

Avenant n°3 au
PROTOCOLE INTERPROFESSIONNEL
Du 18 septembre 2001

2009

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 PARIS (75010) est 6, Boulevard Saint Denis 75010 PARIS, immatriculée au registre du commerce et des sociétés de Paris, sous le numéro B 582.150.447, représentée par son Président du Conseil de Gérance, Monsieur Francis MOREL,

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,



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 de presse et les diffuseurs de presse.

Ce premier plan a été matérialisé par la signature d'un protocole en date du 30 septembre 1994 auquel s'est substitué le protocole du 18 septembre 2001, (« le Premier Plan de qualification »).

Le Premier Plan de qualification a fait l'objet de 2 avenants respectivement datés du 30 juin 2005 (« l'avenant n° 1 ») et du 16 mars 2006 (« l'avenant n° 2 »), l'avenant n° 2 étant destiné à « clarifier les aménagements intervenus au titre du premier avenant du 30 juin 2005 » dont le Conseil de la concurrence avait ordonné la suspension dans sa décision du 23 février 2006. L'avenant n° 2 fait partie intégrante de l'engagement qui a été accepté par le Conseil de la concurrence dans sa décision du 9 octobre 2007.

Les NMPP et TP se sont engagées, dans une démarche volontaire tendant en particulier à développer les ventes de presse au numéro, à aider les diffuseurs participant à cette démarche, notamment en améliorant leurs conditions de rémunération.

Dans le cadre du projet de développement des ventes, un nouveau type de point de vente a souhaité proposer une offre élargie de presse : les enseignes culturelles. Compte tenu des spécificités d'exploitation de ce type de diffuseur ; il a paru opportun d'adapter les critères de qualification à ce type de diffuseur, ci-après dénommé « Enseigne Culturelle ».




Il s'agit d'un magasin de plus de 300 m², ayant pour activité essentielle la vente de produits et de services culturels et de loisirs, certaines enseignes proposant à la vente à leurs clients, dans le cadre d'une activité complémentaire, dans leurs locaux, avec un personnel dédié à l'assistance et au conseil à la vente de presse ainsi qu'un encaissement partagé, une offre de plus de 1200 titres de presse toutes messageries confondues.

Ce mode de diffusion de la presse se distinguant de celui des diffuseurs traditionnels, les Parties se sont rapprochées pour définir des aménagements aux critères posés par le Premier Plan de qualification.

Le présent avenant doit, préalablement à son entrée en vigueur, être validé par le CSMP et transmis à l'Autorité de la Concurrence dans le cadre du suivi de l'engagement accepté par le Conseil de la concurrence dans sa décision du 9 octobre 2007.

* * *

G.P.

IL EST EN CONSEQUENCE CONVENU CE QUI SUIT :

ARTICLE 1 – OBJET

Le présent avenant a pour objet d'aménager certaines conditions d'éligibilité préalables à l'octroi du taux de commission majoré aux diffuseurs Enseigne Culturelle qualifiés.

Au titre des présentes, l'ensemble des compléments de rémunération additionné à la rémunération de base du diffuseur Enseigne Culturelle ne pourra excéder 15% net du volume de Chiffre d'Affaire Presse coopérative prix Public TTC (CA Presse Coopérative « Prix Fort ») relatifs aux publications et quotidiens.

Article 2 – Aménagements des critères du Premier Plan de qualification

Pour tenir compte de la spécificité des conditions d'exploitation des points de vente Enseigne Culturelle qui ne disposent pas de vitrines permettant l'exposition de leurs produits et qui organisent, avec des moyens partagés, la vente de la presse au sein même de leur magasin dédié principalement à la vente de produits et services culturels et de loisirs, les Parties ont convenu d'aménager les critères de qualification comme suit :

- 2.1 En lieu de l'obligation faite au point de vente d'apposer une enseigne Presse sur la vitrine en drapeau, ce que ne permet pas l'organisation de ces points de vente, l'Enseigne Culturelle doit apposer cette enseigne de manière visible à l'intérieur du magasin et l'accompagner d'un balisage du linéaire en veillant à réorganiser, au moins une fois par an, le linéaire avec la mise en place de titres présentés en pleine page dans leur famille de référence pour a minima 10% d'entre eux.
- 2.2 En lieu de l'obligation de disposer d'un linéaire mural supérieur à 4 mètres au sol et de l'obligation de prise en compte, au titre du linéaire mural, du seul mobilier de plus de 1,70 m de hauteur, ce que ne permet pas l'aménagement des points de vente Enseigne Culturelle le point de vente devra au minimum consacrer à la presse 100 mètres linéaires développés à partir principalement de meuble gondole, ce minimum correspondant également au minimum demandé en terme de représentativité de la presse.

L'Enseigne Culturelle doit, au moyen d'affiches, de stop-rayons ou tout autre outil de communication et ce au moins 20 jours par an, faire la promotion du rayon presse au sein du magasin de l'entrée jusqu'aux différents rayons en passant par les allées.

Article 3 Durée

Le présent avenant entre en vigueur le 1^{er} juillet 2009, sous réserve de la validation préalable du Conseil Supérieur des Messageries de Presse.

Outre l'accord préalable nécessaire du Conseil Supérieur des Messageries de Presse, visé dans le préambule, les conditions de rémunération des diffuseurs ayant fait l'objet d'un engagement accepté par le Conseil de la Concurrence, il est convenu que le présent avenant, venant modifier cet engagement sera présenté à l'Autorité de la Concurrence dans le cadre du suivi de l'engagement accepté par le Conseil de la concurrence dans la décision du 9 octobre 2007. Dans l'hypothèse où l'Autorité de la concurrence soulèverait des objections quant à la conformité du présent avenant à l'engagement, les négociations devront reprendre entre les parties pour aboutir avant le 1^{er} juillet 2009, les parties souhaitant la mise en œuvre de l'ensemble de l'accord à cette date.

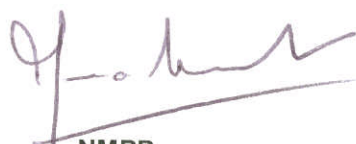


Les NMPP et TP s'engagent au titre du Protocole pour une durée au moins égale à un an, les NMPP et TP pouvant le résilier au-delà de ce terme si leurs capacités contributives ne permettaient pas le financement de ces compléments de rémunération.

Article 4 Portée

Toutes les dispositions du Protocole non modifiées par les présentes demeurent en vigueur.

Fait à Paris, le 12 juin 2009
En 4 exemplaires originaux

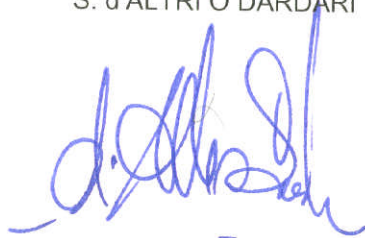


NMPP
J. de MONTMORT



TP
F. MOREL

SNDP
S. d'ALTRI O DARDARI



UNDP
G. PROUST

