



Décision n° 07-D-32 du 9 octobre 2007
relative à des pratiques mises en œuvre par la société les Nouvelles
Messageries de la Presse Parisienne (NMPP) et la société Auxiliaire
pour l'Exploitation des Messageries Transport Presse (SAEM-TP)

Le Conseil de la concurrence (section I),

Vu la lettre, enregistrée le 14 septembre 2005 sous les numéros 05/0071 F et 05/0072 M, par laquelle les sociétés les Messageries Lyonnaises de Presse (MLP) et Agora Diffusion Presse (Agora) ont saisi le Conseil de la concurrence de pratiques de la société les Nouvelles Messageries de Presse Parisienne (NMPP) et de la Société Auxiliaire pour l'Exploitation des Messageries Transport Presse (SAEM-TP) et ont sollicité le prononcé de mesures conservatoires sur le fondement de l'article L. 464-1 du code de commerce ;

Vu la décision n° [06-MC-01](#) du 23 février 2006 relative à une demande de mesures conservatoires présentée par les sociétés les Messageries Lyonnaises de Presse et Agora Diffusion Presse ;

Vu le livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence ;

Vu les engagements proposés par les sociétés NMPP et SAEM-TP ;

Vu les observations présentées par le commissaire du Gouvernement et les sociétés NMPP et SAEM-TP ;

Vu les autres pièces du dossier ;

La rapporteure, la rapporteure générale adjointe, le commissaire du Gouvernement et les représentants des sociétés MLP, Agora, NMPP et SAEM-TP entendus lors de la séance du 2 octobre 2007 ;

Adopte la décision suivante :

I. Constatations

A. RAPPEL DE LA PROCEDURE D'ADOPTION DE MESURES CONSERVATOIRES

1. LA SAISINE

1. Par lettre enregistrée le 14 septembre 2005, les sociétés MLP et Agora ont saisi le Conseil de la concurrence de pratiques mises en œuvre par les sociétés NMPP et SAEM-TP. Elles ont également demandé au Conseil de prononcer des mesures conservatoires tendant à faire cesser ces pratiques.
2. Les requérantes font valoir que les stipulations des accords conclus le 30 juin 2005, par les NMPP, d'une part, et la SAEM-TP d'autre part, avec l'Union Nationale des Diffuseurs de Presse (UNDP) et le Syndicat des Dépositaires de Presse (SNDP), portant sur les conditions d'octroi d'une rémunération complémentaire aux diffuseurs de presse, sont susceptibles de faire l'objet d'une application discriminatoire favorisant les diffuseurs liés aux NMPP. Elles soutiennent encore que ces conditions sont de nature à inciter les diffuseurs à faire porter tous leurs efforts sur la distribution des seuls titres NMPP et SAEM-TP et à négliger les titres MLP.
3. Accessoirement à leur saisine au fond, les sociétés NMPP et SAEM-TP demandent, sur le fondement de l'article L. 464-1 du code de commerce, le prononcé de mesures conservatoires.

2. LE SECTEUR D'ACTIVITE

4. La vente au numéro des produits de presse représente 70 % de la distribution de la presse. Une réglementation spécifique mise en place par la loi n° 47-585 du 2 avril 1947, relative au statut des entreprises de groupage et de distribution des journaux et publications périodiques, dite « *loi Bichet* », organise cette activité autour des principes de coopération, de liberté de distribution pour l'éditeur et de neutralité de la distribution. On distingue trois niveaux intermédiaires dans la chaîne reliant les éditeurs et les consommateurs : les messageries de presse (niveau 1), les dépositaires (niveau 2) et les diffuseurs (niveau 3).

a) Le premier niveau : les messageries de Presse

5. En vertu du principe coopératif, un éditeur peut soit assurer lui-même la distribution de ses titres, soit se grouper avec d'autres éditeurs au sein d'une coopérative de distribution, appelée messagerie de presse.
6. La société NMPP, créée en 1947, est une société à responsabilité limitée dont le capital est détenu à 49 % par le groupe Hachette et à 51 % par cinq coopératives d'éditeurs dans lesquelles le groupe Hachette est également présent. Les NMPP participent à la

distribution des quotidiens, activité fortement déficitaire, et bénéficient, à ce titre, d'une subvention. Au total, elles distribuent plus de 3 500 titres de presse (quotidiens et magazines) dont, début 2005, 28 quotidiens et 2 700 magazines français, 80 quotidiens et 900 magazines étrangers et 5 000 parutions de produits multimédias et encyclopédies. En 2006, les NMPP ont réalisé 1 milliard 739 millions d'euros de ventes¹, dont 328 millions d'euros pour les quotidiens et 1 milliard 18 millions d'euros pour les publications.

7. La société SAEM-TP est une société à responsabilité limitée dont le capital est détenu à hauteur de 51 % par des éditeurs, eux-mêmes constitués en trois coopératives, et à hauteur de 49 % par la société Sopredis, filiale de Hachette. Ne disposant pas de centre de traitement logistique, elle confie la sous-traitance de ses opérations aux NMPP. En 2006, la SAEM-TP a réalisé 1 milliard 037 millions d'euros de ventes, dont 209 millions d'euros pour les quotidiens et 824 millions d'euros pour les publications.
8. La société MLP, créée en août 1945, est une société anonyme coopérative dont le capital est détenu par les éditeurs adhérents. Jusqu'en 1993, les MLP sous-traitaient la distribution de leurs titres aux NMPP. Depuis 1994, elles assurent elles-mêmes la distribution. Elles ne distribuent pas de quotidiens mais uniquement des magazines, essentiellement des hebdomadaires et des mensuels, soit près de 2 200 titres début 2005. En 2006, les MLP ont réalisé 533 millions d'euros de ventes, dont 413 millions d'euros pour les publications.

b) Le deuxième niveau : les dépositaires

9. Le réseau dit de niveau 2 est le réseau constitué des dépositaires chargés de distribuer aux diffuseurs la presse qui leur est confiée par les messageries de presse (et par certains éditeurs qui s'adressent à eux directement). Les dépositaires bénéficient d'une exclusivité de distribution des titres qui leur sont confiés sur une zone géographique donnée. A Paris, l'organisation de ce niveau est spécifique, les MLP livrant directement les diffuseurs.

c) Le troisième niveau : les diffuseurs

10. On dénombre environ 32 000 points de vente de la presse au public, selon des configurations très variées (magasins spécialisés, presse-tabac, librairies-papeteries, rayons presse en grande et moyenne surface alimentaire, vendeurs en terrasse ou kiosques et vendeurs ambulants).
11. Ce sont pour la plupart des commerçants indépendants, 77 % d'entre eux exploitant leur affaire sous forme d'entreprise individuelle. Selon l'UNDP, le linéaire moyen développé d'un magasin est de l'ordre de 62 mètres : 53 % de points de vente ont moins de 60 mètres de linéaire développé, 24 % de 60 à 90 mètres, 12 % de 90 à 120 mètres, 6 % de 120 à 150 mètres et 5 % plus de 150 mètres. La surface moyenne d'un magasin est de l'ordre de 50 m². Quant à la commission annuelle moyenne d'un diffuseur, elle est de 12 200 euros pour un chiffre d'affaires presse annuel moyen de 85 400 euros (hors PQR). Celle d'un « diffuseur qualifié » (notion définie au point 20 ci-après), s'établit à 16 800 euros pour un chiffre d'affaires presse annuel moyen de 117 400 euros (hors PQR).

¹ Il s'agit des ventes au prix public des publications.

12. Depuis plusieurs années, les diffuseurs connaissent des problèmes liés à des conditions de travail de plus en plus difficiles, à une rémunération insuffisante et à une faible valorisation de leur fonds de commerce. Depuis 1997, le réseau a perdu 1 024 points de vente. En 2004, il s'est appauvri de 532 points de vente.

3. LES MAGASINS « MAISON DE LA PRESSE », « MAG PRESSE » ET « AGORA PRESSE ET CAETERA »

13. Plus de 1500 magasins spécialisés exercent leur activité de diffuseur sous les enseignes « *Maisons de la Presse* » ou « *Mag Presse* », qui sont des réseaux d'enseignes gérés par la société Seddif, filiale à 100 % des NMPP. Pour accéder à ces réseaux, le diffuseur doit respecter les critères d'aménagement établis par le Seddif et les prescriptions de cette dernière en matière de gestion et d'aménagement du point de vente. Il doit également payer un forfait d'adhésion et une cotisation annuelle, dont les montants sont différents selon qu'il s'agit de l'enseigne Mag Presse ou Maisons de la Presse.
14. Les Maisons de la Presse représentent environ 615 points de vente, ont en moyenne une surface de 110 m² et 20 mètres de linéaire au sol pour 68 mètres de linéaire développé. Les Mag Presse représentent plus de 900 points de vente, ont en moyenne une surface d'environ 60 m² et 14 mètres de linéaire au sol pour 122 mètres de linéaire développé.
15. Un autre concept de magasin spécialisé a été développé par les MLP, les « *Agora presse et caetera* ». Leur activité est centrée sur la presse. Ils reçoivent plus de 3000 titres et disposent d'un linéaire développé de plus de 300 mètres. Ils sont gérés par la société Agora Presse, filiale des MLP.

4. L'ENSEIGNE « LA PLUME »

16. Pendant plus de 40 ans, le logo des NMPP était formé par leurs initiales inscrites dans une plume. En 1988, ce logo a été modernisé, mais la plume a été conservée sous forme stylisée dans le nouveau logo protégé par un dépôt de marque. La plume fait partie des logos des réseaux de diffuseurs Maison de la Presse et Mag Presse.
17. Les NMPP ont développé plusieurs enseignes presse comportant une plume, destinées aux diffuseurs indépendants. Quinze marques déposées comportant une plume ont été recensées. Les diffuseurs souhaitant adopter une de ces enseignes peuvent l'acquérir auprès des revendeurs autorisés par les NMPP.

5. LE SYSTEME DE REMUNERATION DES DIFFUSEURS

18. Les conditions de rémunération des différents niveaux de distribution de la presse ont été précisées par la loi n° 87-39 du 27 janvier 1987 portant diverses mesures d'ordre social, le décret n° 88-136 du 9 février 1988 fixant les montants maximaux des commissions des agents de la vente pris en application de l'article 11 de la loi n° 87-39 précitée, et le décret n° 2005-1455 du 25 novembre 2005 modifiant le précédent.
19. Les taux de rémunération des diffuseurs s'étant révélés insuffisants pour faire face aux charges de ces derniers, un premier plan de revalorisation fondé sur une logique de qualification permettant d'identifier les diffuseurs pour lesquels la presse est une activité essentielle, a donné lieu à la signature de plusieurs accords.

20. Un premier accord a été conclu le 30 septembre 1994 entre les NMPP et l'UNDP, sous l'égide et en présence du Conseil Supérieur des Messageries de Presse (ci-après CSMP) et avec l'intervention du SNDP. Il prévoyait l'octroi d'une rémunération complémentaire aux diffuseurs remplissant certains critères, dénommés "diffuseurs qualifiés". Un accord similaire a été signé le même jour entre les MLP et l'UNDP, sous l'égide et en présence du CSMP, avec l'intervention du SNDP.
21. Un deuxième accord a été conclu le 18 septembre 2001 entre les NMPP, la SAEM-TP, l'UNDP et le SNDP, sous l'égide et en présence du CSMP. Il prévoyait un taux de rémunération revalorisé uniforme de 15 % pour tous les diffuseurs qualifiés. Un accord similaire a été conclu le 12 mars 2002 entre les MLP, l'UNDP et le SNDP.
22. Ce premier plan s'étant avéré insuffisant, un second plan de revalorisation de la rémunération des diffuseurs a été discuté dans le cadre d'une table ronde organisée par le CSMP. A l'issue de ces discussions, deux protocoles interprofessionnels ont été conclus le 30 juin 2005 avec l'UNDP et le SNDP par les NMPP et la SAEM-TP. Ils fixent les critères de qualification permettant aux diffuseurs d'accéder à une rémunération complémentaire. De plus, un avenant au protocole interprofessionnel du 18 septembre 2001, en date du 30 juin 2005, aménage les critères de qualification du premier plan. Un document intitulé "Déclaratif Grandes Villes 2005" est annexé à chacun des protocoles NMPP et SAEM-TP. Enfin, un accord définit les conditions d'octroi d'une rémunération complémentaire aux kiosquiers.
23. Les critères de qualification du premier plan résultant de l'accord du 18 septembre 2001, sont les suivants :
- presse en vitrine : le diffuseur s'engage à réserver en vitrine un espace significatif dédié à la presse.
 - représentativité de la presse : le diffuseur s'engage à consacrer à la présentation en vue de la vente de la presse un pourcentage de son linéaire mural, qui varie en fonction de la surface de vente du magasin :

Surface du magasin	Part du linéaire presse reporté au linéaire total
Jusqu'à 20 m ²	45 %
Entre 20 et 40 m ²	40 %
Entre 40 et 60 m ²	35 %
Entre 60 et 100 m ²	30 %
Supérieure à 100 m ²	25 %

- accessibilité de la presse : le diffuseur s'engage à ouvrir son point de vente six jours par semaine et à respecter certains horaires d'ouverture.
24. L'avenant du 30 juin 2005 apporte à ces critères plusieurs aménagements ou compléments :
- l'article 1.1 de l'avenant prévoit un premier aménagement selon lequel « le point de vente doit disposer d'une enseigne Presse de type « Plume » dont le dessin et modèle doivent être récents et apposés sur la vitrine en enseigne drapeau » ;
 - l'article 1.2 de l'avenant prévoit un deuxième aménagement selon lequel le diffuseur s'engage à consacrer en permanence dans sa vitrine un emplacement dédié significatif, afin de présenter au minimum 2 quotidiens, 8 publications, 2 produits hors presse.

L'ensemble de ces titres en cours de vente fera l'objet d'une rotation régulière et d'une large visibilité des « unes » ;

- l'article 1.3 de l'avenant prévoit un troisième aménagement selon lequel le linéaire presse dédié aux produits des messageries doit représenter une longueur de quatre mètres au sol minimum. Seul doit être déclaré le mobilier mural (mobilier de plus de 1,70 m de hauteur), les îlots et présentoirs n'étant pas pris en compte ;
- l'article 1.3 de l'avenant prévoit un troisième aménagement qui ajoute une option supplémentaire aux créneaux horaires prévus dans le premier plan (horaire journalier de 9 heures).

25. Les critères complémentaires de qualification du second plan définis par les protocoles du 30 juin 2005 sont les suivants :

- Chiffre d'affaires minimum : pour bénéficier d'une rémunération complémentaire sur les titres NMPP, le diffuseur doit avoir réalisé en année n-1, avec les titres NMPP, un chiffre d'affaires d'au moins 50 000 euros ; pour bénéficier d'une rémunération complémentaire sur les titres SAEM-TP, le diffuseur doit avoir réalisé en année n-1, avec les titres SAEM-TP, un chiffre d'affaires d'au moins 30 000 euros ;
- Informatisation et remontée des informations : le diffuseur s'engage à être équipé d'une version de logiciel presse homologuée "remontées des ventes" par les NMPP ; à scanner les produits NMPP et SAEM-TP avec un taux de fiabilité supérieur ou égal à 95 % ; à transmettre aux NMPP chaque jour d'ouverture du point de vente, en fin d'activité journalière, le fichier des ventes de la journée (y compris celles concernant la SAEM-TP).
- Formation professionnelle agréée par les NMPP : le diffuseur s'engage à suivre au minimum tous les trois ans un stage de perfectionnement presse, qui devra être agréé par les NMPP.
- Modernisation du point de vente : le diffuseur s'engage à réaliser une action significative de modernisation du point de vente au moins une fois tous les 8 à 10 ans.

26. Le respect de l'ensemble de ces critères ouvre droit à une rémunération complémentaire qui comprend deux composantes :

- La première rémunère la diversité de l'offre du diffuseur en titres NMPP, d'une part, et en titres SAEM-TP d'autre part. Quatre taux de rémunération sont prévus en fonction du pourcentage de l'ensemble des titres proposés par la messagerie concernée, et donc d'un nombre minimum de titres servis, soit NMPP, soit SAEM-TP. Le diffuseur ne peut toutefois prétendre à la première composante de la rémunération complémentaire que s'il dispose d'un linéaire presse, toutes messageries confondues, d'une longueur minimale.

Dans l'accord NMPP :

Pourcentage de l'offre totale NMPP	Pourcentage de rémunération complémentaire sur titres NMPP	Linéaire développé minimum demandé (toutes messageries)	Pour exemple, résultante en nombre de titres NMPP en 2004
33 à 66 %	1 %	75 m	De 580 à 1170
66 à 80 %	1,5 %	120 m	De 1170 à 1400
80 à 95 %	2 %	140 m	De 1400 à 1650
95 % et plus	2,5 %	155 m	Plus de 1650

Dans l'accord SAEM-TP :

Pourcentage de l'offre totale SAEM-TP	Pourcentage de rémunération complémentaire sur titres SAEM-TP	Linéaire développé minimum demandé (toutes messageries)	Pour exemple, résultante en nombre de titres SAEM-TP en 2004
33 à 66 %	1 %	75 m	De 320 à 640
66 à 80 %	1,5 %	120 m	De 640 à 760
80 à 95 %	2 %	140 m	De 760 à 900
95 % et plus	2,5 %	155 m	Plus de 900

- La seconde composante rémunère la performance du diffuseur, c'est-à-dire une progression de ses ventes supérieure à celle d'une population de diffuseur de référence. Les protocoles conclus par les deux messageries décrivent en ces termes ce second volet de la rémunération complémentaire : *« Son mode de calcul est le suivant, la population de référence étant constituée par les diffuseurs éligibles au second plan du dépôt si celui-ci a au moins 10 diffuseurs éligibles dans son réseau et par l'ensemble des diffuseurs de France Métropolitaine hors SPSS si le dépôt a moins de 10 diffuseurs éligibles dans son réseau.*
 - *Si la progression du point de vente est supérieure à celle des diffuseurs éligibles au second plan de son dépôt, le diffuseur percevra une rémunération complémentaire au titre de la performance commerciale.*
 - *Sur tout le volume d'affaires réalisé au-delà de ce seuil, le diffuseur percevra une rémunération complémentaire égale à 15 % de ce chiffre.*
 - *Le total de rémunération complémentaire liée à la performance ne pourra excéder 3 % du volume d'affaires quotidiens et publications adhérents aux coopératives associées aux NMPP [respectivement TP] du diffuseur.*
 - *Le dépositaire fournira mensuellement au point de vente les informations lui permettant de se positionner par rapport aux autres points de vente éligibles au*

second plan de son dépôt et à ce titre concerné par la performance. Les données communiquées s'entendant de manière globale et non individuelle. »

27. Au total, la rémunération complémentaire maximale que peut atteindre un diffuseur est de 5,5 % (2,5 % au titre de la diversité de l'offre et 3 % au titre de la performance) du chiffre d'affaires qu'il réalise avec les titres NMPP d'une part, et SAEM-TP d'autre part.

6. LES MESURES CONSERVATOIRES ADOPTEES PAR LE CONSEIL

28. Des mesures conservatoires ont été ordonnées par la décision [06-MC-01](#) du 23 février 2006. Le Conseil a d'abord retenu que le marché concerné par la saisine était le marché de la distribution de la presse au numéro. Ensuite, il a considéré que la position conjointe des sociétés NMPP et SAEM-TP sur ce marché (§ 57 de la décision), les met en situation de se comporter comme si elles ne formaient qu'une seule entreprise, et qu'elles assurent ensemble plus de 85 % du montant fort des ventes, ce qui les place en position dominante sur le marché.
29. Estimant que les pratiques dénoncées, qui concernent l'économie globale du système de rémunération complémentaire mis en place par les deux messageries, d'une part étaient susceptibles d'être qualifiées, par leur objet discriminatoire ou par leur effet fidélisant, d'abus de position dominante, d'autre part portaient une atteinte grave et immédiate au marché de la diffusion de la presse, le Conseil a enjoint aux sociétés NMPP et SAEM-TP, d'une part *« de suspendre, à titre conservatoire, l'application des protocoles interprofessionnels qu'elles ont respectivement conclus avec l'UNDP et le SNDP le 30 juin 2005 »*, et d'autre part *"de suspendre, à titre conservatoire, l'application de l'avenant au protocole interprofessionnel du 18 septembre 2001 qu'elles ont conclu avec l'UNDP et le SNDP le 30 juin 2005"*. Ces mesures de suspension *"portent leur effet tant qu'il n'aura pas été mis fin aux stipulations fidélisantes inhérentes à l'économie globale des protocoles et avenant précités, tel qu'il ressort de leur rédaction actuelle, et au plus tard jusqu'à la notification de la décision que rendra sur le fond le Conseil de la concurrence »*.
30. Les NMPP et la SAEM-TP ont formé un recours contre la décision 06-MC-01 devant la Cour d'appel de Paris. Par arrêt du 9 mai 2006, la Cour a confirmé la décision du Conseil.

B. LA MISE EN OEUVRE DE LA PROCEDURE D'ENGAGEMENTS

1. L'ABANDON PAR LES NMPP ET LA SAEM-TP DES PROTOCOLES CONCLUS LE 30 JUIN 2005

31. Par courrier en date du 26 juillet 2006, les NMPP et la SAEM-TP ont indiqué au Conseil de la concurrence qu'elles avaient, devant l'urgence de la situation liée aux difficultés des diffuseurs de presse et à la nécessité de revaloriser leur rémunération, mis en place un plan provisoire de rémunération complémentaire, susceptible d'être mis en œuvre rapidement et ne tombant pas sous le coup des injonctions du Conseil. Quatre accords ont été signés à cette fin le 26 mars 2006 : un protocole interprofessionnel transitoire, un avenant n° 2 au protocole interprofessionnel du 18 septembre 2001, un avenant aux accords de mars 2006, un accord kiosque n° 2. Ces accords ont remplacé ceux conclus le 30 juin 2005, dont la suspension avait été enjoindre par le Conseil.

32. Ultérieurement, par courrier en date du 6 juin 2007, les entreprises mises en cause ont émis le souhait de bénéficier de la procédure d'engagements prévue au I de l'article L. 464-2 du code de commerce, dans le cadre de la procédure au fond. Afin d'éclairer l'orientation qu'elles souhaitent voir donner à la procédure au fond, seront exposés l'évaluation préliminaire des préoccupations de concurrence, puis les engagements proposés.

2. EVALUATION PRELIMINAIRE DES PREOCCUPATIONS DE CONCURRENCE

33. Les accords relatifs au second plan de rémunération complémentaire des diffuseurs de presse conclus le 30 juin 2005 par les NMPP d'une part, et par SEAM-TP d'autre part, soulevaient deux types de préoccupations de concurrence tant en raison des critères de qualification que des modalités de calcul de la rémunération complémentaire. En premier lieu, certains critères de qualification étaient de nature à permettre un traitement discriminatoire des diffuseurs. En deuxième lieu, d'autres critères étaient de nature à inciter les diffuseurs à concentrer leurs efforts de mise en valeur des publications sur les titres diffusés par les NMPP et par TP. Il en était de même des modalités de calcul de la rémunération.
34. Dans le cadre d'une relation verticale entre un fournisseur et un distributeur, l'octroi de remises en fonction de critères incitatifs constitue en soi une discrimination par les prix mais peut permettre d'assurer la fourniture d'efforts d'un niveau plus élevé, par exemple un effort de vente ou d'augmentation de la qualité de service. En revanche, lorsque les critères retenus sont de nature à exclure de façon injustifiée une catégorie de distributeurs (en l'espèce les diffuseurs), elles faussent le jeu de la concurrence. Il en est de même si ces remises ont pour objet ou peuvent avoir pour effet d'inciter les revendeurs à exclure les concurrents du vendeur octroyant les remises (en l'espèce les messageries NMPP et TP), particulièrement si ce vendeur est en position dominante (voir l'arrêt de la Cour de justice des communautés européennes du 13 février 1979, Hoffmann-Laroche/Commission).
35. En l'espèce, s'agissant des critères de qualification du premier plan aménagé en 2005, la rédaction de l'article 1.1 de l'avenant au protocole interprofessionnel du 18 septembre 2001 en date du 30 juin 2005, qui précisait que le point de vente doit disposer d'une enseigne Presse de type « Plume », était ambiguë. En effet, les NMPP ont déposé à l'INPI plusieurs modèles de marques « Plume » et cet article pouvait être interprété comme y faisant référence et obligeant les diffuseurs à afficher de cette façon un lien avec les NMPP. Un tel critère est donc de nature à introduire une discrimination injustifiée entre les diffuseurs et à fausser le jeu de la concurrence entre les messageries.
36. De plus, l'article 1.3 du même accord stipulait que le linéaire presse dédié aux produits des messageries devait « *représenter une longueur de quatre mètres au sol au minimum. Seul doit être déclaré le linéaire mural (mobilier de plus de 1,70 m de hauteur), les îlots, présentoirs n'étant pas pris en compte* ». Toutefois, dans les explications données aux diffuseurs dans un document intitulé « *Comment remplir votre déclaratif* », il était indiqué que, pour calculer le ratio de représentativité, « *une dérogation au principe concerne les magasins sous enseigne « maisons de la Presse » et « Mag Presse » pour lesquels sont comptabilisés dans le linéaire au sol les îlots centraux, éléments indissociables du concept architectural* ». De ce fait, ce critère présentait également un caractère discriminatoire.

37. S'agissant des critères de qualification du second plan, l'article 3.2. du protocole interprofessionnel signé le 30 juin 2005 réservait le bénéfice de la rémunération complémentaire aux diffuseurs ayant réalisé, l'année précédente, un volume d'affaires de 50 000 euros minimum sur les titres diffusés par la messagerie NMPP (respectivement 30 000 euros pour SAEM-TP). De plus, le mode de calcul de la rémunération complémentaire prenait en compte deux critères : le premier, lié à la diversité de l'offre mesurée en fonction du nombre de titres NMPP (respectivement SAEM-TP) exposés par le diffuseur ; le second lié à la performance du diffuseur, mesurée par la différence entre la progression de ses ventes et celle d'une population de diffuseurs de référence, comme rappelé au point 26 de la présente décision.
38. Comme le Conseil l'a estimé dans la décision [06-MC-01](#), l'économie générale de ce système de rémunération des diffuseurs, cumulant plusieurs critères à caractère fidélisant, était susceptible d'avoir pour objet ou pour effet d'évincer l'unique messagerie concurrente du marché (les MLP). En effet, compte tenu du fort encombrement des dépôts de presse et des linéaires, une complète exposition de tous les titres n'est pas possible. Dès lors, la mise en valeur des titres relevant des deux messageries totalisant 85 % du marché de la distribution de la presse –à laquelle le diffuseur est incité par la rémunération supplémentaire–, ne peut se faire qu'au détriment des titres relevant des autres messageries, en l'occurrence, les MLP.

3. LES ENGAGEMENTS PROPOSES PAR LES SOCIÉTÉS NMPP ET SAEM-TP

39. Les préoccupations de concurrence ci-dessus exprimées, qui procèdent des atteintes à la concurrence examinées lors de l'intervention des mesures conservatoires, ont amené les NMPP et la SAEM-TP à proposer des engagements. Par un communiqué de procédure en date du 29 juin 2007, le Conseil a publié les propositions d'engagements des sociétés NMPP et SAEM-TP sur son site internet à l'intention des tiers potentiellement intéressés, susceptibles de présenter des observations. Le Conseil a fixé au 30 juillet 2007 la date limite de réception desdites observations.

a) Le plan provisoire de rémunération complémentaire

40. Face à l'urgence de la situation liée aux difficultés des diffuseurs de presse et à la nécessité de revaloriser leur rémunération, les NMPP et SAEM-TP ont mis en place un plan provisoire de rémunération complémentaire. Le 16 mars 2006, un protocole interprofessionnel transitoire, un avenant n° 2 au protocole interprofessionnel du 18 septembre 2001, et un avenant aux accords de mars 2006 (protocole d'accord transitoire et avenant n° 2 au protocole du 18 septembre 2001)² ont été conclus par les NMPP et SAEM-TP avec l'UNDP et le SNDP.

² Cet avenant assouplit les critères à remplir pour bénéficier de la rémunération complémentaire pour certains diffuseurs : un délai supplémentaire est accordé pour l'informatisation des diffuseurs qui ne l'ont pas encore réalisée, du fait, selon le commissaire du Gouvernement, des solutions adoptées par la filiale NMPP, Paris Diffusion Presse, devenue Société Presse Paris Services/SPPS (article 2) ; par ailleurs, des dispositions sont prévues pour les travailleurs saisonniers et pour apporter un aménagement à l'avenant n° 2 au protocole du 18 septembre 2001 (aménagement de l'exigence de présentation en vitrine pour les diffuseurs n'ayant pas de vitrine).

b) Les accords objet des engagements

41. Les NMPP et SAEM-TP s'engagent à remplacer les accords provisoires conclus en mars 2006, qui succédaient aux accords de 2005 suspendus par la décision [06-MC-01](#) du Conseil, par un « *Protocole interprofessionnel définitif* », un « *Avenant au protocole d'accord définitif* » et un « *Accord kiosque* ».
42. Le « *Protocole interprofessionnel définitif* » est conclu avec le SNDP et l'UNDP. Quatre critères d'éligibilité cumulatifs sont prévus dans ce protocole :
- qualification : remplir les critères du 1^{er} plan aménagé par l'avenant n° 2 au protocole de septembre 2001 ;
 - informatisation et remontée des informations : le diffuseur doit être équipé d'un logiciel presse homologué « remontée des ventes » par les messageries, effectuer le scan des produits NMPP et SAEM-TP avec un taux de fiabilité supérieur ou égal à 90 % et transmettre aux NMPP et à TP chaque jour d'ouverture du point de vente, en fin d'activité journalière, le fichier des ventes de la journée ;
 - formation professionnelle : le diffuseur s'engage à suivre un stage de perfectionnement presse au plus tard dans les 3 années pleines suivant la date de sa dernière formation ;
 - modernisation du point de vente : le diffuseur s'engage à réaliser une action de modernisation du point de vente, d'un montant minimum de 3 500 euros, au moins une fois toutes les 9 années pleines suivant la date de sa dernière modernisation.
43. S'agissant des modalités de calcul et de règlement de la rémunération complémentaire des diffuseurs, elles répondent aux principes suivants :
- les mécanismes et modalités de calcul de la rémunération complémentaire doivent être neutres et compatibles avec une mesure globale tous éditeurs, toutes coopératives et toutes messageries confondus ;
 - les diffuseurs peuvent recevoir une rémunération complémentaire selon trois composantes liées aux facteurs suivants :
 - une rémunération liée au « au mètre linéaire développé total » (supérieur à 100 m, y compris piles, îlots, présentoirs jeux de mots sous réserve que ces présentoirs soient d'une hauteur minimum d'un mètre au sol et qu'ils permettent la présentation de plus de 40 titres du même éditeur). Ce principe donne droit à une rémunération complémentaire dont la grille de rémunération va de 1 % à 2,5 % du volume d'affaires semestriel ;
 - une rémunération liée au facteur de « performance commerciale » (volume d'affaires semestriel supérieur ou égal à 75 000 euros toutes messageries confondues, NMPP, SAEM-TP et MLP). Cette rémunération est calculée de manière progressive. Elle va de 1 % à 5 % du chiffre d'affaires presse coopérative prix public TTC. Ce prix public TTC ou « prix fort » est calculé à partir de la consolidation des informations provenant des messageries ou des dépositaires, ou à défaut sur la base de la dernière part de marché connue pour chaque messagerie ;
 - une rémunération liée au facteur « géo-commercial ». Le critère de géo-commercialité ne s'applique pas au diffuseur de Paris, Lyon, Bordeaux et Marseille qui perçoit une rémunération spécifique. Un traitement spécifique est prévu pour les diffuseurs situés dans les galeries marchandes d'un supermarché ou d'un hypermarché ou dans une

commune située en aire urbaine. Les intéressés bénéficient d'une rémunération spécifique et d'un octroi de points de rémunération complémentaire ;

- enfin, des dispositions spécifiques sont prévues pour les spécialistes petites surfaces. Les intéressés doivent disposer d'une surface égale ou inférieure à 30 m², d'un mètre linéaire développé total supérieur ou égal à 50 mètres et d'un volume d'affaires semestriel sur les publications toutes messageries confondues d'un minimum de 48 000 euros.

44. L'« *Avenant au protocole d'accord définitif* » prévoit le maintien en vigueur de l'avenant aux accords de mars 2006 signé le 16 mars 2006, l'accord et son avenant respectant les préoccupations de concurrence énoncées par le Conseil ; quant à l'avenant n° 2 au protocole interprofessionnel du 18 septembre 2001, signé le 16 mars 2006, qui a remplacé l'avenant au protocole interprofessionnel du 18 septembre 2001 signé le 30 juin 2005, il reste en vigueur. Les critères du 1^{er} plan sont dorénavant les suivants :
- disposer d'une enseigne Presse de nature à informer clairement le public que le point de vente qui l'arbore est un spécialiste de la presse ;
 - consacrer en permanence dans sa vitrine un emplacement dédié significatif afin de présenter au minimum 2 quotidiens, 8 publications, 2 produits hors presse ;
 - présenter un linéaire presse dédié aux produits presse d'une longueur de 4 mètres au sol minimum. Seul doit être déclaré le linéaire mural ;
 - en outre, les NMPP et SAEM-TP s'engagent à ajouter une option supplémentaire aux créneaux horaires prévus dans le 1^{er} plan : un horaire journalier de 9 heures.
45. L'« *Accord kiosque n° 3 définitif* » est conclu avec le Syndicat National des Dépositaires de Presse (SNDP), l'UNDP, le Syndicat National des Diffuseurs de Presse (SNDP) et le Syndicat National de la Librairie et de la Presse (SNLP).
46. La mise en œuvre en œuvre de ces accords doit être assurée par la signature par chacun des diffuseurs de « *documents déclaratifs* » relatifs aux différents critères retenus (mètres linéaire développé, volume d'affaires...).

II. Discussion

A. LES OBSERVATIONS REÇUES

47. Les parties saisissantes et le commissaire du Gouvernement ont communiqué des observations concernant le projet d'engagements.
48. Les MLP et la société Agora Presse Diffusion informent le Conseil qu'elles sont, de manière générale, en accord avec les projets de protocoles, le nouveau mode de calcul de la rémunération complémentaire proposé par les NMPP et la SAEM-TP étant très proche de celui que les MLP ont elles-mêmes mis en place depuis février 2006.
49. Elles rappellent toutefois que les accords du 30 juin 2005 étaient explicités dans deux documents, les « *avenants déclaratifs* » (général et grandes villes), que les diffuseurs devaient remplir pour solliciter la rémunération complémentaire. Elles demandent en conséquence que les NMPPP s'engagent à n'établir aucun document ayant valeur

d'avenant qui viendrait modifier ou compléter les dispositions des documents soumis dans le cadre de la procédure d'engagements. Elles relèvent ensuite que l'article 3.2 du protocole définitif dispose que le diffuseur « *doit être équipé d'une version de logiciel presse homologuée « remontée des ventes » par les messageries, une procédure d'homologation commune devant être définie* » et demandent à ce qu'il soit précisé si les termes « *les messageries* » font référence aux seules NMPP et SAEM-TP ou incluent les MLP. Enfin, elles soulignent le caractère équivoque de la mention « *la présentation de plus de 40 titres du même éditeur* » qui figure à l'article 4.1. du protocole définitif et demande à ce qu'il soit précisé que cette exigence ne concerne que les présentoirs de jeux de mots.

50. Le commissaire du gouvernement estime que les modifications apportées dans les engagements aux accords de 2005, s'agissant des critères d'éligibilité et du mode de calcul de la rémunération complémentaire, répondent aux préoccupations de concurrence exprimées par le Conseil dans la décision [06-MC-01](#). Il demande cependant à ce qu'il soit vérifié que les diffuseurs de presse liés aux NMPP par les contrats d'enseigne « Mag Presse » ou « Maisons de la Presse » ne soient pas les seuls à bénéficier des taux les plus élevés de rémunération complémentaire prévus tant au titre des mètres linéaires développés (soit 2,5 % au-dessus de 180 mètres linéaires développés) qu'à celui de la performance commerciale (soit 5 % au-dessus de 251 000 euros de volume d'affaires semestriel).

B. APPRECIATION DES ENGAGEMENTS PROPOSES

51. Selon les dispositions du I de l'article L. 464-2 du code de commerce dans leur rédaction issue de l'ordonnance du 4 novembre 2004, le Conseil de la concurrence « *peut accepter des engagements proposés par les entreprises ou organismes et de nature à mettre un terme aux pratiques anticoncurrentielles* ».
52. Les engagements proposés par les NMPP et par la SAEM-TP portent sur la mise en place, au bénéfice des diffuseurs, d'un second plan de rémunération complémentaire sur la base de critères d'éligibilité et de mécanismes de calcul prenant en compte les préoccupations de concurrence exprimées par le Conseil de la concurrence dans sa décision [06-MC-01](#). Ces critères d'éligibilité et les mécanismes de calcul sont contenus dans les divers accords, protocoles et avenants conclus en 2001, 2006 et 2007, entre les NMPP, l'UNDP et le SNDP, d'une part, et la SAEM-TP, l'UNDP et le SNDP, d'autre part. Comme décrit ci-après, le Conseil numérote de 1 à 5 ces divers accords qui, ensemble, prolongent le plan de rémunération de 2001 et remplacent ses modifications de 2005, suspendues par la décision [06-MC-01](#) du Conseil.
53. Le premier de ces documents s'intitule « second plan de qualification du réseau des diffuseurs – protocole d'accord définitif ». Il est identifié, dans la présente décision, par les termes : **accord n° 1**. Il remplace le protocole transitoire signé en mars 2006 entre les mêmes partenaires. Cet accord provisoire avait lui-même été substitué à un premier protocole pris dans le cadre du second plan de qualification signé le 30 juin 2005 et dont le Conseil avait enjoint la suspension dans sa décision [06-MC-01](#) du 23 février 2006. Ce document a été signé le 27 juin 2007 sous réserve de l'achèvement de la procédure d'engagement suivie par le Conseil.
54. Ce premier accord renvoie en partie à un second accord, intitulé « avenant n° 2 au protocole interprofessionnel du 18 septembre 2001 » Il est identifié, dans la présente

décision, par les termes : **accord n° 2**. Il est signé le 16 mars 2006 en remplacement de l'avenant au protocole interprofessionnel du 18 septembre 2001, signé le 30 juin 2005, dont l'application a également été suspendue par le Conseil.

55. L'**accord n° 3**, dans la présente décision, est un avenant au protocole d'accord définitif, également signé le 30 juin 2007. Pour l'essentiel, il renvoie à l'**accord n° 2** décrit ci-dessus et à un « avenant aux accords de mars 2006 ». Cet avenant aux accords de mars 2006 a été signé le 16 mars 2006 à la suite de la décision du Conseil. Il est repéré, dans la présente décision, par les termes **accord n° 4**.
56. Enfin, dans la présente décision, l'**accord n° 5** consiste en l'« accord kiosque n° 3 définitif » qui se substitue à l'accord kiosque n° 2 transitoire signé en mars 2006 en remplacement de l'accord kiosque qui figurait en annexe des accords dont l'application a été suspendue dans la décision [06-MC-01](#) du Conseil.
57. Seuls les deux premiers **accords** contiennent des aménagements répondant aux préoccupations de concurrence exprimées. Cependant, leurs libellés font référence aux **accords n° 3 à 5** et ne peuvent être compris sans eux ; c'est pourquoi l'ensemble des **accords n° 1 à 5** est nécessaire à la description des engagements. Les aménagements répondant aux préoccupations de concurrence sont analysés ci-après.

Sur les critères d'éligibilité donnant droit au bénéfice de la rémunération complémentaire

58. En ce qui concerne les critères de qualification dits « de qualification au premier plan aménagé », il ressort des préoccupations de concurrence exposées ci-dessus que l'article 1.1. de l'avenant au protocole interprofessionnel du 18 septembre 2001, signé le 30 juin 2005, qui imposait une enseigne Presse de type « Plume », était de nature à favoriser un traitement discriminatoire des diffuseurs. Dans l'avenant n° 2 au protocole interprofessionnel du 18 septembre 2001, signé le 16 mars 2006 (**accord n° 2**), l'article 1.1. premier alinéa, est ainsi rédigé « *Le point de vente doit disposer d'une enseigne Presse de nature à informer clairement le public que le point de vente qui l'arbore est un spécialiste de la presse* ». La référence à la marque « Plume », dont plusieurs modèles ont été déposés à l'INPI par les NMPP, ayant disparu, ce critère de qualification au second plan de rémunération a perdu son caractère potentiellement discriminatoire.
59. En ce qui concerne les critères d'éligibilité propres au second plan de qualification, l'accord signé le 30 juin 2005 prévoyait à l'article 3.2 un seuil de qualification en termes de chiffres d'affaires (50 000 euros pour les NMPP, 30 000 euros pour la SAEM-TP) qui, cumulé aux mécanismes de calcul de la rémunération complémentaire, était de nature à inciter les diffuseurs à concentrer leurs efforts sur la mise en valeur des titres diffusés par les NMPP et la SAEM-TP. Ce critère a été supprimé dans le protocole interprofessionnel définitif signé le 30 juin 2007 (**accord n° 1**).
60. Les autres critères d'éligibilité contenus dans l'**accord n° 1**, relatifs à l'informatisation des points de vente (article 3.2), à la formation professionnelle des diffuseurs (article 3.3) et à la modernisation des points de vente (article 3.3) ne suscitent pas de préoccupations de concurrence de la part du Conseil, étant précisé que l'homologation des logiciels remontée des ventes prévue à l'article 3.2. sera faite par chacune des trois messageries, NMMPP, SAEM-TP et MLP, comme les NMPP se sont engagées à le préciser dans les « *déclaratifs* » qui seront communiqués et remplis par les diffuseurs.

Sur les mécanismes de calcul de la rémunération complémentaire.

61. Deux éléments de rémunération complémentaires sont prévus dans le protocole interprofessionnel définitif du 30 juin 2007 (**accord n°1**). L'article 4.2 prévoit que « le diffuseur, dès lors qu'il dispose d'un linéaire supérieur à 100 m (y compris piles, îlots, présentoirs, jeux de mots sous réserve que ces présentoirs soient d'une hauteur minimum d'1 m au sol et qu'ils permettent la présentation de plus de 40 titres du même éditeur), percevra une rémunération complémentaire calculée en fonction du mètre linéaire développé total dont il dispose. Cette rémunération s'élève de 1 à 2,5 % des ventes de titres NMPP (respectivement SAEM-TP), le taux le plus élevé étant réservé aux diffuseurs disposant de plus de 180 mètres linéaires développés au total.
62. L'article 4.3 stipule que le diffuseur réalisant sur les publications un volume d'affaires semestriel supérieur ou égal à 75000 euros toutes messageries confondues (NMPP, SAEM-TP et MLP) bénéficiera d'une rémunération variant de 1 à 5 % des ventes de titres NMPP (respectivement SAEM-TP), le taux le plus élevé étant réservé aux diffuseurs réalisant un volume d'affaires semestriel de plus 251 000 euros.
63. Ainsi rédigées, ces conditions ne sont pas de nature à inciter les diffuseurs à concentrer leurs efforts de mise en valeur des publications sur les titres diffusés par les NMPP et par la SAEM-TP. Elles répondent donc aux préoccupations de concurrence exprimées dans la décision [06-MC-01](#).
64. En ce qui concerne les préoccupations exposées par le commissaire du gouvernement dans ses observations, les NMPP ont fourni des statistiques montrant que les diffuseurs avec lesquels elles ont conclu un contrat d'enseigne « Mag Presse » ou « Maisons de la presse » représentaient 58 % des diffuseurs totalisant plus de 180 mètres linéaires développé total et 60 % de ceux réalisant plus de 400 000 euros de volume d'affaires annuel. Il en résulte que si les points presse concernés sont effectivement majoritaires dans les tranches de rémunération les plus élevées des barèmes, il ne peut être conclu que ces tranches de rémunération ont été définies sur mesure pour leur seul bénéficiaire et que les barèmes présenteraient un caractère discriminatoire au sens de la jurisprudence de la Cour de justice des communautés européennes, (arrêt du 29 mars 2001 C-163/99, République portugaise c/ Commission).
65. En revanche, le mode de comptabilisation du mètre linéaire développé total exclut de façon équivoque les « piles, îlots, présentoirs jeux de mots sous réserve que ces présentoirs soient d'une hauteur minimum d'1 m au sol et qu'ils permettent la présentation de plus de 40 titres du même éditeur », formulation qui peut suggérer que ce mode de comptabilisation vise à favoriser un éditeur en particulier. Les NMPP ont toutefois exposé en séance que la précision portant sur « plus de 40 titres du même éditeur », d'une part ne concerne que les présentoirs de jeux de mots, et non les piles et îlots et, d'autre part, s'explique par le fait qu'il existe trois éditeurs principaux de jeux de mots, dont chacun propose une gamme de produits supérieure à 40 titres, et que la mention vise à s'assurer qu'aucun de ces trois éditeurs ne sera favorisé par rapport aux autres. Les NMPP et SAEM-TP se sont engagées à ce que cette stipulation spécifique aux présentoirs de jeux de mots soit expliquée comme indiqué ci-dessus dans les « *déclaratifs* » qui doivent être envoyés aux diffuseurs et aux kiosquiers pour la mise en oeuvre des accords faisant l'objet des engagements.
66. Enfin, les NMPP ont confirmé en séance que ces « *déclaratifs* » étaient toujours en cours d'élaboration. Ils ont proposé de s'engager à ce qu'ils soient communiqués aux diffuseurs de presse le 31 décembre 2007 au plus tard et à ce qu'ils se bornent à rappeler les stipulations essentielles des accords faisant l'objet des engagements et n'y apportent

aucune dérogation ou élément supplémentaire susceptible de remettre en cause l'engagement pris au regard des préoccupations de concurrence identifiées dans la décision [06-MC-01](#) du 23 février 2006.

67. En conséquence, le Conseil considère que les engagements proposés répondent aux préoccupations de concurrence soulevées dans cette affaire et présentent un caractère crédible et vérifiable. Ils sont constitués des **cinq accords** décrits aux paragraphes 53 à 56 et des précisions transmises par courrier du 4 octobre 2007. Ils sont annexés à la présente décision dont ils font partie intégrante.

DECISION

Article 1^{er} : Le Conseil accepte les engagements pris par les NMPP et la SAEM-TP qui font partie intégrante de la présente décision à laquelle ils sont annexés. Ces engagements sont rendus obligatoires à compter de date de notification de la décision.

Article 3 : La saisine des sociétés des Messageries Lyonnaises de Presse et Agora Diffusion Presse, enregistrée sous le numéro 05/0071 F, est close.

Délibéré sur le rapport oral de Mme de Mallmann, par M. Nasse, Vice-Président présidant la séance, Mme Pinot, MM. Bidaud et Piot, Membres.

La Secrétaire de séance
Marie-Anselme Lienafa

Le Vice-Président,
Philippe Nasse

Saisine 05/0071 F – Rémunération des diffuseurs de presse

Engagements des NMPP et de TP

1. Les Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne (« NMPP ») et la Société Auxiliaire pour l'Exploitation des Messageries Transport Presse (« TP ») prennent les engagements suivants afin de répondre aux préoccupations de concurrence soulevées par le Conseil :

(i) les NMPP et TP s'engagent à mettre en œuvre le plus rapidement possible après la décision du Conseil les acceptant à titre d'engagements :

- le protocole interprofessionnel définitif du 26 juin 2007 ;
- l'avenant au protocole interprofessionnel définitif du 26 juin 2007 ;
- l'accord kiosque n° 3 définitif du 26 juin 2007 ;

tels qu'ils figurent en annexe au présent document, étant ici précisé en tant que de besoin que ces protocoles, accord et avenant :

- ont été signés par les NMPP et par TP d'une part et, d'autre part, par l'Union Nationale des Diffuseurs de Presse (« UNDP ») et le Syndicat National des Dépositaires de Presse (« SNDP ») pour ce qui concerne les deux premiers et en outre, pour ce qui concerne l'accord kiosques n° 3 définitif du 26 juin 2007, par le Syndicat National des Diffuseurs de Presse (« SNDP ») et le Syndicat National de la Librairie et de la Presse (« SNLP ») ;
- ont été soumis au Conseil Supérieur des Messageries de Presse (« CSMP ») qui a délivré un avis favorable sur eux le 25 juillet 2007 conformément aux dispositions du décret n° 2005-1455 du 25 novembre 2005 modifiant le décret n° 88-136 du 9 février 1988 fixant les conditions de la rémunération des agents de la vente de la presse ;
- se réfèrent aux accords interprofessionnels suivants et également annexés aux présentes, dont les dispositions pertinentes sont couvertes *mutatis mutandis* par les points 1 (i), 2, 3 et 4 des présents engagements :
 - protocole interprofessionnel du 18 septembre 2001 ;
 - avenant n° 2 au protocole interprofessionnel du 18 septembre 2001 du 16 mars 2006 ;
 - avenant aux accords de mars 2006 (protocole d'accord transitoire et avenant n° 2 au protocole du 18 septembre 2001) du 16 mars 2006 ;
- disposent expressément qu'ils sont subordonnés à leur acceptation par le Conseil de la concurrence auquel ils seront présentés sous forme de proposition d'engagements.

(ii) En vue d'assurer la mise en place du protocole interprofessionnel définitif du 26 juin 2007, les NMPP et TP s'engagent à ce que le « document déclaratif normalisé » (le « Déclaratif ») visé à l'article 3.5 (« Recensement des diffuseurs ») et 9 (« Opposabilité du Protocole ») dudit protocole soit communiqué à chaque diffuseur de presse ayant vocation à être concerné par ce dispositif le 31 décembre 2007 au plus tard.

(iii) Les NMPP et TP s'engagent à ce que le Déclaratif :

- se borne à rappeler les dispositions essentielles du protocole interprofessionnel définitif du 26 juin 2007 complété par l'avenant de même date, de l'avenant n° 2 au protocole interprofessionnel du 18 septembre 2001 et de l'avenant aux accords de mars 2006 (protocole d'accord transitoire et avenant n° 2 au protocole du 18 septembre 2001) et n'y apporte aucune dérogation et/ou élément supplémentaire susceptible de remettre en cause l'engagement pris au regard des préoccupations de concurrence identifiées dans la décision 06-MC-01 du 23 février 2006 ;
 - précise, s'agissant du logiciel de remontée des ventes auquel il est fait mention à l'article 3.2. (« *Informatisation et remontée des informations* ») du protocole interprofessionnel définitif du 26 juin 2007, que le logiciel dont le diffuseur devra être équipé pour remplir ce deuxième critère d'éligibilité devra être homologué par chacune des trois messageries concernées ;
 - précise que la double condition posée à l'article 4.2. du protocole interprofessionnel définitif pour qu'un présentoir soit pris en compte dans le calcul du linéaire développé exigé pour bénéficier de la rémunération complémentaire (hauteur minimum d'un mètre au sol et possibilité de présenter plus de 40 titres du même éditeur) ne s'applique qu'aux présentoirs jeux de mots, non aux piles et îlots également visés dans cette disposition, et que la capacité de ces présentoirs à présenter plus de « *40 titres du même éditeur* » doit s'entendre comme celle de présenter au moins 120 titres de jeux de mots afin d'en garantir un accès équitable aux différents éditeurs actuellement au nombre de trois.
2. Dans l'hypothèse où les conventions acceptées par le Conseil dans le cadre de la présente procédure d'engagements devraient être modifiées pour tenir compte notamment de l'évolution de la distribution de la presse vendue au numéro en France, les NMPP et TP s'engagent à ce que les modifications ne remettent pas en cause les réponses apportées aux préoccupations de concurrence telles que le Conseil les aura approuvées.
 3. Les présents engagements cesseront de lier les NMPP et/ou TP si l'un des faits sur lesquels repose la décision du Conseil qui les aura acceptés subit un changement important.
 4. Les engagements des NMPP et de TP ne valent ni n'impliquent de leur part une quelconque reconnaissance du bien-fondé des dénonciations soumises au Conseil par la saisissante ni, *a fortiori*, d'une infraction dans le chef des préoccupations de concurrence soulevées. Cet engagement est pris sous la compréhension et la foi de la confirmation, dans le cadre des échanges ayant eu lieu avec le Conseil de la concurrence dans la présente procédure, du fait que les décisions du Conseil de la concurrence acceptant les engagements proposés par les entreprises pour répondre à des préoccupations de concurrence, en application du 1er alinéa du I de l'article L. 464-2 du code de commerce, ne valent pas et n'impliquent pas constatation ou reconnaissance d'une quelconque infraction.
 5. Les points 1. à 4. forment les engagement et conditions des engagements des NMPP et de TP.



**SECOND PLAN DE QUALIFICATION
DU RESEAU DES DIFFUSEURS**

**PROTOCOLE INTERPROFESSIONNEL
DEFINITIF**

2007

solAd V-6.P. Fm.

Entre les soussignés

- ♦ La société **NOUVELLES MESSAGERIES DE LA PRESSE PARISIENNE (NMPP)**, société à responsabilité limitée au capital de 50.000 € dont le siège social est à PARIS (75012), 52, rue Jacques Hillairet, immatriculée au registre du commerce et des sociétés de Paris sous le numéro B 562.029.090, représentée par son Président du Conseil de Gérance, Monsieur Jean de MONTMORT,

ci-après dénommée les NMPP,

de première part,

- ♦ La société **TRANSPORTS PRESSE**, société à responsabilité limitée au capital de 7.800 €, dont le siège social est à CHARENTON (94220) 5, Place des Marseillais, immatriculée au registre du commerce et des sociétés de Créteil sous le numéro B 582.150.447, représentée par son Président du Conseil de Gérance, Monsieur François NITOT,

ci-après dénommée TP,

de seconde part,

- ♦ Le **SYNDICAT NATIONAL DES DEPOSITAIRES DE PRESSE (SNDP)**, dont le siège social est à PARIS (75002), 7, rue du 4 septembre, représenté par son Président, Monsieur Stéphane d'ALTRI O DARDARI,

ci-après dénommé, le SNDP

de troisième part,

- ♦ **L'UNION NATIONALE DES DIFFUSEURS DE PRESSE (UNDP)**, dont le siège social est à PARIS (75010) 16, Place de la République, représentée par son Président, Monsieur Gérard PROUST,

ci-après dénommée l'UNDP,

de quatrième part,

J.G.P.
Fu
S. Adob

PREAMBULE

En 1994, un plan relatif aux conditions de rémunération des diffuseurs a été arrêté à la suite des travaux menés, sous l'égide du Conseil Supérieur des Messageries de Presse, par les représentants des pouvoirs publics, les éditeurs des sociétés de messageries, les dépositaires et les diffuseurs.

Ce premier plan a été matérialisé par la signature de deux protocoles en date des 30 septembre 1994 et 18 septembre 2001, ces protocoles étant relatifs à la revalorisation de la rémunération des diffuseurs de presse, fondée sur un principe de qualification.

A la suite du parachèvement du Premier Plan, un Second Plan, a été mis en place, dans le cadre de l'institution d'une rémunération liée à la performance et à la diversité de l'offre des points de vente.

Ce Second Plan, dont la réalisation restait subordonnée à l'obtention des moyens en permettant le financement, a fait l'objet de la conclusion de deux protocoles (NMPP et TP) entre les parties, signés le 30 juin 2005.

Le 14 septembre 2005, les Messageries Lyonnaises de Presse ont saisi le Conseil de la concurrence pour voir suspendre en mesure conservatoire l'application de ces deux protocoles du 30 juin 2005 ainsi que celle de l'avenant au protocole du 18 septembre 2001.

Le Conseil de la concurrence a rendu sa décision le 23 février 2006 et a enjoint les sociétés NMPP et TRANSPORTS PRESSE de suspendre, à titre conservatoire, l'application des protocoles interprofessionnels qu'elles ont signés avec l'UNDP et le SNDP le 30 juin 2005 ainsi que l'application de l'avenant au protocole du 18 septembre 2001 signé également le 30 juin 2005, et ce, au motif que les diffuseurs seraient incités à promouvoir la vente des titres NMPP et TP au détriment des titres MLP.

Cependant, devant l'urgence de la situation liée aux difficultés des diffuseurs de presse et la nécessité de revaloriser leur rémunération, les NMPP et TRANSPORTS PRESSE, saisies par l'UNDP, ont décidé de mettre en place un plan provisoire de rémunération complémentaire, susceptible d'être mis en œuvre rapidement et ne tombant pas sous le coup des injonctions prononcées par le Conseil de la concurrence.

Le protocole d'accord transitoire du 16 mars 2006 avait vocation à s'appliquer jusqu'à ce qu'un protocole permanent permettant d'atteindre les objectifs des protocoles du 30 juin 2005 et exempt de tout risque juridique, puisse être conclu.

De nouvelles négociations interprofessionnelles ont abouti à l'établissement du présent protocole d'accord définitif dont la mise en œuvre reste subordonnée à l'obtention de son financement.

Ce protocole d'accord définitif est subordonné à l'obtention de l'avis favorable du Conseil Supérieur des Messageries de Presse, et ce, conformément aux dispositions du décret du 25 novembre 2005,

f.f.
Fu.
S.A.E.L.

PROTOCOLE D'ACCORD DEFINITIF

modifiant le décret du 9 février 1988 ainsi qu'à son acceptation par le Conseil de la Concurrence, le présent protocole lui étant présenté sous forme de proposition d'engagements.

*
* * *

ARTICLE 1 – OBJET

Le présent protocole d'accord interprofessionnel a pour objet de :

- fixer les conditions préalables à la mise en œuvre de la rémunération complémentaire
- définir les catégories de diffuseurs ayant vocation à bénéficier de cette rémunération complémentaire
- définir les critères objectifs d'attribution de cette rémunération complémentaire
- prévoir toutes les dispositions propres à faciliter la mise en œuvre du présent protocole professionnel.

Sont concernés par le présent objet les publications adhérant aux coopératives associées aux NMPP et TRANSPORTS PRESSE (hors produits multimédia, encyclopédies, presse étrangère non adhérente aux coopératives, lesquels ont fait l'objet d'accords spécifiques en 2006 et hors AL et PP).

ARTICLE 2 – DIFFUSEURS CONCERNES

L'attribution d'une rémunération complémentaire est réservée aux diffuseurs de France Métropolitaine, Corse et Monaco inclus, ressortissant aux dispositions de l'alinéa 1 de l'article 2 du décret 88.136 du 9 février 1988 et régulièrement inscrits sur le fichier des agents de la vente tenu par le Conseil Supérieur des Messageries de Presse, à l'exception des « marchands en terrasse ».

Les kiosques, dont il est rappelé qu'ils sont associés au 1er plan régi par le protocole de septembre 2001 et au second plan par les Accords Kiosques des 30 juin 2005 et 16 mars 2006, ont naturellement vocation à bénéficier d'une rémunération complémentaire dans le cadre du 2^{ème} plan. Compte tenu de leurs spécificités, ils font l'objet d'un dispositif spécifique annexé au présent protocole.

Les « Spécialistes Petite Superficie » qui étaient régis par le protocole d'accord transitoire du 16 mars 2006 bénéficient du présent protocole d'accord définitif dans les conditions de l'article 4.5 pour la rémunération complémentaire liée aux publications. Pour la rémunération complémentaire liée aux quotidiens, les Spécialistes Petite Superficie sont régis par l'Accord Kiosques n° 3 définitif, annexé au présent protocole.

G.P.
Fh.
Sd/Ad

ARTICLE 3 – CRITERES D'ELIGIBILITE

Les critères d'éligibilité sont cumulatifs, ce qui implique qu'en l'absence d'un seul, le diffuseur ne peut prétendre au bénéfice de la rémunération complémentaire.

3.1 1^{er} critère : qualification 1^{er} Plan

Le diffuseur doit être qualifié au titre du 1^{er} Plan régi par le protocole de septembre 2001 aménagé par l'avenant N° 2 de 2006. Le diffuseur bénéficiant des articles 2, 3 ou 4 du décret n° 88-136 du 9 février 1988 doit respecter les critères du 1^{er} Plan aménagé.

3.2 2^{ème} critère : informatisation et remontées des informations

Le diffuseur doit :

- être équipé d'une version de logiciel presse homologuée « remontées des ventes » par les messageries, une procédure d'homologation commune devant être définie.
- effectuer le scan des produits NMPP et TP avec un taux de fiabilité supérieur ou égal à 90 %. Ce taux de fiabilité moyen fera l'objet d'une mesure mensuelle. Le diffuseur qui ne respecterait pas ce taux verra sa rémunération complémentaire annuelle amputée d'1/12^{ème} par mois de non respect du taux de fiabilité.
- transmettre aux NMPP et à TP chaque jour d'ouverture du point de vente, en fin d'activité journalière, le fichier des ventes de la journée.

3.3 3^{ème} critère : formation professionnelle

Le diffuseur s'engage à suivre un stage de perfectionnement presse au plus tard dans les trois années pleines suivant la date de sa dernière formation, cette durée étant rétroactivement décomptée à compter du mois de mars 2006 (date de la 1^{ère} mise en œuvre du 2nd plan de rémunération).

Il est précisé que ce critère est attaché à la personne et non au point de vente. L'engagement de formation concerne donc une personne participant à la gestion du point de vente.

En cas de non respect de l'obligation de stage sur les trois ans, le diffuseur sera déqualifié pour les 6 mois suivants.

3.4 4^{ème} critère : modernisation du point de vente

Le diffuseur s'engage à réaliser une action de modernisation du point de vente au moins une fois toutes les 9 années pleines suivant la date de sa dernière modernisation, cette durée étant rétroactivement décomptée à compter du mois de mars 2006.

G.P.
F.H.
S.H.

Cette action doit être significative et correspondre à un investissement minimum de 3 500 euros hors taxes (base 2006 hors gros œuvre et informatisation). Ce montant est susceptible d'être révisé chaque année. Sont retenus les investissements destinés à améliorer la présentation de la presse.

3.5 Recensement des diffuseurs

Le recensement des diffuseurs ayant vocation à bénéficier de la rémunération complémentaire pour l'année civile à venir sera effectué sur la base d'un déclaratif rempli par le diffuseur avant le 31 octobre de chaque année.

Au 1^{er} septembre de chaque année, à la demande des NMPP et de TP, le dépositaire central remettra à chacun de ses diffuseurs ayant vocation à être concerné par cette rémunération complémentaire, un document déclaratif normalisé lequel devra être retourné au dépositaire avant le 31 octobre, complété, daté et signé par le diffuseur.

Avant le 31 décembre, le dépositaire mandaté par les NMPP et TP, leur remontera le fichier qui aura été validé par lui-même, le représentant de l'UNDP et les représentants des NMPP et de TP désignés à cet effet.

Toute déclaration non conforme, restituée hors délais, insuffisamment renseignée ou non signée, privera le diffuseur du droit à bénéficier de la rémunération complémentaire pour six mois.



Les parties se réservent le droit de mettre en œuvre une procédure simplifiée de recensement des diffuseurs.

Les NMPP et TP se réserveront, par tous les moyens qu'elles aviseront, d'effectuer de manière inopinée mais contradictoire, en association avec l'UNDP et le dépositaire, des contrôles du respect des engagements pris par le diffuseur au titre du document déclaratif ci-dessus qui, en cas de non respect, entraînera la perte du bénéfice pour lui de la rémunération complémentaire, avec l'impossibilité de se requalifier pendant deux années consécutives. Les éditeurs pourront le cas échéant être associés à ce contrôle.

ARTICLE 4 – MECANISME DE CALCUL ET MODALITES DE REGLEMENT DE LA REMUNERATION COMPLEMENTAIRE

4.1 facteurs de rémunération

Les mécanismes et modalités de règlement de la rémunération complémentaire doivent être neutres pour les conditions de distribution de la presse. Ceci nécessite qu'au titre du présent protocole ces mécanismes et modalités soient compatibles avec une mesure globale tous éditeurs, toutes coopératives et toutes messageries confondus.

G.P. 
S.A.S. 

Les diffuseurs de presse peuvent recevoir une rémunération complémentaire selon trois facteurs de rémunération :

- a) Une rémunération liée au « mètre linéaire développé total »,
- b) Une rémunération liée au facteur de « performance commerciale »,
- c) Une rémunération liée au facteur Géo-Commercial.

L'ensemble des compléments de rémunération additionnés à la rémunération de base du diffuseur ne peuvent en aucun cas excéder 24% net du Chiffre d'Affaires Presse coopérative Prix Public TTC (CA Presse coopérative « Prix fort ») relatif aux publications.

4.2 mètre linéaire développé total

Le diffuseur, dès lors qu'il dispose d'un linéaire supérieur à 100 m (y compris piles, îlots, présentoirs jeux de mots sous réserve que ces présentoirs soient d'une hauteur minimum d'1 m au sol et qu'ils permettent la présentation de plus de 40 titres du même éditeur), percevra une rémunération complémentaire calculée en fonction du mètre linéaire développé total dont il dispose selon la grille suivante :

≥100 < 130 :	1 %
≥130 < 150 :	1,5 %
≥150 < 180 :	2 %
≥180	2,5 %

Le pourcentage de rémunération complémentaire sera calculé sur la base du volume d'affaires semestriel publications réalisé. Ces pourcentages sont applicables pour l'année 2007 et susceptibles d'être révisés à l'avenir.

4.3 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) bénéficiera d'une rémunération complémentaire calculée de manière progressive, selon le barème suivant :

Tranche de VAF Pub semestriel (en K euros)	Pourcentage de rémunération semestrielle
≥ 75 < 126	1 %
≥ 126 < 151	1,25 %
≥ 151 < 176	1,5 %
≥ 176 < 201	2 %
≥ 201 < 226	2,5 %
≥ 226 < 251	3,5 %
≥ 251	5 %

Ces pourcentages et tranches sont applicables pour l'année 2007 et susceptibles d'être révisés à

G.P.
P. / F.H.
S.A.S.

l'avenir.

Le critère de performance commerciale doit être obligatoirement rempli par le diffuseur pour pouvoir bénéficier du critère de géocommercialité ci-après mentionné.

La mesure du CA Presse « Prix fort », toutes messageries confondues », se fait par la consolidation des informations provenant des messageries ou des dépositaires.

Au cas où la performance commerciale ne pourrait être pour des raisons techniques ou autres établie « toutes messageries confondues », chaque messagerie effectuera provisoirement son calcul pour son propre compte jusqu'à ce que les raisons de l'empêchement soient levées.

Le calcul se fera dans ce cas en fonction de la dernière part de marché connue pour chaque messagerie relativement à son chiffre d'affaires prix public TTC (« Prix Fort »).

4.4 Géocommercialité

Le critère de géocommercialité ne s'applique pas au diffuseur de Paris, Lyon, Bordeaux et Marseille, bénéficiant des articles 2, 3 ou 4 du décret n° 88-136 du 9 février 1988 modifié par le décret du 25 novembre 2005 qui perçoit une rémunération spécifique.

4.4.1 galerie marchande

Le diffuseur dont le point de vente est situé dans la galerie marchande d'un supermarché (surface supérieure ou égale à 400 m² et inférieure à 2500 m²) percevra une rémunération complémentaire de 1 % sur la base de son VAF publications semestriel.

Le diffuseur dont le point de vente est situé dans la galerie marchande d'un hypermarché (surface supérieure à 2500 m²) percevra une rémunération complémentaire de 3 % sur la base de son VAF publications semestriel.

4.4.2 commune située en aire urbaine

Le diffuseur dont le point de vente est localisé dans une commune de plus de 10 000 habitants située elle-même dans une aire urbaine supérieure ou égale à 50 000 habitants percevra une rémunération complémentaire de 1 %, la ville et l'aire urbaine étant définies selon l'INSEE

4.4.3 galerie marchande + commune située en aire urbaine

Le diffuseur dont le point de vente est situé en galerie marchande d'un hypermarché dans une commune (>10 000 habitants) située elle-même en aire urbaine (> 50 000 habitants) bénéficiera de la rémunération complémentaire la plus favorable, soit 3 %

Le diffuseur dont le point de vente est situé en galerie marchande d'un supermarché dans une commune

G.P. FW
V. S.A.D.

située elle-même en aire urbaine bénéficiera d'une rémunération complémentaire de 1 %

Ces pourcentages sont applicables pour l'année 2007 et susceptibles d'être révisés à l'avenir.

4.5 Les Spécialistes Petite Superficie

Afin de prendre en considération la situation des points de vente de petite superficie, mais dont le volume d'activité les assimile aux spécialistes de la presse, il est prévu un dispositif particulier.

4.5.1 Critères d'éligibilité

Pour entrer dans la catégorie des « Spécialistes Petite Superficie », le diffuseur doit respecter les conditions suivantes :

- surface du point de vente inférieure ou égale à 30 m²
- mètre linéaire développé total (mètre linéaire y compris piles, îlots et présentoirs jeux de mots sous réserve que ces présentoirs soient d'une hauteur minimum d'1 m au sol et qu'ils permettent la présentation de plus de 40 titres du même éditeur) supérieur ou égal à 50 m
- volume d'affaires semestriel sur les publications toutes messageries confondues atteignant un minimum de 48 000 euros

4.5.2 Rémunération complémentaire sur les publications

Ne sont pas concernées les publications spéciales étrangères et dimanche qui bénéficient d'une rémunération spécifique

Situation géographique	rémunération complémentaire	rémunération globale
Paris (SPPS /1 ^{ère} couronne ex PDP)	+ 0,85 / 1,35 / 2,1 points	20,5 %
Grandes Villes	+ 1,25 / 1,75 / + 2,5 points	20,5 %

Ces pourcentages sont applicables pour l'année 2007 et susceptibles d'être révisés à l'avenir.

4.6. Versement de la rémunération complémentaire

La rémunération complémentaire est versée aux diffuseurs concernés tous les six mois, à l'exception du 1^{er} versement qui s'effectuera au prorata temporis en fonction de la date d'application.

J. G.P. Fw'
S.A.S.

4.7 Le suivi d'application du dispositif

Chaque semestre le dépositaire, le représentant de l'UNDP et les représentants des NMPP et de TP désignés à cet effet font le point sur l'application du dispositif, diffuseurs concernés et rémunérations complémentaires obtenues.

ARTICLE 5 - FICHER DES DIFFUSEURS QUALIFIES

Sur la base du recensement effectué, selon les modalités précisées à l'article 3, un fichier des diffuseurs qualifiés sera créé, il comportera les éléments d'identification locale du diffuseur qualifié.

Ce fichier sera communiqué par les NMPP et TP au Conseil Supérieur des Messageries de Presse au SNDP et à l'UNDP qui s'engagent à en conserver la stricte confidentialité.

ARTICLE 6 – ENGAGEMENTS DES PARTIES

Dans le cadre de l'obtention de ce Second Plan relatif à la rémunération, il est convenu :

- **Capillarité du réseau**

Les parties poursuivent les engagements réciproques, pris dès 2001 dans le cadre de la table ronde sur la distribution de la presse en France, afin de répondre à la question de la capillarité du réseau posée par les éditeurs. Il est ainsi convenu que les situations d'éventuelle carence du réseau soient recensées et que des réponses pour assurer la mise à disposition de la presse au public soient envisagées. Dans toute la mesure du possible, le diffuseur le plus proche sera associé au dispositif, en accord avec le dépositaire concerné. Dans ce cas - les points de vente de complémentarité ainsi créés, présentant une offre de titres réduite et percevant une rémunération minorée - il est précisé que le différentiel de rémunération devra revenir au diffuseur associé au dispositif. Ces réponses devront s'organiser dans le cadre des procédures habituelles, notamment celles ayant trait aux missions du dépositaire et de la Commission d'Organisation de la Vente du Conseil Supérieur des Messageries de Presse.

- **Portage des exemplaires abonnés par les diffuseurs**

Il est rappelé que depuis 8 huit ans l'UNDP, en association avec un quotidien national, assure la promotion du portage par les diffuseurs des exemplaires destinés aux abonnés postés. Ce dispositif de portage est désormais déployé sur l'ensemble des principales agglomérations françaises, soit une quarantaine de villes, il concerne pour l'essentiel et à des degrés divers les quotidiens nationaux. Les NMPP et TP ont fait part de leur intérêt pour cette démarche avec l'objectif de l'ouvrir à des publications. L'UNDP et le SNDP poursuivent leurs travaux avec les NMPP et TP concernant la mise en œuvre de cette perspective et son développement auprès des diffuseurs.

G.P. FH.
SAD J

PROTOCOLE D'ACCORD DEFINITIF

- **Allègement de la pratique professionnelle**

Les parties souhaitent s'inscrire dans le cadre de la volonté exprimée de manière constante par la profession, visant à restaurer la fonction commerciale des diffuseurs de presse en les rendant plus disponibles pour la vente. A cette fin, elles conviennent de lancer une réflexion sur les conditions d'approvisionnement, l'aménagement et la simplification de certaines procédures (conditions de facturation et de règlement des fournitures, structures de bordereaux, procédures informatiques...)

ARTICLE 7 - MODALITES DE MISE EN OEUVRE

Le présent protocole prend effet conformément aux dispositions du décret du 25 novembre 2005 à la date où les NMPP et TP auront reçu l'avis favorable du CSMP et/ou du Ministre chargé de la communication.

La mise en œuvre du présent protocole est également conditionnée par son acceptation par le Conseil de la Concurrence, cet accord définitif lui étant présenté sous forme de proposition d'engagements.

De ce fait, à compter de cette date, tous les diffuseurs en conformité avec les critères de qualification énoncés aux articles 2, 3 et 4.5 pourront prétendre à une rémunération complémentaire.

ARTICLE 8 - REGLEMENT DES LITIGES

Tout litige relatif à l'attribution du taux de commission majoré sera réglé par voie d'arbitrage conformément au règlement de conciliation et d'arbitrage prévu par le protocole du 18 septembre 2001.

ARTICLE 9 - OPPOSABILITE DU PROTOCOLE

Les parties conviennent de rendre opposables les dispositions du présent protocole à chaque diffuseur ayant vocation à être concerné par ce dispositif.

A l'occasion de la remise du document déclaratif normalisé, les dispositions essentielles du présent protocole seront insérées à titre de conditions générales, dans le document précité.

ARTICLE 10 – CLAUSE DE SORTIE

Pour des raisons motivées portant sur les critères essentiels du protocole (mètre linéaire, performance commerciale et géocommercialité) ou en raison de difficultés économiques ne permettant pas d'honorer le financement du plan, l'une des parties au protocole peut dénoncer le présent accord moyennant un préavis de 6 mois.

Cette dénonciation sera effectuée par Lettre Recommandée Avec Accusé de Réception adressée par la partie sortante à l'ensemble des autres parties.

*J. - G.P. Fu.
SdAd*

ARTICLE 11 - PROCEDURE DE CONCILIATION

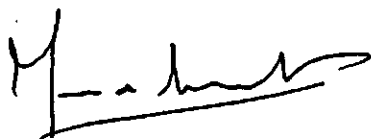
Pour toutes difficultés relatives à l'interprétation et l'exécution du présent protocole que les parties signataires n'aient pu résoudre à l'amiable entre elles, ces dernières conviennent d'en référer à une commission de conciliation composée:

- d'un représentant NMPP ou TP
- d'un représentant du SNDP
- d'un représentant de l'UNDP

ARTICLE 12 - ELECTION DE DOMICILE

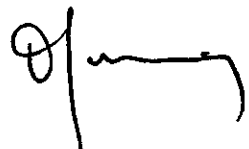
Pour l'exécution du présent protocole d'accord, les parties déclarent élire domicile en leurs adresses respectives mentionnées en tête des présentes.

Fait à Paris, le 26 Juin 2007
en 4 exemplaires originaux

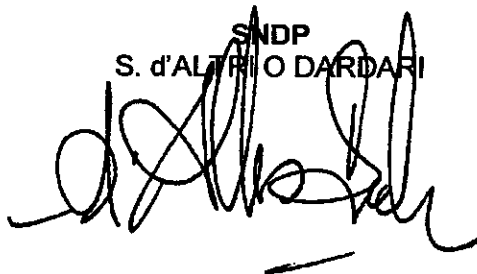


NMPP
J. de MONTMORT

TP
F. NITOT



SNDP
S. d'ALTRI O DARDARI



UNDP
G. PROUST



AVENANT AU PROTOCOLE D'ACCORD DEFINITIF

2007

SECOND PLAN DE QUALIFICATION DU RESEAU DES DIFFUSEURS DE PRESSE

Entre les soussignés

- ♦ La société **NOUVELLES MESSAGERIES DE LA PRESSE PARISIENNE (NMPP)**, société à responsabilité limitée au capital de 50.000 € dont le siège social est à PARIS (75012), 52, rue Jacques Hillairet, immatriculée au registre du commerce et des sociétés de Paris sous le numéro B 562.029.090, représentée par son Président du Conseil de Gérance, Monsieur Jean de MONTMORT,

ci-après dénommée les NMPP,

de première part,

- ♦ La société **TRANSPORTS PRESSE**, société à responsabilité limitée au capital de 7.800 €, dont le siège social est à CHARENTON (94220) 5, Place des Marseillais, immatriculée au registre du commerce et des sociétés de Créteil sous le numéro B 582.150.447, représentée par son Président du Conseil de Gérance, Monsieur François NITOT,

ci-après dénommée TP,

de seconde part,

- ♦ Le **SYNDICAT NATIONAL DES DEPOSITAIRES DE PRESSE (SNDP)**, dont le siège social est à PARIS (75002), 7, rue du 4 septembre, représenté par son Président, Monsieur Jacques BOULAN,

ci-après dénommé, le SNDP

de troisième part,

S.P.
SNDP
Boulan

- ♦ **L'UNION NATIONALE DES DIFFUSEURS DE PRESSE (UNDP)**, dont le siège social est à PARIS (75010) 16, Place de la République, représentée par son Président, Monsieur Gérard PROUST,

ci-après dénommée l'UNDP,

de quatrième part,

Il a été préalablement exposé ce qui suit :

EXPOSE

Dans le cadre de la mise en place du Second Plan, les NMPP, TP, l'UNDP et le SNDP ont conclu le 30 juin 2005 deux protocoles interprofessionnels.

Ces protocoles avaient pour objet de verser une rémunération complémentaire aux diffuseurs respectant d'une part certains critères d'éligibilité (volume d'activité, informatisation, formation professionnelle, modernisation du point de vente), d'autre part des critères relatifs à la largeur de l'offre et à la performance.

Le 14 septembre 2005, les Messageries Lyonnaises de Presse ont saisi le Conseil de la concurrence pour voir suspendre en mesure conservatoire l'application de ces deux protocoles.

Le Conseil de la concurrence a rendu sa décision le 23 février 2006 et a enjoint aux sociétés NMPP et TP de suspendre, à titre conservatoire, l'application des protocoles du 30 juin 2005 ainsi que celle de l'avenant au protocole du 18 septembre 2001.

Cependant, devant l'urgence de la situation liée aux difficultés des diffuseurs de presse et à la nécessité de revaloriser leur rémunération, les NMPP et TP, saisies par l'UNDP, ont décidé de mettre en place un plan provisoire de rémunération complémentaire, susceptible d'être mis en œuvre rapidement et ne tombant pas sous le coup des injonctions du Conseil de la concurrence.

Parallèlement, soucieux d'affiner la réalité du terrain et de tenir compte des spécificités de certains types de points de vente, les NMPP, TP, l'UNDP et le SNDP avaient par voie d'avenant au protocole d'accord transitoire, assoupli les critères de ce protocole pour certains types de diffuseurs (ex PDP et saisonniers) et aménagé sur le critère de l'exposition en vitrine, l'avenant n° 2 au protocole du 18 septembre 2001.

Le protocole d'accord transitoire et son avenant avaient vocation à s'appliquer jusqu'à ce qu'un protocole permanent permettant d'atteindre les objectifs des protocoles du 30 juin 2005 et exempt de tout risque juridique, puisse être conclu.

G.P
S.A.S. J.F.W.

De nouvelles négociations interprofessionnelles ont abouti à l'établissement d'un protocole d'accord définitif et à l'établissement du présent avenant concernant les diffuseurs ex PDP.

Cet avenant est subordonné à l'obtention de l'avis favorable du Conseil Supérieur des Messageries de Presse et ce, conformément aux dispositions du décret du 25 novembre 2005, modifiant le décret du 9 février 1988 ainsi qu'à son acceptation par le Conseil de la Concurrence, le présent protocole lui étant présenté sous forme de propositions d'engagements.

CONVENTION

ARTICLE 1 – DIFFUSEURS EX PDP

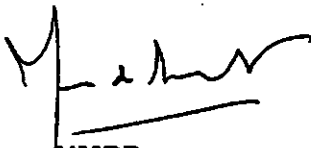
L'avenant aux accords de mars 2006 octroyait un délai de 18 mois aux diffuseurs pour s'informatiser, ce délai étant décompté à partir de la date de signature de l'avenant.

Le délai de 18 mois expire au 1^{er} octobre 2007.

ARTICLE 2 – MAINTIEN EN VIGUEUR DE L' AVENANT AUX ACCORDS DE MARS 2006 ET DE L' AVENANT N ° 2 AU PROTOCOLE DU 18 SEPTEMBRE 2001

Les autres dispositions de l'avenant aux accord de mars 2006 et de l'avenant n° 2 au protocole du 18 septembre 2001 demeurent inchangées et conservent leur plein effet.

Fait à Paris, le *26 juin 2007*
en 4 exemplaires originaux


NMPP
J. de MONTMORT

TP
F. NITOT


SNPP
S. D'ALTRIO DARDARI


UNDP
G. PROUST

ACCORD KIOSQUES N° 3 DEFINITIF

2007

Entre les soussignés

- ♦ La société **NOUVELLES MESSAGERIES DE LA PRESSE PARISIENNE (NMPP)**, société à responsabilité limitée au capital de 50.000 € dont le siège social est à PARIS (75012), 52, rue Jacques Hillairet, immatriculée au registre du commerce et des sociétés de Paris sous le numéro B 562.029.090, représentée par son Président du Conseil de Gérance, Monsieur Jean de MONTMORT,

ci-après dénommée les NMPP,

de première part,

- ♦ La société **TRANSPORTS PRESSE**, société à responsabilité limitée au capital de 7.800 €, dont le siège social est à CHARENTON (94220) 5, Place des Marseillais, immatriculée au registre du commerce et des sociétés de Créteil sous le numéro B 582.150.447, représentée par son Président du Conseil de Gérance, Monsieur François NITOT,

ci-après dénommée TP,

de seconde part,

- ♦ Le **SYNDICAT NATIONAL DES DEPOSITAIRES DE PRESSE (SNDP)**, dont le siège social est à PARIS (75002), 7, rue du 4 septembre, représenté par son Président, Monsieur Stéphane d'ALTRI O DARDARI,

ci-après dénommé, le SNDP (dépositaires),

de troisième part,

- ♦ **L'UNION NATIONALE DES DIFFUSEURS DE PRESSE (UNDP)**, dont le siège social est à PARIS (75010) 16, Place de la République, représentée par son Président, Monsieur Gérard PROUST,

ci-après dénommée l'UNDP,

de quatrième part

RA
h
Fu
90
G.P
S/A/S

- ♦ **Le SYNDICAT NATIONAL DES DIFFUSEURS DE PRESSE (SNDP)**, dont le siège social est à PARIS (75010), 10, cité Riverin, représenté par son Président, Madame Gisèle DUCHAMPS,

ci-après dénommé le SNDP (Diffuseurs),

de cinquième part,

- ♦ **Le SYNDICAT NATIONAL DE LA LIBRAIRIE ET DE LA PRESSE (SNLP)**, dont le siège social est à PARIS (75002) 15, rue du Sentier, représenté par son Président, Monsieur Alain RENAULT,

ci-après dénommé le SNLP,

de sixième part,

EXPOSE

Un Premier Plan relatif aux conditions de rémunération des diffuseurs a été matérialisé par la signature de deux protocoles en date des 30 septembre 1994 et 18 septembre 2001.

A la suite du parachèvement du Premier Plan, un Second Plan a été mis en place, dans le cadre de l'institution d'une rémunération liée à la performance et à la diversité de l'offre des points de vente.

Ce Second Plan, dont la réalisation restait subordonnée à l'obtention des moyens en permettant le financement, a fait l'objet de la conclusion de deux protocoles (NMPP et TP) signés le 30 juin 2005 auxquels était annexé un premier « Accord Kiosques ».

Le 14 septembre 2005, les Messageries Lyonnaises de Presse ont saisi le Conseil de la concurrence pour voir suspendre en mesure conservatoire l'application de ces deux protocoles du 30 juin 2005 et de leur annexe « Accord Kiosques » ainsi que celle de l'avenant au protocole du 18 septembre 2001.

Le Conseil de la concurrence a rendu sa décision le 23 février 2006 et a enjoint les sociétés NMPP et TRANSPORTS PRESSE de suspendre, à titre conservatoire, l'application des protocoles interprofessionnels et « Accords Kiosques » annexés qu'elles ont signés avec l'UNDP et le SNDP le 30 juin 2005 ainsi que l'application de l'avenant au protocole du 18 septembre 2001 signé également le 30 juin 2005, et ce, au motif que les diffuseurs seraient incités à promouvoir la vente des titres NMPP et TP au détriment des titres MLP.

Cependant, devant l'urgence de la situation liée aux difficultés des kiosquiers et la nécessité de revaloriser leur rémunération, les NMPP et TRANSPORTS PRESSE ont décidé de mettre en place un plan provisoire de rémunération complémentaire, susceptible d'être mis en œuvre

RA m G.A 90
Fu.
RAAD
Page 2 sur 8

rapidement et ne tombant pas sous le coup des injonctions prononcées par le Conseil de la concurrence.

L'Accord Kiosques n° 2 transitoire avait vocation à s'appliquer jusqu'à ce qu'un accord permanent, permettant d'atteindre les objectifs des protocoles du 30 juin 2005 et exempt de tout risque juridique, puisse être conclu.

De nouvelles négociations interprofessionnelles ont abouti à l'établissement du présent Accord Kiosques n° 3 définitif dont la mise en œuvre reste subordonnée à l'obtention de son financement.

Cet Accord kiosques définitif est subordonné à l'obtention de l'avis favorable du Conseil Supérieur des Messageries de Presse, et ce, conformément aux dispositions du décret du 25 novembre 2005, modifiant le décret du 9 février 1988 ainsi qu'à son acceptation par le Conseil de la Concurrence, le présent accord lui étant présenté sous la forme de proposition d'engagements.

* * *
*

CONVENTION

ARTICLE 1 – OBJET

Le présent accord a pour objet de :

- fixer les conditions préalables à la mise en œuvre de la rémunération complémentaire liée à l'offre de quotidiens et publications et à la pénibilité de l'activité des kiosquiers
- définir les catégories de kiosquiers ayant vocation à bénéficier de cette rémunération complémentaire
- définir les critères objectifs d'attribution de cette rémunération complémentaire
- prévoir toutes les dispositions propres à faciliter la mise en œuvre du présent accord.

Sont concernés par le présent objet les quotidiens et publications adhérant aux coopératives associées aux NMPP et à TRANSPORTS PRESSE (hors produits multimédia, encyclopédies, presse étrangère non adhérente aux coopératives, lesquels ont fait l'objet d'accords spécifiques en 2006 et hors AL et PP).

S.A.E.D. G.P. 90
F.H.
M. RA

ARTICLE 2 – KIOSQUIERS CONCERNES

L'attribution d'une rémunération complémentaire est réservée aux kiosquiers de France Métropolitaine, Corse et Monaco inclus, ressortissant aux dispositions de l'alinéa 1 de l'article 2 du décret 88.136 du 9 février 1988 et régulièrement inscrits sur le fichier des agents de la vente tenu par le Conseil Supérieur des Messageries de Presse, à l'exception des « marchands en terrasse ».

Les « Spécialistes Petite Superficie » qui bénéficiaient antérieurement du protocole d'accord transitoire du 16 mars 2006 sont désormais régis par le protocole d'accord définitif (article 4.5) s'agissant de la rémunération complémentaire liée aux publications.

Pour la rémunération complémentaire liée aux quotidiens, les « Spécialistes Petite Superficie » sont soumis au présent Accord Kiosques n° 3 définitif.

ARTICLE 3 – ENGAGEMENTS DES KIOSQUIERS

Il est convenu par les parties que les kiosquiers s'engagent à respecter la neutralité des conditions de distribution imposée par la loi tant à la Messagerie, à la Coopérative, au Dépositaire qu'au kiosquier en sa qualité d'agents de la vente.

Les engagements de service sont inspirés et compatibles avec le Premier Plan aménagé de complément de rémunération des diffuseurs de Presse. Ces engagements sont les suivants :

- Les kiosques étant conçus pour consacrer principalement et majoritairement leur linéaire à la presse, leurs gérants doivent respecter cette répartition et ne pas détourner la vocation de leurs linaires, vitrines ou devantures.
- Horaires d'accès pour le public :
 - Le kiosque s'engage à respecter strictement les dispositions particulières telles que précisées par la concession dont il est éventuellement bénéficiaire.
 - En l'absence de disposition particulière d'une concession, qui prévaut en toutes circonstances, il est demandé au kiosquier de respecter 6 jours par semaine au moins les conditions suivantes :
 - Ouverture, au choix : Ouverture au plus tard à 6h30 ou ouverture continue entre 12h30 et 14h00
 - Ouverture jusqu'à 19h30 ou 9h00 par jour ou être ouvert le Dimanche matin ou après-midi.

6.1. ep
Flm
RA
S.A.S.
me

ARTICLE 4 – MECANISME ET MODALITES DE REGLEMENT DE LA REMUNERATION COMPLEMENTAIRE

Les kiosquiers qualifiés au titre du 1^{er} plan (hors grandes villes), les kiosquiers exerçant leur activité dans les grandes villes et les « Spécialistes Petite Superficie » verront s'ajouter à leur rémunération de base une rémunération complémentaire nette (hors frais de port) selon les modalités suivantes :

4.1 Les Kiosquiers

4.1.1 Sur les quotidiens

Sont concernés les quotidiens matin, soir, dimanche à l'exception du périmètre Paris, SPPS / ex PDP qui ne prennent pas en compte les quotidiens du dimanche lesquels bénéficient déjà d'une rémunération spécifique.

Situation géographique	rémunération complémentaire (REM de base + Q2 kiosques)	rémunération globale
Paris (SPPS / ex PDP)	jusqu'à 1 point	19,5 %
Grandes Villes	+ 2 points	17,5 %
Province	+ 1 point	17,5 % (si qualifiés 1 ^{er} Plan)

Cette rémunération est applicable pour l'année 2007 et pourra être portée d'ici 2010 par paliers successifs à 22 % à Paris et 20 % pour les Grandes Villes et la Province.

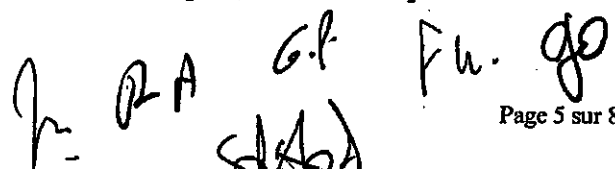
4.1.2 Sur les publications

Ne sont pas concernées les publications spéciales étrangères et dimanche qui bénéficient déjà d'une rémunération spécifique

Situation géographique	rémunération complémentaire (REM de base + Q2 kiosques)	rémunération globale
Paris (SPPS / ex PDP)	+ 0,6 point	20,5 %
Grandes Villes	+ 1 point	20,5 %

Pour les kiosques de Province, le complément de rémunération est de + 2 points. La rémunération totale maximum pour ces kiosques pourra atteindre 18,5 % nets dès lors que le kiosque satisfait aux critères du Premier Plan aménagés.

Dans le but de consolider la rémunération des kiosques, véritables spécialistes de la



presse, la rémunération des kiosquiers de Paris, Lyon, Bordeaux et Marseille bénéficiant des articles 2, 3 ou 4 du décret n° 88-136 du 9 février 1988 modifié par le décret du 25 novembre 2005 pourra être portée à 22 % nets d'ici 2010 par paliers successifs de 0,5 point par an. Les éditeurs de l'ensemble des messageries confirmeront chaque année cette progression.

Les kiosquiers de Province pourraient bénéficier à compter de 2008 du dispositif de performance et géocommercialité institué par le protocole d'accord définitif.

4.2 Les Spécialistes Petite Superficie

Afin de prendre en considération la situation des points de vente de petite superficie, mais dont le volume d'activité les assimile aux spécialistes de la presse, il est prévu un dispositif particulier.

4.2.1 Critères d'éligibilité

Pour entrer dans la catégorie des « Spécialistes Petite Superficie », le diffuseur doit respecter les conditions suivantes :

- surface du point de vente inférieure ou égale à 30 m²
- mètre linéaire développé total (mètre linéaire y compris piles, îlots et présentoirs jeux de mots) supérieur ou égal à 50 m
- volume d'affaires semestriel sur les publications toutes messageries confondues doit atteindre un minimum de 48 000 euros

4.2.2 Rémunération complémentaire sur les quotidiens

Sont concernés les quotidiens matin, soir, dimanche à l'exception du périmètre Paris, SPPS / ex PDP qui ne prennent pas en compte les quotidiens du dimanche qui bénéficient déjà d'une rémunération spécifique.

Situation géographique	rémunération complémentaire	rémunération globale
Paris (SPPS et 1 ^{ère} couronne Ex PDP)	de 0 à 1 point	18 %
Grandes Villes	+ 1 point	15 %

Cette rémunération est applicable pour l'année 2007 et pourra être portée d'ici 2010 par paliers successifs à 20 % à Paris et 17 % pour les Grandes Villes.

4.2.3 Rappel

Les Spécialistes Petite Superficie sont régis s'agissant des publications par le protocole

d'accord définitif. Les points de vente situés à Paris (SPPS et 1^{ère} couronne ex PDP) et dans les grandes villes pourront percevoir une rémunération complémentaire qui pourra atteindre 20,5 % du volume d'affaires publications semestriel.

4.3 Le suivi d'application du dispositif

Chaque semestre le dépositaire et les représentants des NMPP et de TP désignés à cet effet font le point sur l'application du dispositif, kiosquiers concernés et rémunérations complémentaires obtenues.

Pour les « Spécialistes Petite Superficie », la vérification du seuil minimum de VAF Publications toutes messageries confondues sera effectué en début d'année civile et à partir du VAF du semestre précédent, afin de déterminer les points de vente éligibles.

ARTICLE 5 - MODALITES DE MISE EN OEUVRE

Le présent accord prend effet, conformément aux dispositions du décret du 25 novembre 2005, à la date où les NMPP et TP auront reçu l'avis favorable du CSMP et / ou du Ministre chargé de la communication.

La mise en œuvre du présent accord est également conditionnée par son acceptation par le Conseil de la Concurrence, cet accord définitif lui étant présenté sous forme de proposition d'engagements.

De ce fait, à compter de cette date, les kiosquiers et les « Spécialistes Petite Superficie » pourront prétendre à une rémunération complémentaire sur les quotidiens et les publications.

ARTICLE 6 - REGLEMENT DES LITIGES

Tout litige relatif à l'attribution du taux de commission majoré sera réglé par voie d'arbitrage conformément au règlement de conciliation et d'arbitrage prévu par le protocole du 18 septembre 2001.

ARTICLE 7 - OPPOSABILITE DE L'ACCORD

Les parties conviennent de rendre opposables les dispositions du présent accord à chaque kiosquier et Spécialiste Petite Superficie ayant vocation à être concerné par ce dispositif.

G.P. Fh.
RA go
K S.A.D

ARTICLE 8 – CLAUSE DE SORTIE

Pour des raisons motivées portant sur les critères essentiels du protocole ou en raison de difficultés économiques ne permettant pas d'honorer le financement du plan, l'une des parties à l'accord kiosques définitif peut le dénoncer moyennant un préavis de 6 mois.

Cette dénonciation sera effectuée par LRAR adressée par la partie sortante à l'ensemble des autres parties.

ARTICLE 9 - PROCEDURE DE CONCILIATION

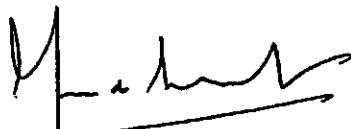
Pour toutes difficultés relatives à l'interprétation et l'exécution du présent accord que les parties signataires n'auront pu résoudre à l'amiable entre elles, ces dernières conviennent d'en référer à une commission de conciliation composée:

- d'un représentant du kiosquier qu'il aura choisi parmi les membres de sa profession
- d'un représentant des NMPP ou TP
- et d'un représentant du SNDP dépositaire

ARTICLE 10 - ELECTION DE DOMICILE

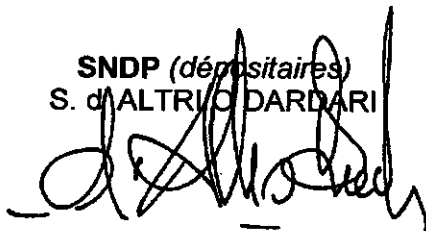
Pour l'exécution du présent accord, les parties déclarent élire domicile en leurs adresses respectives mentionnées en tête des présentes.

Fait à Paris, le 26 Juin 2007
en 6 exemplaires originaux



NMPP
J. de MONTMORT

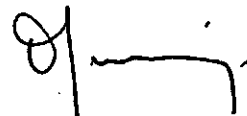
SNDP (dépositaires)
S. d'ALTRIC DARDARI



SNDP (diffuseurs)
G. DUCHAMPS



TP
F. NITOT



UNDR
G. PROUST



SNLP
A. RENAULT



AVENANT N° 2

**AU PROTOCOLE INTERPROFESSIONNEL
DU 18 SEPTEMBRE 2001**

2006

OPD TB
Fu J

Entre les soussignés

- ♦ La société **NOUVELLES MESSAGERIES DE LA PRESSE PARISIENNE (NMPP)**, société à responsabilité limitée au capital de 50.000 € dont le siège social est à **PARIS (75012)**, 52, rue Jacques Hillairet, immatriculée au registre du commerce et des sociétés de Paris sous le numéro B. 562.029.090, représentée par son Président du Conseil de Gérance, Monsieur Jean de **MONTMORT**,

ci-après dénommée les NMPP,

de première part,

- ♦ La société **TRANSPORTS PRESSE**, société à responsabilité limitée au capital de 7.800 €, dont le siège social est à **CHARENTON (94220)** 5, Place des Marseillais, immatriculée au registre du commerce et des sociétés de Créteil sous le numéro B 582.150.447, représentée par son Président du Conseil de Gérance, Monsieur François **NITOT**,

ci-après dénommée TP,

de seconde part,

- ♦ **L'UNION NATIONALE DES DIFFUSEURS DE PRESSE (UNDP)**, dont le siège social est à **PARIS (75010)** 16, Place de la République, représentée par son Président, Monsieur Gérard **PROUST**,

ci-après dénommée l'UNDP,

de troisième part,

- ♦ **Le SYNDICAT NATIONAL DES DEPOSITAIRES DE PRESSE (SNDP)**, dont le siège social est à **PARIS (75002)**, 7, rue du 4 septembre, représenté par son Président, Monsieur Jacques **BOULAN**,

ci-après dénommé, le SNDP

de quatrième part,

EXPOSE

Le protocole d'accord du 18 septembre 2001 avait pour objet de définir les nouvelles conditions et modalités d'attribution à des diffuseurs qualifiés d'un taux de commission majoré.

Handwritten signatures and initials: JB, Fh, and other marks.

Afin de bénéficier du taux de commission net revalorisé de 15 %, le diffuseur devait remplir trois critères relatifs à la Presse en vitrine, la Représentativité et l'Accessibilité de la Presse.

Ces trois critères ont, par Avenant au Protocole Interprofessionnel du 18 septembre 2001 en date du 30 juin 2005, fait l'objet d'aménagements.

A la suite de la décision rendue par le Conseil de la Concurrence le 23 février 2006 qui a enjoint la suspension de l'Avenant au Protocole Interprofessionnel du 18 septembre 2001, les soussignés sont convenus, par un second Avenant au Protocole Interprofessionnel du 18 septembre 2001, de clarifier les aménagements intervenus au titre du premier Avenant du 30 juin 2005.

CONVENTION

ARTICLE 1 - AMENAGEMENT DES CRITERES DU PREMIER PLAN

Les critères de qualification du Premier Plan sont aménagés dans les conditions suivantes :

1.1 Premier aménagement

Le point de vente doit disposer d'une enseigne Presse de nature à informer clairement le public que le point de vente qui l'arbore est un spécialiste de la presse.

Cette enseigne doit être apposée sur la vitrine en drapeau. Une dérogation au principe concerne les centres commerciaux et les sites classés par les Bâtiments de France sur présentation de documents justifiant les contraintes administratives locales.

1.2 Second aménagement

Le point de vente s'engage à consacrer en permanence dans sa vitrine un emplacement dédié significatif afin de présenter au minimum 2 quotidiens, 8 publications, 2 produits hors presse.

L'ensemble de ces titres en cours de vente fera l'objet d'une rotation régulière et d'une large visibilité des « unes ».

1.3 Troisième aménagement

Le linéaire presse dédié aux produits presse doit représenter une longueur de quatre mètres au sol minimum.

Seul doit être déclaré le linéaire mural (mobilié de plus de 1,70 m de hauteur).

1.4 Quatrième aménagement

Une option supplémentaire est ajoutée aux créneaux horaires prévus dans le Premier Plan: un horaire journalier de 9 heures.

ARTICLE 2 : PRISE D'EFFET

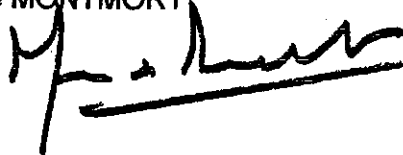
Le présent avenant prend effet, conformément aux dispositions du décret du 25 novembre 2005 à la date où les NMPP et TP auront reçu l'avis favorable du Conseil Supérieur de Messageries de Presse et du Ministre chargé de la Communication.

ARTICLE 3 - MAINTIEN EN VIGUEUR DU PROTOCOLE DU 18
SEPTEMBRE 2001

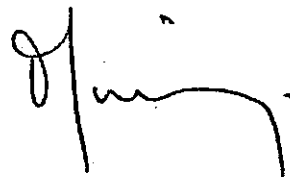
Les autres dispositions du Protocole Interprofessionnel du 18 septembre 2001 n'étant pas affectées par le présent avenant, demeurent inchangées et conservent leur plein effet.

Fait à Paris, le 16 mars 2006
en 4 exemplaires originaux

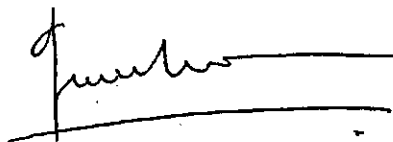
NMPP
J. de MONTMORT



TP
F. NITOT



UNDP
G. PROUST



SNDP
J. BOULAN



AVENANT AUX ACCORDS DE MARS 2006
(protocole d'accord transitoire
et avenant N° 2 au protocole du 18 septembre 2001)

**SECOND PLAN DE QUALIFICATION DU RESEAU
DES DIFFUSEURS DE PRESSE**

Entre les soussignés

- La société **NOUVELLES MESSAGERIES DE LA PRESSE PARISIENNE (NMPP)**, société à responsabilité limitée au capital de 50.000 € dont le siège social est à PARIS (75012), 52, rue Jacques Hillairet, immatriculée au registre du commerce et des sociétés de Paris sous le numéro B 562.029.090, représentée par son Président du Conseil de Gérance, Monsieur Jean de MONTMORT,

ci-après dénommée les NMPP,

de première part,

- La société **TRANSPORTS PRESSE**, société à responsabilité limitée au capital de 7.800 €, dont le siège social est à CHARENTON (94220) 5, Place des Marseillais, immatriculée au registre du commerce et des sociétés de Créteil sous le numéro B 582.150.447, représentée par son Président du Conseil de Gérance, Monsieur François NITOT,

ci-après dénommée TP,

de seconde part,

- **L'UNION NATIONALE DES DIFFUSEURS DE PRESSE (UNDP)**, dont le siège social est à PARIS (75010) 16, Place de la République, représentée par son Président, Monsieur Gérard PROUST,

ci-après dénommée l'UNDP,

de troisième part,

JS GB
Flu. J

- ♦ Le SYNDICAT NATIONAL DES DEPOSITAIRES DE PRESSE (SNDP), dont le siège social est à PARIS (75002), 7, rue du 4 septembre, représenté par son Président, Monsieur Jacques BOULAN,

ci-après dénommé, le SNDP

de quatrième part,

Il a été préalablement exposé ce qui suit :

EXPOSE

Dans le cadre de la mise en place du Second Plan, les NMPP, TP, l'UNDP et le SNDP ont conclu le 30 juin 2005 deux protocoles interprofessionnels.

Ces protocoles avaient pour objet de verser une rémunération complémentaire aux diffuseurs respectant d'une part certains critères d'éligibilité (volume d'activité, informatisation, formation professionnelle, modernisation du point de vente), d'autre part des critères relatifs à la largeur de l'offre et à la performance.

Le 14 septembre 2005, les Messageries Lyonnaises de Presse ont saisi le Conseil de la concurrence pour voir suspendre en mesure conservatoire l'application de ces deux protocoles.

Le Conseil de la concurrence a rendu sa décision le 23 février 2006 et a enjoint aux sociétés NMPP et TP de suspendre, à titre conservatoire, l'application des protocoles du 30 juin 2005 ainsi que celle de l'avenant au protocole du 18 septembre 2001.

Cependant, devant l'urgence de la situation liée aux difficultés des diffuseurs de presse et à la nécessité de revaloriser leur rémunération, les NMPP et TP, saisies par l'UNDP, ont décidé de mettre en place un plan provisoire de rémunération complémentaire, susceptible d'être mis en œuvre rapidement et ne tombant pas sous le coup des injonctions du Conseil de la concurrence.

Parallèlement, soucieux d'affiner la réalité du terrain et de tenir compte des spécificités de certains types de points de vente, les NMPP, TP, l'UNDP et le SNDP ont décidé, d'une part par voie d'avenant au protocole d'accord transitoire, d'en assouplir les critères pour certains types de diffuseurs (ex PDP et saisonniers).

D'autre part, les parties sont convenues d'aménager sur le critère de l'exposition en vitrine, l'avenant n° 2 au protocole du 18 septembre 2001.

GP JB
Flu. J

Le protocole d'accord transitoire et le présent avenant auront vocation à s'appliquer jusqu'à ce qu'un protocole permanent permettant d'atteindre les objectifs des protocoles du 30 juin 2005 et exempt de tout risque juridique, puisse être conclu.

Le présent avenant est subordonné à l'obtention de l'avis favorable du Conseil Supérieur des Messageries de Presse et ce, conformément aux dispositions du décret du 25 novembre 2005, modifiant le décret du 9 février 1988.

CONVENTION

ARTICLE 1 – EXPOSITION EN VITRINE

Le critère de la presse en vitrine stipulé à l'article 1.2 de l'avenant au n° 2 au protocole du 18 septembre 2001, n'a pas lieu de s'appliquer aux diffuseurs qui ne disposent pas d'une surface de vitrine lui permettant de présenter les produits qui y sont visés.

ARTICLE 2 – DIFFUSEURS EX PDP

Les diffuseurs Ex PDP (correspondant aux points de vente servis par SPPS ou détachés de PDP et servis par un dépositaire central) pourront bénéficier de la rémunération complémentaire dès lors qu'ils s'engagent à s'informatiser dans les 18 mois de la signature du présent avenant.

L'accroissement du délai se justifie par le fait que la société PDP était équipée d'un système d'information spécifique qui ne permettait pas de transmettre les informations au diffuseur (bordereaux de livraison et bordereaux d'inventus) ce qui limitait considérablement l'intérêt pour les diffuseurs de s'informatiser.

ARTICLE 3 – DIFFUSEURS SAISONNIERS

- 3.1 Le diffuseur saisonnier, dont le point de vente est soumis à une ouverture cyclique, pourra prétendre au bénéfice de la rémunération complémentaire s'il remplit les critères du Protocole Transitoire et de l'Avenant N° 2 au Protocole Interprofessionnel du 18 septembre 2001.

G.P. JB
Flu. JP

- 3.2 Le diffuseur qui remplit les critères du Protocole Transitoire et de l'Avenant N° 2 au Protocole Interprofessionnel du 18 septembre 2001 et qui exploite par ailleurs un point de vente saisonnier dans la même localité que son point de vente principal, verra en tout état de cause, le volume d'activité de ce point de vente saisonnier intégré dans le volume d'activité servant d'assiette à la rémunération complémentaire à laquelle il a droit au titre de son point de vente principal.

**ARTICLE 4 – MAINTIEN EN VIGUEUR DU PROTOCOLE D' ACCORD
TRANSITOIRE ET DE L'AVENANT N° 2 AU PROTOCOLE DU 18
SEPTEMBRE 2001**

Les autres dispositions du protocole d'accord transitoire et de l'avenant n° 2 au protocole du 18 septembre 2001 n'étant pas affectées par le présent avenant, demeurent inchangées et conservent leur plein effet.

Fait à Paris, le 16 mars 2006.
en 4 exemplaires originaux


NMPP
J. de MONTMORT



TP
F. NITOT



UNDP
G. PROUST



SNDP
J. BOULAN

