

## L'Arcep devrait rendre sa décision sur le cadre général et les principes de la rémunération des marchands de presse d'ici le mois de juin

mer 13/03/2024 - 16:32



Le congrès national de Culture Presse se poursuit aujourd'hui, avec notamment la traditionnelle et toujours très attendue table ronde sur la distribution. Ce matin, Laure de la Raudière, présidente de l'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse (Arcep), Bruno Aussant, président du Syndicat national des dépositaires de presse (SNDP), Sandro Martin, directeur général de France Messagerie et José Ferreira, président de MLP, se sont donc présentés devant les élus de Culture Presse pour une session très largement tournée vers la question de la revalorisation de la rémunération des marchands. Morceaux choisis.

Laure de la Raudière, présidente de l'Arcep : « L'Arcep a placé au cœur de ses réflexions les marchands de presse, en ce qui concerne l'offre de presse d'abord et la rémunération d'autre part. Sur la rémunération, l'Arcep a décidé d'ouvrir une réflexion l'année dernière, face à la baisse structurelle du volume d'affaires et donc de la rémunération des marchands, rendant le métier moins attractif et fragilisant donc l'ensemble de la filière. De manière urgente, nous avons adopté à l'été 2023 une décision abaissant de 6% les seuils utilisés pour déterminer la majoration liée au chiffre d'affaires, qui sera prise en compte pour le calcul des compléments de rémunération du deuxième semestre 2023. Sur le cadre général, nous avons lancé une consultation publique, à laquelle nous avons reçu une trentaine de contribution. Il y a quelques points de convergence : personne ne dit qu'il ne faut rien changer ! Tous s'accordent sur le besoin d'apporter de la simplification, de la prévisibilité pour les marchands et le pilotage des éditeurs ; et la plupart reconnaissent la nécessité de faire évoluer le mécanisme de règlement différé. Mais, sans surprise, il y a aussi de nombreux points de divergence, sur le type d'incitation économique à apporter aux marchands, et des vues opposées sur les mécanismes de majoration. Nous sommes en train d'instruire le dossier, et échangeons encore avec les acteurs de la filière. Nous prévoyons de prendre une décision sur les principes et ce cadre

général de la rémunération des marchands d'ici le mois de juin. »

Bruno Aussant, dépositaire à Versailles et président du SNDP : « La priorité est de freiner l'érosion des ventes, voire les développer. La motivation passe par le produit, et par la rémunération. Trop de points de vente abandonnent presse ou réduisent leur linéaire, car cela leur demande trop de temps, impose trop de contraintes ou n'est pas assez rémunérateur. Un point de vente moyen fait un volume d'affaires de 50 000 euros et donc 7 000 euros de chiffre d'affaires. Qui vit avec ça ? Pour maintenir la presse, il faut que cela soit rentable, et reconnu comme un vrai métier rémunéré à sa juste valeur. D'où l'importance aussi d'une formation de qualité. »

Sandro Martin, directeur général de France Messagerie : « S'il y a un point sur lequel nous sommes tous d'accord, c'est que les rémunérations sont bien trop complexes du fait de leurs nombres, c'est une usine à gaz ! France Messagerie propose de faire évoluer la rémunération pour la rendre plus lisible, en particulier en ce qui concerne les chèques de qualification. Nous appelons aussi à revoir les mécanismes de rémunération pour les adapter à la réalité commerciale des marchands. Plusieurs majorations appliquées aujourd'hui nous semblent pertinentes, comme la situation géographique, la taille du linéaire, le chiffre d'affaires ; d'autres non, comme l'informatisation, qui est aujourd'hui une obligation. Nous proposons aussi d'ajouter de nouveaux critères de sur-rémunération, autour du dynamisme commercial, de l'acceptation des nouveautés, du nombre de titres proposés, ou des jours et horaires d'ouverture. Enfin, nous plaidons pour simplifier fortement les catégories et segments de points

de vente, et des offres (offre non assortie, offre complète assortie, ou offre réduite). La part fixe de la rémunération serait ainsi déterminée uniquement par le segment du point de vente et la nature de l'offre, et la part variable par les critères de commercialité. Cette refonte est un travail qui à mon avis prendra plusieurs années, mais nous aimerions tendre vers cette rationalisation du système. »

José Ferreira : « Notre position est simple, il faut un choc de simplification ! Les SADP peuvent donner des pistes et des éléments techniques, mais c'est un débat qui doit avoir lieu avec les éditeurs, qui sont ceux qui financent le système. Ils ont parfaitement conscience de l'importance du réseau. Selon nous, il ne faut laisser dans la rémunération différée que ce qui est indispensable et incitatif (le chiffre d'affaires, les mètres linéaires ou mieux, le nombre de titres exposés), et inclure tout le reste dans rémunération de base. Aujourd'hui, le nombre de catégories de diffuseurs est incompréhensible, il faut faire plus simple et plus efficace. »