

Commission Interprofessionnelle pour la Formation des Diffuseurs

Mémento formation Continue

- **Cahier des charges de la formation continue des diffuseurs de presse spécialistes**

Cahier des charges pour la formation continue des diffuseurs de presse spécialisés

Cahier des charges de la formation continue des marchands de presse spécialisés, établi par la Commission interprofessionnelle pour la formation des diffuseurs en application du contrat dépositaire-diffuseur défini par accord interprofessionnel et de l'accord interprofessionnel relatif à la formation des diffuseurs de presse signé le 20 novembre 2024 par MLP, France Messagerie, le Syndicat national des dépositaires de Presse et Culture Presse.

Ce cahier des charges est complété par un document reprenant les attendus de la formation, indissociable de celui-ci. Ces documents sont publics et permettent aux Organismes de formation de connaître les conditions dans lesquelles la formation initiale permet au diffuseur de respecter ses obligations contractuelles.

Contexte

Cette formation s'applique à tous les diffuseurs de presse spécialisés, au sens de l'accord interprofessionnel du 20 novembre 2024. Ainsi, sont concernés tous les marchands ayant signé le contrat dépositaire-diffuseur depuis cette date, et consacrant plus de 80 mètres linéaires développés à la presse, sauf interprétation contraire de la CID, dûment rendue publique.

Par extension, ces dispositions permettent de mesurer le respect des obligations du marchand de presse spécialiste qui prétend à un complément de rémunération d'un point au titre de la formation professionnelle continue, décidée par l'Arcep.

Publics cible :

1. Les marchands spécialistes indépendants. Est considéré comme indépendant spécialiste, le marchand de presse répondant aux caractéristiques suivantes :
 - Il exploite une entreprise indépendante au sens du droit européen.
 - Il présente une enseigne de presse sur sa façade
 - Il est équipé d'une informatique communicante et d'un logiciel « remontée des ventes » agréé par les SADP
 - Il consacre à l'exposition de la presse un linéaire développé supérieur à 50 mètres
 - {abrogé au 1^{er} janvier 2026} La part de son linéaire mural fixe consacrée à la presse, comparée au linéaire des autres produits est considérée comme représentative, conformément aux proportions fixées par la décision 2014-03 du CSMP.

Ces marchands peuvent suivre – sur la base du volontariat – une formation continue dans les conditions suivantes, et prétendre à un complément de rémunération à ce titre.

2. Les marchands indépendants spécialisés qui ont signé leur contrat dépositaire-diffuseur depuis le 20 novembre 2024, et qui développent plus de 80 mld.
Ces marchands doivent obligatoirement suivre une formation continue tous les 3 ans – et pourront prétendre au point de complément de rémunération instauré par l'Arcep .
3. Les enseignes culturelles. Est considéré comme enseigne culturelle le point de vente :
 - Offrant à la vente essentiellement des produits et services culturels et de loisirs
 - Disposant d'une enseigne presse sur la vitrine
 - Equipé d'une caisse communicante et d'un logiciel « remontée des ventes » agréé par les SADP
 - Exposant la presse sur un linéaire d'au moins 100 mld
 - {abrogé au 1^{er} janvier 2026} ayant une surface de vente supérieure à 300 m2.Ces points de vente ayant signé un contrat dépositaire-diffuseur depuis le 20 novembre 2024 doivent obligatoirement suivre une formation continue tous les 3 ans et peuvent prétendre au point formation instauré par l'Arcep.
Les points de vente installés avant cette date peuvent suivre une telle formation sur la base du volontariat et bénéficier du point formation.
4. Tout vendeur de presse, non-indépendant au sens du droit européen, développant plus de 80 mld et ayant signé un contrat dépositaire-diffuseur depuis le 20 novembre 2024 est astreint à une formation professionnelle continue, dans les conditions de l'accord interprofessionnel de 2024, et selon l'interprétation de la CIF. Sont concernés les commerçants rattachés à une enseigne ou une entreprise considérée comme grande au sens européen.

Fréquence de la formation continue :

La formation professionnelle continue doit se dérouler tous les trois ans. Par simplification, et afin de tenir compte de l'éventuelle disponibilité des formations, il est expressément convenu que sera prise en compte l'année civile, pour estimer le respect de cette périodicité. Ainsi, un marchand formé en 2026 – par exemple – devrait-il se former en 2029, indépendamment de la date anniversaire exacte de sa première formation.

Durée de la formation :

Les sessions de formation continue à destination des marchands spécialisés ne pourront être inférieures à un minimum de 7 heures, en une ou plusieurs fois.

Modalités pédagogiques :

- Présentiel.
- Blended-Learning.
- Classe virtuelle.

Type de formation agréée :

La formation initiale du marchand de presse constitue la première étape de sa formation continue. Le marchand qui suit la formation initiale de marchand de presse spécialisé ou non-spécialisé (pour les linéaires de plus de 50 mld) satisfait donc au critère de formation continue pour les 3 années qui suivent – dès lors que le stage suivi répond bien au cahier des charges de ladite formation.

Cette formation initiale peut être suivie par un marchand de presse déjà en activité au 1^{er} janvier 2026, dès lors qu'il ne l'avait pas suivie auparavant, et lui permet de justifier d'une formation continue. Cette disposition transitoire est ouverte jusqu'au 31 décembre 2029.

Une formation continue, organisée majoritairement autour de deux, au moins, des modules définis par la CIF, publiés sur le site de la CRDP. Par majoritaire, on entendra que ces deux modules, pris ensemble, doivent représenter au moins 5 heures de formation sur les 7 heures de la session.

Cahier Pédagogique et Fascicule de Résumé

Attendu :

1. Cahier Pédagogique :

- Fournir aux stagiaires un cahier pédagogique complet, rédigé et paginé, qui couvre l'ensemble de la formation.
- Le cahier doit inclure les objectifs, les contenus, les activités prévues, et doit être accessible en ligne pour la formation virtuelle ou remis en version papier/numérique pour la formation en présentiel.

2. Fascicule de Résumé :

- Fournir un fascicule qui résume les points majeurs de la formation.
- Ce fascicule doit être spécialement conçu pour la formation, offrant une synthèse claire et utile des principaux enseignements, et ne doit pas simplement être une conversion de diaporamas en format PDF.
- Le fascicule doit être disponible en téléchargement pour la classe virtuelle ou remis en version papier/numérique pour le présentiel, avant ou au début de chaque module.

Accessibilité :

- Pour la **classe virtuelle**, les documents doivent être accessibles sur la plateforme de formation en ligne.
- Pour le **présentiel**, les documents doivent être remis aux participants sous forme imprimée ou numérique avant le début de chaque module.

Programme de formation pour 2026

La CIF a identifié six modules de formation permettant de comprendre l'offre, de dynamiser l'action commerciale. Ces modules sont arrêtés pour 2026 et feront l'objet d'une publication. Un module pourra, le cas échéant, être ajouté par la CIF en cours d'année, mais aucun ne saurait être retiré avant le 31 décembre de l'année civile. Pour être agréée, une formation devra en comprendre au moins deux, sur une durée de 5 heures. Pour chaque axe, ont été déterminés des socles de connaissance :

Module 1 : Comprendre la place de la presse dans son commerce pour dynamiser l'activité

- Comprendre les leviers de trafic dans le point de vente et le zonage commercial (zones froides/chaudes, parcours client...)
- Percevoir l'image de la presse renvoyée vers le consommateur, de l'offre de capillarité à la spécialité, et s'adapter aux besoins des clients
- Connaître les leviers de rémunération liés notamment à la largeur de l'offre – et les atouts de la spécialisation (aides à la modernisation, exonérations de TVA et de CET)
- Identifier les atouts de la presse pour le commerçant (image, trafic, commission, trésorerie...)

Module 2 : Développer la culture du produit presse pour mieux le vendre

- Définir le produit presse, comprendre les périodicités, les types de presse (CPPAP)
- Identifier les grandes familles de presse et leur poids dans l'économie du point de vente – appréhender les tendances de marché
- Savoir argumenter face au client, développer l'achat complémentaire
- Savoir défendre le support papier, dont l'impact écologique est injustement mis en cause

Module 3 : Optimiser la vente de presse par la mise en avant

- Comprendre et appliquer les règles de merchandising de la presse
- Apprendre à animer le rayon, à le réimplanter partiellement
- Organiser des mises en avant de titres dans le linéaire, en caisse
- Exploiter la PLV des éditeurs,
- Définir une stratégie de promotion et de fidélisation de sa clientèle
- Mieux utiliser sa vitrine
- Savoir être présent sur les réseaux sociaux pour promouvoir l'offre et entretenir le lien avec sa clientèle

Module 4 : Maîtriser les outils métier pour gérer au quotidien et agir son offre

- Maîtriser les outils professionnels au quotidien (presse connect, Pdif, Omega, réseau presse)
- Comprendre sa facturation et les documents professionnels

Module 5 : Agir sur son offre

- Connaître sa marge de manœuvre dans le cadre légal de 2019
- Savoir gérer le dialogue commercial
- Les objectifs de la délégation
- Le cadre de l'assortiment
- Comprendre la structure de ses ventes et les attentes du consommateur pour agir sans se tromper

Module 6 : moderniser son magasin pour optimiser la vente de presse

- Mesurer l'impact d'une modernisation sur le développement des ventes
- Comprendre l'importance de l'éclairage du magasin et du rayon presse
- Mesurer l'importance d'une enseigne drapeau en façade

- Percevoir l'intérêt de ne pas négliger la devanture du magasin
- Connaître les dispositifs d'aide à la modernisation
- Préparer son projet et bâtir un plan de financement provisionnel

Modalités d'Évaluation

Évaluation des Compétences

- QCM.
- Tests pratiques.
- Mise en situation.

Moyens Humains Mobilisés

Fonctions et Compétences Nécessaires

Le prestataire de formation mobilise les moyens nécessaires pour garantir le service attendu :

- Fonctions pédagogiques : Équipe de formateurs qualifiés.
- Fonction d'accueil, de suivi et d'encadrement des stagiaires.
- Maintien et développement des compétences des formateurs et interlocuteurs mis à disposition.

Engagements du Prestataire Durant et à l'Issue de la Formation

- Assurer un accueil de qualité, la communication des informations, des supports pédagogiques nécessaires au bon déroulement de la formation.
- Procéder à des tests de positionnement personnalisés au début de la formation.
- Le centre de formation fournit au stagiaire tous les justificatifs prouvant la réalisation de chaque temps de formation prévu, et tout particulièrement son attestation de formation. Il informe le stagiaire des modalités de transmission de son attestation de stage au dépositaire, condition nécessaire à l'attribution d'un point de rémunération à ce titre.
- Remettre aux stagiaires un cahier pédagogique et un fascicule rédigé et paginé, et non un support sous forme de diaporama en format PDF.
- Procéder à une évaluation de la prestation auprès des stagiaires, complétée de l'évaluation rédigée du ou des formateurs et en remettre une copie au stagiaire.
- Adresser la facture dans le délai convenu avec le stagiaire.

Conclusion

La formation vise à préparer les participants à exercer leur métier de manière professionnelle, à répondre aux attentes des clients et à contribuer à la réussite de leur entreprise. En mettant en avant les différents titres de presse et en valorisant les invendus, les participants seront capables de développer le chiffre d'affaires de leur rayon presse.