

Un appel à accélérer sur l'évolution de la rémunération

mer 05/03/2025 - 16:44



L'évolution de la rémunération des marchands de presse était l'un des sujets centraux de la traditionnelle table ronde sur la distribution de la presse, réunissant les représentants de la filière au sein du congrès national de Culture Presse. Avec un mot d'ordre : accélérer et aboutir. Morceaux choisis.

« L'Arcep considère que la diminution du nombre de points de vente met en péril l'accès à la presse du citoyen-lecteur. L'attractivité du métier de marchand de presse est un enjeu crucial. En octobre 2024, l'Autorité a invité les acteurs de la filière à engager des négociations pour la revalorisation du taux de base de la rémunération des marchands. De notre point de vue, la hausse minimale devrait être de deux à quatre points pour les spécialistes et les kiosques car ce sont ceux qui contribuent le plus à nos objectifs de couverture large et équilibrée du réseau et de pluralisme de la presse. Mais les acteurs sont libres de proposer toute évolution consensuelle, à condition que celle-ci renforce l'attractivité du métier et la diversité de l'offre. Nous avons bien conscience de l'effort demandé, mais l'estimons nécessaire. Des réunions régulières se sont déjà tenues eu sein de la filière et c'est une excellente chose. Mon sentiment est que les discussions sont restées très techniques, et qu'on n'est pas encore entrés dans le vif du sujet. Il est urgent de le faire, et au bon niveau. L'Arcep préférerait que tous s'entendent, mais elle prendra ses responsabilités si les positions ne convergent pas rapidement. La loi nous en a confié la responsabilité. » Laure de la Raudière, présidente de l'Arcep

« En tant que SADP, notre problème est avant tout de modifier le système de paiement de la commission, en supprimant les différés pour ramener le tout dans le taux de base. Il s'agit de déterminer des critères, les appliquer au diffuseur et définir un taux individualisé. Il y a consensus sur cette mesure. Notre rôle est d'aider techniquement à la simplification. Un bon travail a été fait au niveau des data, la réflexion sur ce qui définit un spécialiste ou un kiosque est nécessaire aussi. Mais les décisions seront prises par les éditeurs, ce sont eux qui paient au final. » José Ferreira, président de MLP

« Nous avons fourni toutes les data nécessaires, avec un niveau d'analyse extrêmement fin. Maintenant, c'est aux éditeurs de formuler une proposition pour qu'on puisse ensuite passer à l'action. La collégialité prend du temps, beaucoup d'intervenants sont concernés. Le print garde un poids prépondérant sur le résultat économique des groupes de presse. Nous devons veiller à respecter un équilibre global. » Eric Matton, directeur général de France Messagerie

« Il est nécessaire de se dépêcher pour aboutir car il y aura énormément de développements informatiques à réaliser aussi au niveau 2. Nous appelons à en profiter pour simplifier l'ensemble des relevés. La priorité est à l'harmonisation des outils du réseau presse, puis nous aurons besoin de trois ou quatre mois supplémentaires pour mener les développements informatiques nécessaires, une fois les données transmises par les SADP. » Bruno Aussant, président du Syndicat national des dépositaires de presse.