle devrait fortement limiter les conflits, ainsi que l'existence du comité commercial.
La nomination d'un médiateur est également de nature à améliorer les choses.

n) **La gestion de la représentativité**
La DGmic en est en charge. Il faut toutefois garantir qu'elle s'assure bien du respect des obligations légales en matière d'attribution de la représentativité, ce qui n'a pas été le cas ces dernières années bien qu'elle en ait été avertie. Il paraîtrait normal que les acteurs n'ayant pas respecté leurs obligations ces dernières années, pour des raisons aisément compréhensibles mais qui pourraient être mises à jour si nécessaire, ne soient plus admises à représenter une corporation.

Conclusion

Voici quelques propositions de bon sens, de nature à améliorer et pérenniser la distribution de la presse en France.

Pour la rédaction de la Loi, prenons garde à utiliser cette fois les bons termes et à être suffisamment précis et rigoureux.

La Loi doit traiter la distribution, toute la distribution (magasin, postage, portage, numérique) sur un pied d'égalité stricte. En revanche, à aucun moment elle ne doit interférer avec la liberté d'entreprendre des éditeurs, notamment en matière commerciale (vente au numéro, vente par abonnement). L'alinéa présent dans l'article 2 concernant l'abonnement n'a donc pas sa place dans la Loi sur la distribution.

Les termes employés par le passé sont significatifs de la verticalité et de l'unilatéralité du pouvoir qui ont conduit à la périlleuse situation que nous déplorons. Cherchons maintenant à rétablir la filière sur des bases plus saines en bannissant ces termes contraires à l'indispensable notion d'intérêt commun. Remplaçons donc celui de « diffuseur » par « marchand de presse », « consommateur » par « client » et « marché d'offre » par « marché » et introduisons un esprit réellement commercial dans cette filière en remplacement d'une volonté de diffusion. Le potentiel doit guider des décisions collectivement utiles. Nous ne devons plus satisfaire à des exigences partisanes qui ont conduit la filière à sa perte. Les techniques de fidélisation de la clientèle doivent être adoptées par le comité commercial. Une communication de soutien au réseau doit être envisagée. *(Ce soutien au réseau doit être conforté par des subventions directes de l'Etat)*. Une dynamique commerciale doit être initiée. Elle ne peut l'être que par l'introduction de l'intérêt commu

Association pour l'avenir des diffuseurs de Presse
77, route des Mouilles 74400 CHAMONIX MONT-BLANC
Mail : presse2012@sfr.fr Blog : marchandsdepresse.com

Annexes

1. Concentration des pouvoirs
2. Concurrence tarifaire de l'abonnement
3. Courrier de la Chancellerie
4. Empilage de mandats aux intérêts divergents
5. Raccourcissement des circuits (financier, information)
6. Privilèges et discrimination

Association pour l'avenir des diffuseurs de Presse
77, route des Mouilles 74400 CHAMONIX MONT-BLANC
Mail : presse2012@sfr.fr Blog : marchandsdepresse.com

Annexe 1 : **La concentration des pouvoirs**

Les principaux éditeurs, laissés libres d'agir depuis 2011 se sont organisés pour contrôler tous les lieux de décision (CSMP, coopératives, commissions, messageries,…) Les petits éditeurs par faute de temps et de moyens n'ont pas vu la nécessité de s'impliquer dans la gestion de leur filière et ont fait confiance aux grands. Ils ont eu tort car il a été démontré que ceux-ci ont pratiqué des tarifs plus favorables pour eux-mêmes que pour leurs confrères, en pleine contradiction avec la Loi. La justice est saisie.

Il est clair pour tout le monde aujourd'hui que c'est le SEPM (et le SPQN) qui prend les décisions, le CSMP étant une chambre d'enregistrement qui légalise les actions.

Voici l'illustration de cette concentration des pouvoirs :

'	Instances									
	SEPM	SPQN	Bureau du CSMP	CDM	CDQ	PRESSTALIS	CSMP	Commission du réseau	Commission des bonnes pratiques	Total général
Lagardère Active	1	2	1	1	1	1	1	1	1	10
Bayard Presse	2	1		1	1	1	1	1		8
Le Figaro		1	2		1	1	3			8
Prisma Média	1		1	1		1	1	1	1	7
Les Echos		2	1		1		1	1		6
Le canard enchaîné	1		1	1		1	1			5
Le Monde		1			1	1	1	1		5
Mondadori France	1			1		1		1		4
AMAURY		1					1	1	1	4
Turf Editions		1			1	1		1		4
PRESSTALIS						3	1			4
Condé-Nast	1			1		1				3
Motor Presse France	1			1					1	3
Nivéales médias	1		1				1			3
Altice Média	1			1	1					3
Bauer Média France				1				1	1	3
L'Humanité		1			1				1	3
Groupe Marie Claire	1			1				1		3
MLP							2			2
SNDP							2			2
Que choisir			1				1			2
International New York Times		1			1					2
Marianne	1								1	2
UNDP							2			2
Editions Nuit et								1		1

Association pour l'avenir des diffuseurs de Presse
77, route des Mouilles 74400 CHAMONIX MONT-BLANC
Mail : presse2012@sfr.fr Blog : marchandsdepresse.com

Jour										
UNI Editions								1		1
SNC L'Equipe					1					1
Alternatives économiques	1									1
Dipa / Burda									1	1
Bey Média Presse					1					1
Groupe Valmonde	1									1
CFDT							1			1
Télérama	1									1
CGT							1			1
DGMIC							1			1
Le Point	1									1
Editions Larivière	1									1
AUJOURD'HUI EN France		1								1
Express Roularta									1	1
Conseil d'Etat									1	1
SEPEP				1						1
GENY éditions		1								1
Groupe Michel Hommell				1						1
Groupe le Revenu	1									1
Tribunal de Grande Instance de Nanterre									1	1
Groupe Riccobono		1								1
Groupe Rustica	1									1
Libération		1								1
L'Obs								1		1
Editions Duchâteau-voisin				1						1
AFP		1								1
Le 15 du mois				1						1
Total général	19	16	8	14	11	12	22	13	11	126

Celle-ci peut nécessiter une actualisation, à la marge, mais reflète fidèlement la mainmise des dirigeants du SEPM sur toutes les instances de la filière.

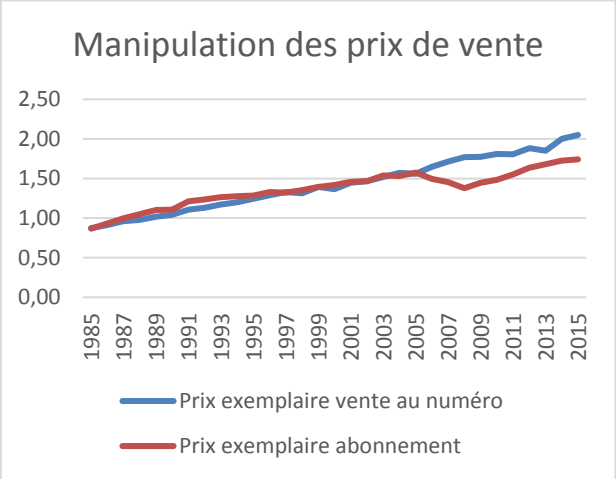
Ces mêmes grands éditeurs, à la fois d'actionnaires gérants et clients des messageries, sont en situation de conflit d'intérêt. Tout naturellement leur intérêt privé passe avant l'intérêt collectif.

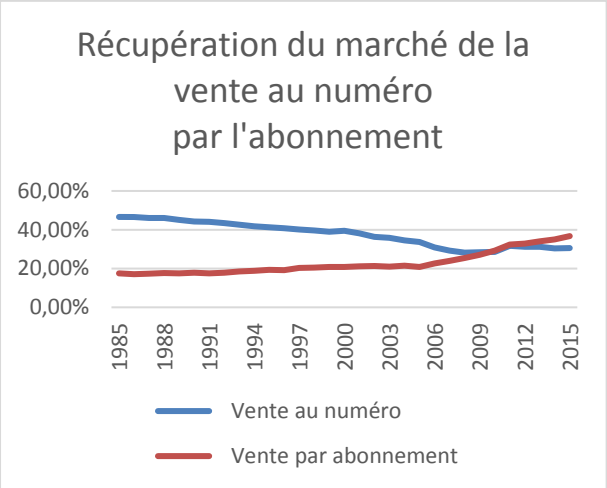
Ils organisent le système comme ils l'entendent, sans tenir compte des autres acteurs, et font légitimer leurs choix par le CSMP.

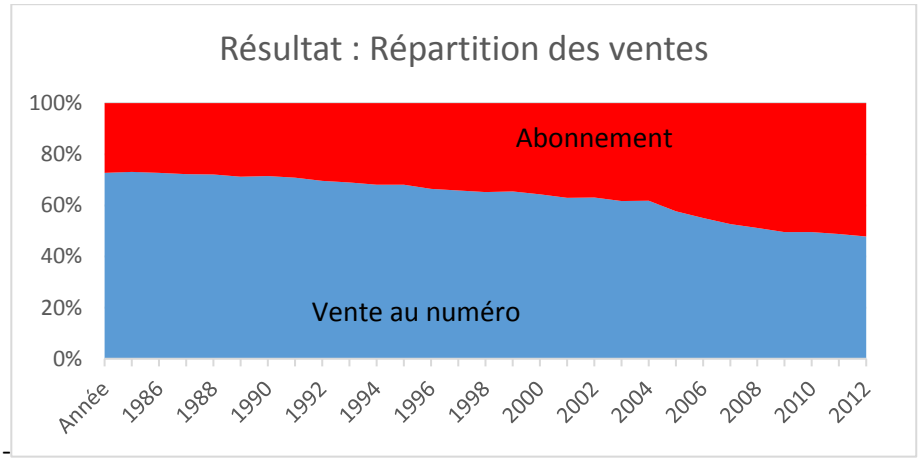
L'ARDP sous-dimensionnée n'est pas en capacité de les contenir.

Association pour l'avenir des diffuseurs de Presse
77, route des Mouilles 74400 CHAMONIX MONT-BLANC
Mail : presse2012@sfr.fr Blog : marchandsdepresse.com

Annexe 2 : **Le contournement de la Loi Bichet et du système coopératif par l'abonnement**







Les grands éditeurs ont toujours voulu vendre en direct pour éviter les contraintes de la Loi Bichet.

L'occasion leur en a été donnée par le numérique.

En 2005 ils ont commencé à créer un écart de prix significatif entre l'abonnement et la vente au numéro.

Ils ont ainsi dépossédé d'une partie significative du marché le système coopératif qu'ils géraient, occasionnant les pertes des messageries et les fermetures de magasins.

Ils ont été soutenus par les aides de l'Etat qui n'a pas su mesurer les impacts réels (cf. page suivante) et s'est contenté d'aller dans le sens demandé par ces grands éditeurs.

Association pour l'avenir des diffuseurs de Presse
77, route des Mouilles 74400 CHAMONIX MONT-BLANC
Mail : presse2012@sfr.fr Blog : marchandsdepresse.com

Annexe 3 : **Courrier de la Chancellerie**

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
MINISTÈRE DE LA JUSTICE

Paris, le 31 JUIL. 2014

DIRECTION
DES AFFAIRES CIVILES ET DU SCEAU

LA DIRECTRICE

D1/ CMD/2014-28/201410009123|100

Monsieur,

Je fais suite à votre courrier du 30 janvier 2014 dans lequel vous appelez mon attention sur un courrier émanant du Président de l'Autorité de Régulation de la Distribution de la Presse (ARDP) que vous aviez interrogé sur les relations entre les diffuseurs et éditeurs ainsi que sur le statut juridique du diffuseur de presse.

L'article 1er de la loi n° 47-585 du 2 avril 1947, relative au statut des entreprises de groupage et de distribution des journaux et publications périodiques, dite loi «Bichet», dispose que «*la diffusion de la presse imprimée est libre et que toute entreprise de presse est libre d'assurer elle même la distribution de ses propres journaux et publications périodiques par les moyens qu'elle jugera les plus convenables à cet effet*».

Si cette loi, telle que modifiée par la loi n° 2011-852 du 20 juillet 2011, ne pose pas les conditions des relations contractuelles entre les éditeurs de presse et les divers niveaux de distribution, le Conseil supérieur des messageries de presse (CSM) assure le bon fonctionnement du système coopératif de distribution de la presse et de son réseau.

Il ressort ainsi du 8° de l'article 18-6 de la loi modifiée, que «*le CSM homologue les contrats-types des agents de la vente de presse au regard de la présente loi et des règles qu'il a lui-même édictées*».

Le contrat dépositaire-diffuseur a été approuvé par le CSM comme étant conforme à la loi Bichet. C'est un contrat «mandataire-commissionnaire ducroire».

Monsieur Pierre BLOCH
Association pour l'avenir des diffuseurs de presse
Presse et loisirs
12 avenue Guy de Maupassant
78 400 CHATOU

13, place Vendôme
75042 Paris Cedex 01
Téléphone : 01 44 77 60 60
Télécopie : 01 44 77 62 39
www.justice.gouv.fr

Il est possible que les contrats conclus entre dépositaires et diffuseurs puissent contenir des clauses qui les rattachent en réalité à la catégorie des mandats d'intérêt commun. Ainsi que l'indique M. MAISTRE de l'ARDP, il appartient aux juges du fond, sous le contrôle de la Cour de cassation, de procéder à l'exacte qualification du contrat et d'en déduire les obligations qui en découlent pour les parties, en fonction des éléments de faits propres à chacun de ces contrats. Il a pu ainsi être décidé dans les arrêts cités dans la lettre que vous invoquez, et donc dans certains cas, que les contrats liant les parties répondaient non pas à la qualification de commissionnaire ducroire mais à celle de mandat d'intérêt commun.

Il n'appartient pas au ministère de la Justice d'interférer dans cette analyse ni de se prononcer sur la nécessité ou non d'une réforme des règles régissant les différents intervenants de la distribution de la presse.

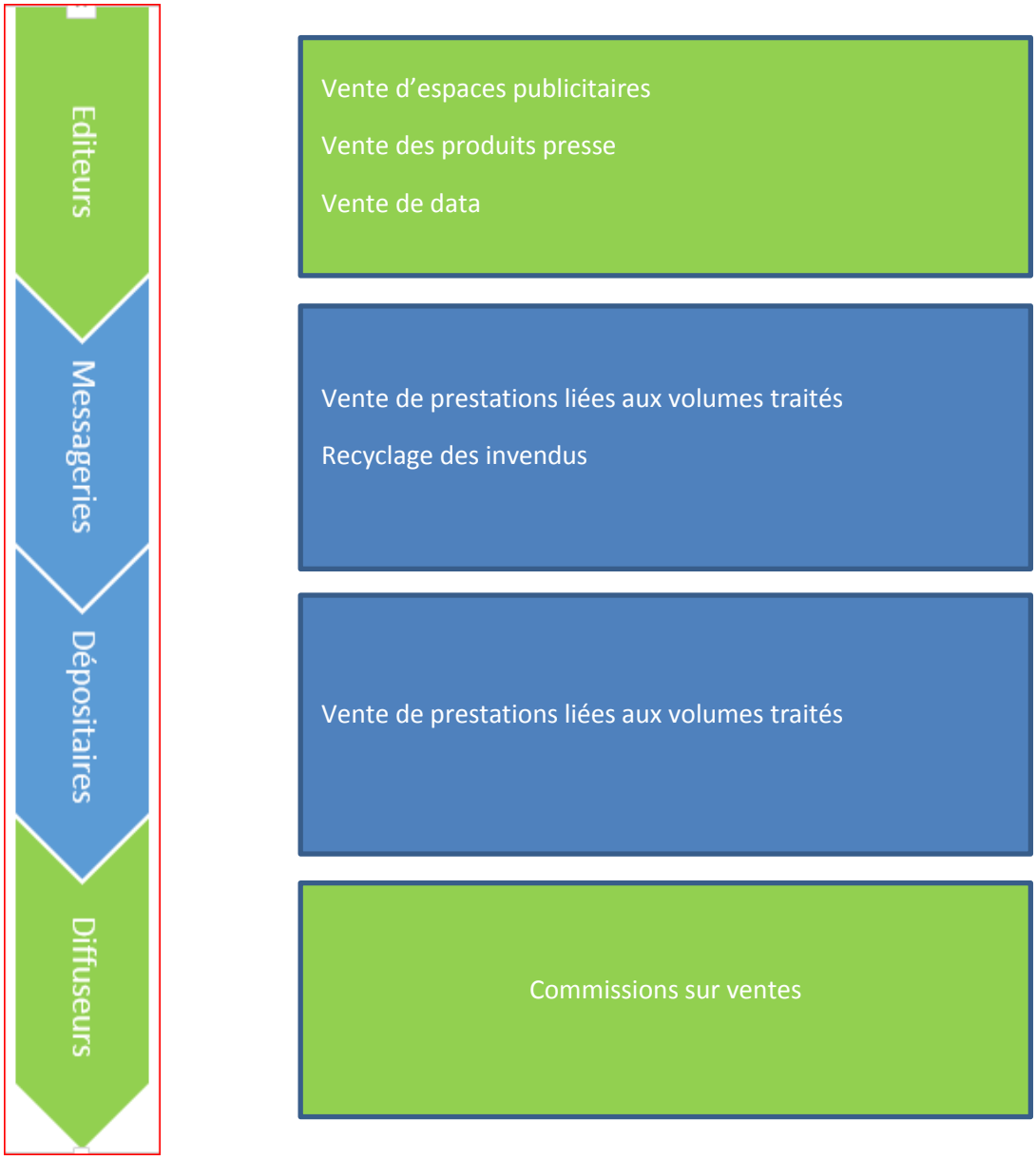
Je vous prie de croire, Monsieur, à l'assurance de ma considération distinguée.

Carole CHAMPALAUNE

Association pour l'avenir des diffuseurs de Presse
77, route des Mouilles 74400 CHAMONIX MONT-BLANC
Mail : presse2012@sfr.fr Blog : marchandsdepresse.com

Annexe 4 : **Empilage de mandats aux intérêts divergents**

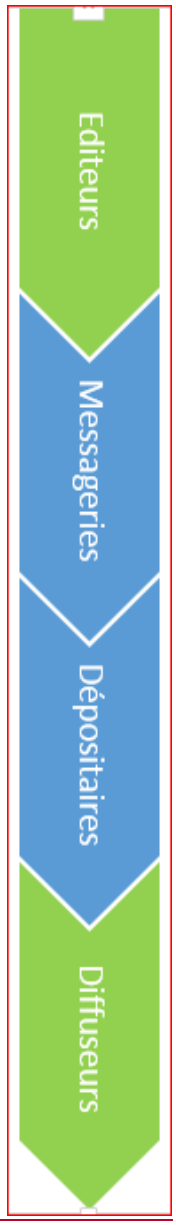
Le système actuel repose sur un empilage de mandats émanant des éditeurs.
Ces mandats présentent un inconvénient : les différents acteurs ont des intérêts divergents.

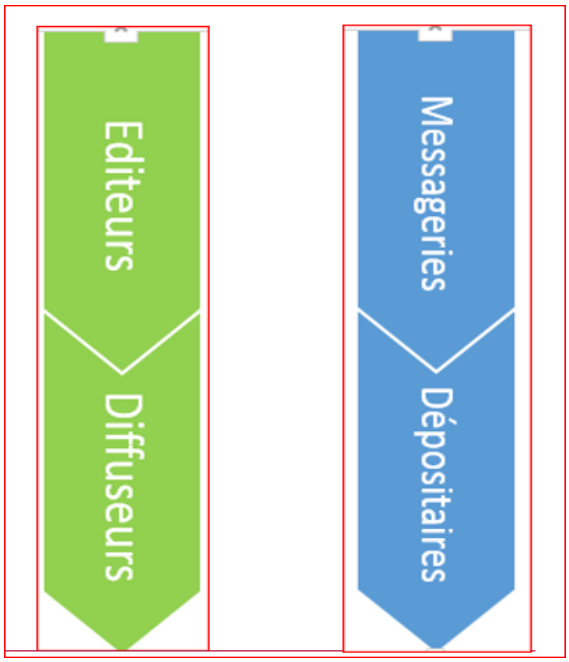


Les acteurs n'ont pas d'intérêt commun. Pire ils sont divergents.
Certains ont intérêt à générer des volumes alors que d'autres n'ont d'intérêt que sur les ventes, et d'autres encore utilisent principalement la presse comme simple support.

Association pour l'avenir des diffuseurs de Presse
77, route des Mouilles 74400 CHAMONIX MONT-BLANC
Mail : presse2012@sfr.fr Blog : marchandsdepresse.com

Annexe 5 : **Raccourcissement des circuits**





Circuit	Avantages	Inconvénients
Court	• Rapidité de la circulation de l'information • Fiabilité de l'information • Amélioration des performances par spécialisation des circuits commercial et logistique • Sécurisation financière • Accélération des flux financiers • Clarification des relations	
Long		• Opacité • Lenteur de l'information • Divergence d'intérêts • Priorités mal définies • Ralentissement des flux financiers • Etc.

Association pour l'aven
77, route des Mouilles
Mail : presse2012@sfr.

Annexe 6 : **Privilèges et discrimination**

Type de point de vente	Offre	Rétribution	Echéance de paiement
Traditionnel	Complète	13%	immédiat
Qualifié	Complète	13%+5 à 8% complémentaires sur une partie du CA	**30 à 40% à 250 jours**
Rayon intégré en GMS	Complète	13%	Immédiat
Concession	Complète	**24%+6% voire plus**	?
Kiosquier	Complète	18%	Immédiat
VPC	50 à 150 titres	10%	Immédiat
Supérette	100 à 300 titres	**13 à 15%**	immédiat

Tableau comparatif des principaux taux de remunérations (net) des agents de la vente de presse au 1° mars 2015

cat	désignation	Diffuseurs banlieue province	Diff Paris et petite couronne	kiosquiers Paris	concessions (RELAY)
DO	Dominicaux	19/14	28	29,5	30
Ph	Publications H coop	13	18,4	19,9	30
QE	Quotidiens Etrangers	14	24	24	nc
QP	Quotidiens Paris	14	17	21	30
AL	Apparenté Librairie	23	23,4	23,4	35
PE	Publications Etrangères	13	23,4	23,4	nc
PP	Para Presse	28	28,4	nc	40
PU	Publications (*magazines*)	13	18,4	22	30

		COMMISSIONS PERCUES								
		VENTES 2015		MARCHAND DE PROVINCE ET BANLIEUE		MARCHAND DE PARIS ET PETITE COURONNE		KIOSQUES PARIS		CONCESSIONS RELAY
DO	Dominicaux	5 099 €	14,0%	713 €	28,0%	1 428 €	29,5%	1 504 €	30,0%	1 530 €
PH	Publications hebdomadaires	11 369 €	13,0%	1 478 €	18,4%	2 092 €	19,9%	2 262 €	30,0%	3 411 €
QE	Quotidiens étrangers	15 411 €	14,0%	2 157 €	24,0%	3 698 €	24,0%	3 698 €	30,0%	4 623 €
QP	Quotidiens parisiens	62 269 €	14,0%	8 717 €	17,0%	10 585 €	21,0%	13 076 €	30,0%	18 681 €
AL	Assimilés librairie	980 €	23,0%	225 €	23,4%	229 €	23,4%	229 €	35,0%	343 €
PE	Produits encyclopédiques	13 778 €	13,0%	1 791 €	23,4%	3 224 €	23,4%	3 224 €	30,0%	4 133 €
PP	Para-presse	763 €	28,0%	213 €	28,4%	217 €	28,4%	217 €	40,0%	305 €
PU	Publications	191 498 €	13,0%	24 895 €	18,4%	35 235 €	22,0%	42 130 €	30,0%	57 449 €
CA		**301 167 €**		**40 189 €**		**56 708 €**		**66 340 €**		**90 475 €**

Association pour l'avenir des diffuseurs de Presse
77, route des Mouilles 74400 CHAMONIX MONT-BLANC
Mail : presse2012@sfr.fr Blog : marchandsdepresse.com