

*entretien*

# Revalorisation de la rémunération 2007, L'accord

**Par Gérard Proust,  
président de l'UNDP**

Les NMPP (Nouvelles messageries de la presse parisienne), TP (Transports Presse), les MLP (Messageries lyonnaises de presse), le SNDP (Syndicat national des dépositaires de presse) et l'UNDP (Union nationale des diffuseurs de presse) sont parvenus à un accord historique pour revaloriser la rémunération des diffuseurs. Tout ce qu'il faut savoir.

***Quelle est la philosophie de cet accord ?***

Il s'agit de donner un nouveau souffle au métier de diffuseur. Désormais, celui-ci est responsable de son projet commercial : à travers son linéaire, c'est lui qui décide de la place qu'il réserve au produit presse et il est rémunéré en conséquence. Cette notion de choix est fondamentale, il s'agit de remettre le marchand - celui qui consacre l'essentiel de son temps à la presse - au centre du jeu. Cet accord vise aussi à apporter une réponse aux points de vente les plus exposés, ceux qui disparaissent le plus vite, en centre-ville notamment : ce sont souvent les plus spécialisés. Ces magasins de proximité sont la figure de proue de l'image du réseau et de la presse aux yeux du grand public et des éditeurs. Il était temps de réagir si nous voulions encore parler d'avenir.

***Qui est concerné par cet accord ?***

Il s'adresse aux 14 000 marchands de journaux qualifiés 1<sup>er</sup> plan, dès lors qu'ils répondent aux critères suivants : être informatisé et faire remonter leurs ventes



# des diffuseurs accord

“ 23,5 millions  
d'euros vont  
être injectés  
dans notre réseau ”

via un logiciel homologué par les sociétés de messageries, d'une part ; s'engager à se former tous les trois ans et à moderniser son point de vente tous les 9 ans, d'autre part. Nul doute, ce plan vise à tirer notre profession vers le haut : j'espère qu'il aura à court terme un effet dynamisant sur l'ensemble du réseau. Les kiosques et les petites surfaces sont également concernés.

### *C'est un véritable accord interprofessionnel ?*

Oui, il a été signé par toutes les sociétés de messageries, c'est ce que j'appelais de mes vœux depuis longtemps. Les NMPP y contribuent à hauteur de 19,6 millions d'euros, les MLP à hauteur de 3,9. Pour qu'une avancée de cette ampleur puisse intervenir, il fallait au préalable rapprocher les points de vue, ce qui, il est vrai, a pris un peu de temps. Mais au final, c'est un vrai plus pour le diffuseur qui, dans sa pratique quotidienne, traite d'ailleurs de façon égale les titres, quelle que soit la société de messagerie qui les distribue.

### *Comment est calculé le complément de rémunération ?*

Il prend tout d'abord en compte le linéaire développé total, et ce dès 100 mètres. C'est un critère simple, lisible, sur lequel le diffuseur a une prise directe. Par ailleurs, le marchand de journaux qui réalise un volume d'affaires

### ► Les critères d'éligibilité

1. Être qualifié 1<sup>er</sup> plan (ou qualifiable à Paris, Lyon, Bordeaux, Marseille)

2. Être informatisé et remonter des informations

Le diffuseur doit être équipé d'une version de logiciel presse homologuée "remontée des ventes" par les messageries. Il doit effectuer le scan des produits avec un taux de fiabilité supérieur ou égal à 90 %. Chaque fin de journée, le fichier des ventes est ensuite remonté automatiquement vers les messageries.

3. Se former tous les 3 ans

Le diffuseur de presse s'engage à suivre un stage de perfectionnement presse tous les trois ans (à compter de mars 2006). Cet engagement concerne une personne participant à la gestion du point de vente.

4. Moderniser son point de vente tous les 9 ans

Le diffuseur s'engage à réaliser une action de modernisation du point de vente tous les 9 ans (à compter de mars 2006), et ce à hauteur de 3 500 € HT minimum (base 2006 hors gros œuvre). Sont retenus les investissements destinés à améliorer la présentation de la presse.

#### • La procédure

Au 1<sup>er</sup> septembre de chaque année, à la demande des messageries, le dépositaire central remet à chacun des diffuseurs susceptibles d'être concerné par cette rémunération complémentaire, un document déclaratif normalisé. Avant le 31 décembre, le dépositaire, mandaté par les messageries, leur remonte le fichier qu'il aura validé avec le représentant de l'UNDP et les représentants des messageries désignés à cet effet.

### ► Rémunération nette (publications) hors performance commerciale

Exemples	Linéaire développé et rémunération complémentaire			
	100 à 130 m : + 1 point	130 à 150 m : + 1,5 point	150 à 180 m : + 2 points	Plus de 180 m : + 2,5 points
Diffuseurs de province	16 %	16,5 %	17 %	17,5 %
Diffuseurs de province en aire urbaine (1)	17 %	17,5 %	18 %	18,5 %
Diffuseurs de province en galerie marchande (supermarché) (1)	17 %	17,5 %	18 %	18,5 %
Diffuseurs de province en galerie marchande (hyper) (1)	19 %	19,5 %	20 %	20,5 %
Diffuseurs grandes villes (2)	19 %	19,5 %	20 %	20,5 %
Diffuseurs zone SPSS (3)	19 %	19,5 %	20 %	20,5 %

(1) Diffuseur ayant réalisé plus de 75 000 € de volume d'activités au semestre.

(2) Lyon, Bordeaux et Marseille.

(3) Paris et Banlieue proche, ex-PDP (Paris Diffusion Presse).



A partir de 100 mètres du linéaire développé total dédié à la presse, le diffuseur bénéficie d'un complément de rémunération.

►►► semestriel supérieur à 75 000 € – c'est ce qu'on appelle la "performance commerciale" - bénéficie d'un bonus, suivant un barème progressif. Et si ce dernier est situé en galerie marchande ou dans une aire urbaine, il se voit attribuer un revenu complémentaire de 1 à 3 points.

**Le chiffre d'affaires n'est donc pas un critère d'accès à ce dispositif ?**

Non, effectivement, l'UNDP y a été très attentive car les diffuseurs ne bénéficient pas de tous les leviers pour développer leur chiffre d'affaires : ce ne sont pas eux qui organisent leur offre, qui déterminent les prix...

**De combien va être revalorisée la rémunération des diffuseurs concernés ?**

Hors performance commerciale, le diffuseur de presse concerné percevra un taux de commission compris entre 16 et 20,5 points nets, soit une progression de sa rémunération de 6,7 à 36,6 %. Par exemple, un diffuseur de presse de province dont le linéaire développé total dépasse 100 mètres percevra au moins 16 % de taux de commission. Le diffuseur de province dont le linéaire est supérieur à 180 mètres, situé en galerie marchande d'un hypermarché, bénéficiera lui d'un taux de commission de 20,5 %. Si on inclut la performance commerciale, cela peut monter jusqu'à 24 % nets. ■

► **Le calcul de la rémunération complémentaire**

La rémunération est liée

**a. au mètre linéaire développé total**

- Entre 100 et 130 m : + 1 point.
- Entre 130 et 150 m : + 1,5 point.
- Entre 150 et 180 m : + 2 points.
- Supérieur à 180 m : + 2,5 points.

**b. à la performance commerciale**

Le diffuseur réalisant sur les publications un volume d'affaires semestriel supérieur ou égal à 75 000 € toutes messageries confondues (NMPP, TP et MLP) bénéficie d'une rémunération complémentaire, par tranche, selon le barème suivant.

Volume d'affaires annuel en milliers d'euros :



- Entre 75 et 126 : 1 %.
- Entre 126 et 151 : 1,25 %.
- Entre 151 et 176 : 1,5 %.
- Entre 176 et 201 : 2 %.
- Entre 201 et 226 : 2,5 %.
- Entre 226 et 251 : 3,5 %.
- Supérieur à 251 : 5 %.

**c. au facteur géo-commercial**

Sont concernés les diffuseurs qui réalisent un chiffre d'affaires semestriel supérieur à 75 000 euros (sauf Paris, Lyon, Bordeaux et Marseille), situés :

- en aire urbaine (commune de plus de 10 000 habitants dans une aire urbaine de plus de 50 000 habitants) : + 1 point.
  - ou en galerie marchande :
    - de supermarché (entre 400 et 2 500 m<sup>2</sup>) : + 1 point.
    - d'hypermarché (surface supérieure à 2 500 m<sup>2</sup>) : + 3 points.
- Ces trois éléments ne sont pas cumulables entre eux.

► **Les kiosquiers**

• **Concernant les publications**

(à l'exception des publications étrangères)

- Province : + 2 points, soit un taux de commission de 18,5 % nets.
- Grandes villes (Lyon, Bordeaux et Marseille) : + 1 point, soit un taux de commission de 20,5 % nets.
- Paris SPSS : + 0,6 point, soit un taux de commission de 20,5 % nets.

• **Concernant les quotidiens du matin, du soir et du 7<sup>ème</sup> jour**

- Province (qualifiés 1<sup>er</sup> plan) : + 1 point, soit un taux de commission de 17,5 % nets.
- Grandes villes : + 2 points, soit un taux de commission de 17,5 % nets.

► **Les petites superficies à Paris, Lyon, Bordeaux et Marseille**

Dans les centres-villes, les surfaces de vente ne sont pas extensibles mais les chiffres d'affaires réalisés peuvent être conséquents. L'accord attribue donc à ces diffuseurs une rémunération nette de 20,5 points, si les conditions suivantes sont réunies :

- une surface de vente inférieure ou égale à 30 m ;
- un linéaire total développé supérieur ou égal à 50 m ;
- un chiffre d'affaires semestriel supérieur ou égal à 48 000 euros.