

**Contribution à la consultation publique en date du 13 décembre 2024 sur la
révision des modalités de calcul et de perception des majorations de taux de
commission des marchands de presse**

0-0-0-0-0-0-0-0-0

L'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse (ci-après « l'Arcep ») met en consultation publique jusqu'au 22 janvier 2025 la révision des modalités de calcul et de perception des majorations de taux de commission des marchands de presse.

Comme évoqué lors de la contribution de France Messagerie à la consultation publique de l'Arcep sur l'Evolution des conditions de rémunération des marchands de presse en date du 23 juin 2023, les éléments de la rémunération des marchands ne permettent pas aux marchands d'anticiper et d'appréhender leurs revenus globaux, et influe sur l'attractivité du métier de marchands de presse.

France Messagerie ne peut donc qu'approuver les deux mesures ayant recueilli un large assentiment au sein de la filière et **objet du projet de décision** soumis à consultation à savoir :

i) l'indexation des seuils de la majoration liée au chiffre d'affaires presse des points de vente par rapport à l'évolution nationale des ventes de presse au numéro ; et

ii) le versement aux marchands de toutes les majorations selon le même calendrier que la rémunération de base, à l'exception éventuelle de la majoration liée au chiffre d'affaires,

avec toutefois **quelques ajustements quant à leur mise en œuvre.**

A titre liminaire, il est rappelé que lors du Comité de Concertation de la Distribution de la Presse du 16 octobre 2024, l'Arcep a invité les acteurs de la filière à engager des négociations commerciales en vue de la revalorisation du taux de commission minimal de certains points de vente dont un retour est attendu pour le 14 mars 2025. Aussi, selon les propositions d'évolution consensuelles qui émaneront de ces négociations et notamment en cas d'évolution de la structure même de la rémunération des marchands, France Messagerie peut être amenée à faire évoluer sa contribution.

- i) **L'indexation des seuils de la majoration liée au chiffre d'affaires presse des points de vente par rapport à l'évolution nationale des ventes de presse au numéro :**

France Messagerie considère **pertinent et le mécanisme d'actualisation des seuils de chiffre d'affaires** basé sur les VMF globales publiées par l'Arcep, dans le cadre de l'application des règles de répartition des coûts mentionnées au 3° de l'article 18 de la loi Bichet (communément appelées « péréquation »), en application de la formule précisée en annexe de la future décision.

Toutefois, France Messagerie relève que **le tableau récapitulatif des seuils de chiffre d'affaires ne reprend pas les points de vente de capillarité** que sont les points de vente Complémentaires » (PVC) commercialisant une offre presse bloquée à 50/100/150 titres et les points de vente « Quotidiens » (PVQ) ne commercialisant que les quotidiens nationaux. Ainsi, si les points de vente de capillarité (PVC) ne sont plus créés, certains sont encore existants. Au cumul, les PVC et PVQ représentent à ce jour 2.701 points de vente soit 14% du nombre de points de vente.

ii) Modification du calendrier de versement des majorations :

France Messagerie estime **qu'un maximum de majorations de la rémunération des marchands, doit être versé « au fil de l'eau » sur les relevés hebdomadaires pour une meilleure visibilité et anticipation du calendrier de versement et ainsi apporter immédiatement de la trésorerie aux marchands, sans attendre le versement semestriel.**

Étant donné la complexité et l'hétérogénéité des majorations, leur versement en même temps que la rémunération de base simplifierait le processus et garantirait une augmentation automatique et immédiate des revenus pour les diffuseurs. Seule la rémunération variable dépendant de critères précis et vérifiables doit continuer à être différer, devenant ainsi un véritable « bonus » incitatif pour le marchand.

Ainsi, l'Arcep propose que [...] « les rémunérations des marchands qui dépendent des dispositions 7°, 8°, 10°, 12° et 13° (à l'exception de celle prévue à la dernière ligne du tableau) de la décision n° 2014-03 du CSMP soient payables au plus tard à la même date que les taux de commission mentionnés au 4° de la décision n° 2014-03 du CSMP ».

Toutefois, il nous semble impératif de maintenir le versement de certaines majorations à postériori afin d'éviter de devoir procéder au recouvrement d'un éventuel trop perçu et qui aurait pour conséquence d'avoir un effet inverse à l'objectif de la mesure, sur la trésorerie du marchand, à savoir la déstabilisation financière de celui-ci. Par ailleurs, si un tel recouvrement à postériori s'avérait impossible, il n'appartient pas à la filière dont les acteurs sont pour certains déjà affaiblis financièrement de supporter la défaillance du marchand (impayés, manque de liquidités, liquidation etc.).

Dès lors, **seuls les critères de géo commercialité du point de vente** (disposition 8° de la décision n° 2014-03 du CSMP) **et la majoration pour la vente de quotidiens au sein des magasins de concessions** (disposition 13° de la décision n° 2014-03 du CSMP et 6° de la décision n°2014-09 du CSMP) **nous semblent devoir être versés au fil de l'eau.**

A l'inverse, les **majorations au titre de l'équipement d'un logiciel de « remontée des ventes » et d'une « caisse communicante »** (disposition 7° de la décision n° 2014-03 du CSMP) **et au titre du linéaire développé consacré à la présentation des produits presse** (dispositions 10° et 12° de la décision n° 2014-03 du CSMP et 5° et 6 de la décision n°2014-09 du CSMP) **doivent rester incitatives.** Ne pouvant exercer effectivement en amont un contrôle des taux de scan et du maintien du mètre linéaire développé par le point de vente, nous nous exposons à une baisse de ceux-ci et au recouvrement d'un éventuel trop perçu à tort. Outre, une **exposition accrue des dépositaires au risque de non-recouvrement** et donc de perte, cette mesure aurait un **effet contraire à l'objectif** de la mesure d'amélioration de la trésorerie du marchand.

Par ailleurs, **le taux de commission des diffuseurs dits « spécialisés » fixé pour les publications périodiques et les quotidiens à 15%, est, pour des raisons historiques, versé en deux fois : 13% pour les publications et 14% pour les quotidiens au fil de l’eau et le complément de façon semestrielle.**

La décision n° 2014-03 du CSMP avait en effet validé que le taux de commission de base des diffuseurs spécialisés devait être de 15% pour les publications périodiques et les quotidiens, par l’ajout d’un critère de spécialisation respectivement de 2 et 1 %, ce critère devant être versé au fil de l’eau. Mais, en 2014, les développements informatiques étaient tels que la décision a été prise de verser semestriellement ces points complémentaires, sans évolution depuis. France Messagerie propose donc d’inclure dans le projet de décision le versement effectif des 15% au fil de l’eau dans des délais identiques à ceux annoncés pour la mise en œuvre des autres mesures incluses dans celle-ci tenant compte des développements informatiques nécessaires.

Pour la métropole, **environ 71% du montant des majorations seraient ainsi versé au fil de l’eau aux marchands.** France Messagerie se propose **de verser les 29% restant en une seule fois en année N+1 (et non plus semestriellement).**

Enfin, comme relevé par l’Arcep, **un délai important de mise en œuvre est à prendre en compte.** Des développements informatiques seront nécessaires, notamment une adaptation de la facturation de France Messagerie vis-à-vis des dépositaires (mise en place courant 2025) mais également une individualisation des taux de rémunérations des points de vente.

En effet, les facturations et versements aux marchands étant réalisés par les dépositaires (versement par les SADP d’un taux « commettant » dépositaire et marchands directement aux dépositaires en charge de reverser le taux marchands), sans intervention des SADP via le logiciel de traitement RéseauPresse ; il convient de **prendre en compte les délais de création de la société commune entre les SADP et SNDP pour la gestion et reprise du logiciel filière ainsi que les délais liés à l’abandon par France Messagerie du logiciel P2000 au profit du logiciel RéseauPresse** en fonction, avec les temps de formation et appropriation de ce nouvel outil.

Enfin, comme évoqué en introduction, les négociations commerciales actuellement conduites au sein de la filière en vue notamment de la revalorisation du taux de commission des points de vente peuvent, en cas de consensus, amener à changer la structure même de la rémunération, qui, actuellement est difficilement lisible et complexe. Il convient donc que l’Arcep prenne impérativement en compte, dans le délai de mise en application de son projet de décision, les conséquences éventuelles en termes de développements informatiques, notamment en cas de “chevauchement” des mesures à mettre en place ; au risque d’être dans l’incapacité de pouvoir satisfaire les attentes de la filière.
