

Culture Presse : actions et acquis

- [La pratique professionnelle](#)
- [L'économie des points de vente](#)

Au fil des ans et depuis sa création, Culture Presse n'a eu de cesse de négocier, avec l'interprofession, des accords au service des marchands de presse. Sa présence au Conseil supérieur des messageries de presse (NB : la réforme de la loi Bichet a fait disparaître cette entité en 2019 au profit d'un nouveau système de régulation de la filière via l'Arcep) en fait un acteur incontournable des négociations qui s'opèrent au sein de la filière. Elle a ainsi fait évoluer, de façon significative, la pratique professionnelle et l'économie des points de vente.

Retour sur les dernières mesures adoptées par le Conseil supérieur des messageries de presse et rendues exécutoires par l'Autorité de Régulation de la Presse en faveur des diffuseurs de presse, sur proposition initiale de Culture Presse :

La pratique professionnelle

1. De la reconnaissance d'un statut juridique à l'uniformisation des méthodes de travail

Dès 1982, Culture Presse s'est fortement engagée en faveur de la reconnaissance du **statut de diffuseur de presse**. Elle a contribué à la mise en place du "contrat Dépositaire/Diffuseur". Les nombreux accords négociés par Culture Presse en faveur de la profession ont prolongé et complété ce contrat. Culture Presse a également contribué à **l'unification du mode de règlement des fournitures de presse** sur tout le territoire et des règles de distribution (durées de vente, etc.).

2. De la définition du produit presse à la distinction des produits hors presse

Les définitions successives du produit presse ont permis de distinguer de **nouvelles catégories de produits** (assimilé librairie, parapresse, multimédia, hors presse) et de déterminer ainsi de **nouvelles conditions commerciales** pour ces derniers, sous l'impulsion de Culture Presse.

Adoptée en mars 2013, une décision arrête désormais les conditions d'accès des titres aux conditions de distribution "presse" des messageries et régule les conditions de distribution des autres produits distribués par les messageries de presse. Cette décision fixe par ailleurs les

conditions de recours – pouvant être exercé par toute personne intéressée - en cas de doute sur la qualification d'un produit et permet la requalification en cours de vente.

Culture Presse a plusieurs fois porté des dossiers devant le CSMP depuis la mise en place de cette mesure (travail de veille de son observatoire technique) et a obtenu gain de cause.

[Voir la Décision du CSMP relative à la qualification du produit presse](#)

Par ailleurs, à partir de 1996, le diffuseur peut faire valoir "sa clause de conscience" pour s'exonérer de la vente des titres de charme.

3. De la réforme des invendus à l'adaptation aux besoins de la clientèle

Culture Presse a contribué à de nombreuses avancées, comme la création du **retour autorisé** (droit de retour des oubliés), ou encore la définition d'une procédure pour les départs en congés, etc.

Dès 1997, elle a demandé et participé à l'élaboration de mesures qui ont permis notamment de simplifier et fiabiliser le retour des invendus. A la faveur des États généraux de la presse, elle impose le principe d'une limite des contraintes pesant sur le marchand, qu'elle fait inscrire dans la loi de 2011, modifiant ainsi la loi Bichet de 1947 : mise à zéro des titres non vendeurs, plafonnement des quantités servies, droit à un assortiment en fonction de la capacité d'exposition et des attentes de la clientèle...

En 2019, en pleine réforme de la loi Bichet, elle se bat pour que la presse soit précisément définie dans la loi. Elle obtient ce progrès ; de même que la réaffirmation de l'assortiment. La presse est ainsi répartie en trois grandes catégories, sur une idée de Culture Presse. Ce qui permettra au marchand de presse de bénéficier, pour la première fois, d'une marge de manoeuvre sur les titres qu'il met en vente ; ainsi que sur les quantités.

Désormais adoptées avec la promulgation de la loi Bichet modernisée le 18 octobre 2019, ces mesures doivent favoriser le dialogue commercial et limiter les excès de la distribution.

Pour peser dans la mise en oeuvre de la loi, Culture Presse a publié un Livre Blanc, qui liste toutes les questions qui se posent, sur tous les sujets concernant directement les marchands de la presse, afin de partager ses analyses et afficher ses propositions. Il est une référence pour les acteurs représentatifs de la filière, ainsi que pour le nouveau régulateur, l'Arcep.

[Consulter le Livre Blanc pour la mise en oeuvre de la nouvelle loi Bichet](#)

L'économie des points de vente

1. Améliorer la trésorerie des marchands

En 1990, un diffuseur avançait encore 21 jours de trésorerie à la filière. Partant de ce constat, Culture Presse a toujours cherché à améliorer significativement la trésorerie des marchands.

- **Les décalages de jours de paiement.** Au fur et à mesure, Culture Presse obtient les décalages du paiement des fournitures (1 jour de décalage en 1990, puis 5 jours en 1997). Les marchands ont donc pu récupérer une part importante de trésorerie (5 jours équivalant à 26 millions d'euros).
- **Les journées de crédit d'invendus.** Entre 1993 et 2000, 4 jours de crédit d'invendus sont récupérés pour être comptabilisés sur la semaine en cours. Plus de 10 millions d'euros sont ainsi réinjectés dans le réseau.
- **Les Règlements différés (RD).** En 1985, Culture Presse obtient un premier règlement différé à 4 semaines (qui passera à 8 semaines en 1990) pour les titres irréguliers et les publications supérieures au mois. En 2013, ce règlement différé s'applique aux mensuels. Le paiement des trimestriels est quant à lui rallongé de 3 semaines ; soit une mesure qui représente 50 millions d'euros.

Aujourd'hui, les marchands de presse bénéficient ainsi de 11,83 jours de trésorerie positive.

- Culture Presse s'est toujours battue pour la mise en place d'un système qui soit le reflet des ventes, de leur rythme et de leur réalité, parce que les marchands de journaux sont avant tout des commerçants et non des agents de la logistique. Les marchands de journaux voudraient un affichage plus lisible et plus de prévisibilité de leur trésorerie. Ils attendent que celle-ci reste favorable sur l'activité presse comme sur leurs autres activités à l'exception du livre, afin d'assurer leur modèle économique. Les marchands de presse attendent un nouveau système d'information qui leur permette la remontée "au fil de l'eau" de la rémunération sur les ventes à laquelle leur niveau de spécialisation leur permet de prétendre.

Pour en savoir plus

[Voir la contribution de Culture Presse sur la trésorerie](#)

[Voir l'annexe de la contribution de Culture Presse sur la trésorerie](#)
(évolution du système de facturation de 1980 à 2014)

[Voir la Décision du CSMP relative à la trésorerie](#)

[Voir la Contribution de Culture Presse relative à la facturation auprès du CSMP](#)

2. Agir sur les charges

Plan d'aide à la modernisation. Une première enveloppe d'aide à la modernisation, de 3,5 millions d'euros, est octroyée au réseau des marchands de presse en 2005 pour les accompagner dans la modernisation de leurs points de vente. Depuis, cette aide s'est pérennisée, et étendue à la modernisation relative au matériel informatique. Grâce à ses contacts permanents avec le ministère de la Culture, Culture Presse a pu faire évoluer à la hausse l'enveloppe budgétaire (jusqu'à 6 millions), ainsi que son périmètre et son seuil d'accès. A partir de 2017, les diffuseurs ont pu renouveler leur demande d'aide tous les 4 ans pour le

mobilier et tous les 2 ans pour l'informatique. En 2021, Culture Presse obtient le doublement de l'aide à la modernisation, qui passe à 12 millions d'euros.

Exonération de la Contribution économique territoriale (CET). Dès 1996, l'organisation s'est intéressée à la taxe professionnelle payée par les entreprises. Différentes exonérations partielles ont été obtenues des collectivités locales, à la suite du vote de l'article 109 de la loi de finances 2004. Mais fin 2016, la persévérance de Culture Presse a porté ses fruits puisque les députés ont voté l'exonération totale et automatique de la CET pour les spécialistes de la presse en 2017. Cette exonération est aujourd'hui automatique pour tous les marchand spécialistes indépendants, sans qu'elle ait à être votée par les collectivités.

[En savoir plus sur l'exonération de la CET et connaître les modalités pour en bénéficier !](#)

Le maintien de la commission du marchand en cas de baisse promotionnelle du prix de référence d'un titre. Cette mesure d'équité permet de ne pas faire supporter par le diffuseur le poids économique de la promotion de l'éditeur, réalisée en jouant sur le prix de vente public de son magazine. Elle a très largement limité une pratique concurrentielle devenue excessive, au détriment de la valeur des ventes, et donc de la commission des marchands.

[Voir la Décision du CSMP relative au maintien de la commission en cas de baisse promotionnelle](#)

3. Améliorer la rémunération

Culture Presse se bat continuellement en faveur de la reconnaissance du réseau des marchands spécialistes indépendants.

1994 et 2007. Deux plans successifs d'amélioration de la rémunération, reposant sur un système de qualification, ont porté la commission sur les ventes des spécialistes indépendants à 17,4% en moyenne (de 15 à 24%).

2008-2011. Les Etats Généraux de la presse, réunis en novembre 2008 à l'initiative du président de la République, reconnaissent l'urgence d'entreprendre des réformes dans la filière et de soutenir le réseau des diffuseurs de presse, jugé indispensable. Ce constat a été une opportunité d'obtenir, pour les marchands spécialistes, une aide gouvernementale exceptionnelle de 4000 € en 2009 et de 1500 € en 2011.

2015-2017. Culture Presse a inspiré, grâce à sa proposition, un nouveau dispositif de rémunération, négocié au sein du Conseil supérieur des messageries de presse. Il simplifie les critères de qualification et apporte un complément de rémunération (pouvant aller jusqu'à 28,5% sur les publications). Il a porté, en trois ans, la rémunération moyenne des spécialistes indépendants à 21%, concrétisant l'ambition de Culture Presse de rejoindre les niveaux de commission des marchands européens. Il est fondé sur trois échelles de calcul indépendantes : le mètre linéaire développé, le volume d'affaires publications et la géocommercialité. C'est plus de 21 millions d'euros supplémentaires dont va bénéficier chaque année le réseau spécialisé !

2020. Face aux impacts de la crise sanitaire liée à l'épidémie de Covid-19 et suite à la crise de la distribution provoquée par la liquidation des dépôts SAD et de la messagerie Presstalis, une aide gouvernementale exceptionnelle au bénéfice des diffuseurs de presse a été mise en place à l'initiative de Culture Presse, pour un montant allant de 1 500 € à 3 000 € selon la zone géographique.

A cette occasion, les marchands de presse ont été désignés parmi les commerces indispensables à la vie de la Nation et ainsi autorisés à ouvrir pendant le confinement.

[Voir la Décision du CSMP relative à la hausse de la rémunération des diffuseurs spécialistes](#)

[Voir la contribution de Culture Presse relative à la rémunération](#)