

Décision n° 2025-2214
de l'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes
et de la distribution de la presse
en date du 9 décembre 2025
fixant les conditions de rémunération des marchands de presse

L'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse (ci-après « l'Arcep »),

Vu la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 modifiée relative au statut des entreprises de groupage et de distribution des journaux et publications périodiques (ci-après « loi Bichet »), notamment ses articles 16 et 18 ;

Vu la loi n° 2019-1063 du 18 octobre 2019 relative à la modernisation de la distribution de la presse ;

Vu la décision n° 2013-02 du Conseil supérieur des messageries de presse (ci-après « CSMP ») fixant les conditions de règlement par les diffuseurs de presse des fournitures distribuées par les messageries de presse dans le cadre du contrat de mandat du 28 mars 2013 ;

Vu la délibération n° 2013-04 de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse (ci-après « ARDP ») en date du 30 avril 2013 relative à la décision n° 2013-02 du CSMP ;

Vu la décision n° 2017-08 du CSMP en date du 20 décembre 2017 définissant les conditions d'assortiment des titres servis aux supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m² situées dans les grandes métropoles ;

Vu la délibération n° 2018-01 de l'ARDP en date du 5 février 2018 relative aux décisions n° 2017-08, n° 2017-09 et n° 2017-10 du CSMP ;

Vu la décision n° 2024-2179 de l'Arcep en date du 15 octobre 2024 fixant le montant de péréquation entre entreprises de presse prise en application du 3^e de l'article 18 de la loi n° 47-585 modifiée (dite loi Bichet) ;

Vu la décision n° 2025-1921 de l'Arcep en date du 8 octobre 2025 fixant le montant de péréquation entre entreprises de presse prise en application du 3^e de l'article 18 de la loi n° 47-585 modifiée (dite loi Bichet) ;

Vu la communication à l'Arcep le 16 juin 2025 de la proposition entre Culture presse, le Syndicat des éditeurs de la presse magazine (ci-après « SEPM ») et la Fédération nationale de la presse d'information spécialisée (ci-après « FNPS ») portant sur les mesures de revalorisations de la rémunération « publications magazines » dans les points de vente « spécialistes » ;

Vu la consultation publique relative à fixation des conditions de rémunération des marchands de presse menée du 28 juillet au 30 septembre 2025 et les réponses à cette consultation ;

Vu les 8^e, 9^e, 10^e et 11^e réunions du Comité de concertation de la distribution de la presse (ci-après « CoCoDiP ») des 16 octobre 2024, 9 avril 2025, 18 juin 2025 et 12 novembre 2025 ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Après en avoir délibéré le 9 décembre 2025,

1 Cadre juridique

La rémunération des marchands de presse, telle que fixée par le Conseil supérieur des messageries de presse (ci-après « CSMP »)¹, est constituée d'une commission déterminée en pourcentage du montant des ventes de publications quotidiennes et périodiques réalisées par leur intermédiaire. Elle est déterminée par un taux de commission de base (ci-après « taux de base ») dépendant du type de point de vente auquel s'ajoutent d'éventuelles majorations (également désignées « taux de majoration ») liées aux caractéristiques spécifiques de chaque point de vente (localisation, chiffre d'affaires, taille du linéaire, etc.), précisées pour la métropole par les 6° à 13° de la décision n° 2014-03 du CSMP et, pour les départements et régions d'outre-mer, par les 4° à 6° de la décision n° 2014-09 du CSMP. La décision n° 2014-07 du CSMP de mise en œuvre de la décision n° 2014-03 a apporté des précisions à ses dispositions.

Par ailleurs, la décision n° 2013-03 du CSMP précise les règles de prise en compte des promotions consenties par les éditeurs sur le prix de vente de la presse dans le calcul de la commission des marchands.

En octobre 2019, le législateur a donné à l'Arcep compétence pour réguler la distribution groupée de la presse, avec pour objectifs, notamment, de veiller à la continuité territoriale de celle-ci, à la couverture large et équilibrée du réseau des points de vente ainsi que de concourir au pluralisme de la presse. A cette occasion, l'Autorité est devenue compétente pour fixer, après avis de leurs organisations professionnelles représentatives, les conditions de rémunération des marchands de presse.

Ainsi, l'article 18 de la loi Bichet modifiée dispose que « *[p]our l'exécution des missions qui lui sont confiées par l'article 16, l'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse : / [...] 6° [...] fixe, après avoir recueilli l'avis de leurs organisations professionnelles représentatives, les conditions de rémunération des diffuseurs de presse [...]* ».

L'article 16 de la loi Bichet modifiée dispose par ailleurs que l'Arcep « *veille à la continuité territoriale et temporelle, à la neutralité et à l'efficacité économique de la distribution groupée de la presse ainsi qu'à une couverture large et équilibrée du réseau des points de vente. / Elle concourt à la modernisation de la distribution de la presse et au respect du pluralisme de la presse*

Enfin, l'article 21 de la loi Bichet modifiée dispose que « *[l]orsque l'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse envisage d'adopter des mesures ayant une incidence importante sur le marché de la distribution de la presse, elle rend publiques les mesures envisagées dans un délai raisonnable avant leur adoption et recueille les observations qui sont faites à leur sujet. L'Autorité rend public le résultat de ces consultations, sous réserve des secrets protégés par la loi* ».

¹ En métropole, les conditions de rémunération des marchands de presse sont définies par les décisions n° 2011-01 et n° 2014-03. Dans les départements et régions d'outre-mer (Guadeloupe, Guyane, Martinique, Mayotte et La Réunion), ces conditions sont définies par la décision n° 2014-09 du CSMP.

2 La rémunération est un levier pour renforcer l'attractivité des marchands de presse, réseau essentiel à l'avenir de la presse vendue au numéro

Le réseau des marchands de presse joue un rôle essentiel pour donner aux citoyens un accès de proximité à une offre de presse diversifiée. À ce titre, la baisse du nombre de points de vente et la réduction des tailles des linéaires consacrés à la presse, constatées depuis plusieurs années, sont susceptibles de porter atteinte au maintien d'une couverture large et équilibrée du réseau des points de vente.

En effet, le nombre de points de vente a baissé de 26 % entre 2013 et 2023 pour atteindre 19 972 au mois de décembre 2023² (soit une diminution moyenne de 3 % par an) et la longueur cumulée du rayonnage des points de vente a diminué de 4,3 % en 2023 par rapport à 2022³.

Cette contraction du réseau se produit dans un contexte de diminution des ventes de presse, cette dernière entraînant la baisse des revenus des marchands de presse. Les ventes en montant fort (« VMF ») moyennes par point de vente du réseau, sur lesquelles leur rémunération est assise, ont ainsi baissé d'environ 15 % entre 2017 et 2022, soit une diminution de 3 % par an en moyenne.

Si la tendance observée sur la période 2017-2022 se poursuivait, les revenus qu'un marchand de presse retire de la vente de la presse seraient en 2030 en baisse de 33 % par rapport à 2017 et de 17 % par rapport à 2024, à taux de rémunération inchangé, ce qui risque de conforter la tendance actuelle de réduction du nombre de point de vente et de la taille des linéaires consacrés à la presse et *in fine* des ventes que les éditeurs réalisent au numéro via le réseau des marchands de presse.

Ce risque est souligné dans le rapport de l'Inspection générale des affaires culturelle et de l'Inspection générale des finances relatif à la distribution de la presse imprimée⁴ craignant : « *[qu']ne boucle négative se met[te] en place, caractérisée par une double baisse de l'offre : le nombre de points de vente baisse ainsi que le linéaire de produits de presse présentés dans les magasins, ce qui fait baisser le potentiel de vente* ».

Aussi, il est ressorti des échanges avec la filière que les conditions de rémunération des marchands de presse actuelles sont insuffisamment attractives pour parer à la contraction de l'offre de presse en point de vente, alors que les publications de presse sont souvent en concurrence avec d'autres produits plus rémunérateurs pour l'accès aux mêmes surfaces d'exposition.

Dans ce contexte, la revalorisation de leur rémunération constitue l'attente principale des marchands de presse. Les éditeurs de presse ont indiqué être prêts à accompagner cette attente mais soulignent toutefois que les marges de manœuvre dont la filière dispose pour revaloriser la rémunération des marchands de presse sont limitées vu la diminution continue du marché.

3 Travaux préparatoires à l'évolution des conditions de rémunération des marchands de presse

Compte tenu de ces éléments de contexte et des compétences dont elle dispose, l'Arcep a considéré qu'il était opportun d'initier des travaux afin de faire évoluer les conditions de rémunération des marchands de presse, et qu'il convenait de donner à la filière la possibilité d'établir les modalités de

² Source : baromètre des ventes CRDP 2023 : <https://www.crdpresse.fr/barometre?mois=12&annee=2023#mois>

³<https://www.crdpresse.fr/media/463/download/Me%CC%81morandumCRDPDonne%CC%81escl%CC%81sdu%re%CC%81seau de vente presse nationale - Enjeux 2024-2025.pdf?v=1>

⁴ <https://www.culture.gouv.fr/fr/espace-documentation/rapports/la-distribution-de-la-presse-imprimee>

revalorisation des rémunérations des marchands de presse, à l'issue de négociations commerciales entre représentants des marchands et des éditeurs.

Afin d'identifier les thèmes prioritaires de ces négociations commerciales, l'Arcep a organisé, entre juin et octobre 2023, une consultation publique dont l'objet était de recueillir l'appréciation de chacun des acteurs sur les différentes composantes de la rémunération actuelle et sur la manière dont elles pourraient évoluer à moyen terme.

Les 29 contributions reçues⁵ de la part d'éditeurs, de sociétés agréées de distribution de la presse (ci-après, « SADP ») et de marchands de presse ont mis en lumière les principaux enseignements suivants :

- la filière partage dans son ensemble les constats de la contraction du réseau et de l'insuffisante attractivité du métier de marchand de presse ;
- les acteurs ont proposé des évolutions diverses se rattachant aux objectifs d'augmentation de la rémunération et de simplification des règles.

Sans attendre l'analyse des contributions à cette consultation publique, l'Arcep a adopté une évolution des caractéristiques de la majoration liée au chiffre d'affaires des marchands de presse afin de répondre à un problème qu'elle a estimé devoir être traité rapidement. Ainsi, par sa décision n° 2023-1558 en date du 18 juillet 2023 modifiée par la décision n° 2023-2307 en date du 24 octobre 2023, l'Autorité a abaissé de 6 % les seuils de chiffre d'affaires (i.e. de VMF) utilisés pour déterminer la valeur de cette majoration en métropole et en outre-mer.

Lors du comité de concertation de la distribution de la presse qui s'est tenu le 16 octobre 2024 avec les représentants de la filière, l'Autorité a rappelé son analyse de la situation ainsi que les constats partagés par la filière. L'Arcep a, à cette occasion, invité les acteurs à engager des négociations commerciales en vue de la revalorisation de certains points de vente. Dans ses orientations⁶, elle a :

- souhaité l'inclusion *a minima* d'une revalorisation du taux minimum de rémunération des marchands spécialistes et des kiosques de 2 à 4 points dans la mesure où ces deux segments apparaissent comme ceux qui contribuent le plus aux objectifs de couverture large et équilibrée du réseau des points de vente et de pluralisme de la presse ;
- invité la filière à lui proposer toute évolution consensuelle complémentaire répondant aux objectifs de couverture et de pluralisme.

En parallèle de ces négociations, l'Arcep a adopté la décision n° 2025-0623 en date du 27 mars 2025 prévoyant deux mesures techniques de modernisation de la rémunération des marchands de presse :

- l'indexation des seuils de majoration liés aux VMF en fonction de l'évolution nationale des ventes de presse au numéro, et
- l'alignement du calendrier de paiement de toutes les majorations hormis celles liées à des seuils de VMF sur celui de la rémunération de base.

À l'issue de plusieurs mois de négociations, l'Arcep a reçu communication le 16 juin 2025 d'une proposition d'évolution de la rémunération des marchands spécialistes pour la vente de « publications magazines » cosignée par Culture Presse, la Fédération nationale de la presse d'information spécialisée (FNPS) et le Syndicat des éditeurs de la presse magazine (SEPM) dans le cadre des négociations de filière.

⁵ https://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/contributions-cp-remuneration-marchands-presse_nov2024.zip

⁶ <https://www.arcep.fr/actualites/actualites-et-communiques/detail/n/distribution-de-la-presse-121124.html>

Cette proposition a été présentée lors du comité de concertation de la distribution de la presse du 18 juin 2025, au cours duquel des précisions ont pu être apportées par les signataires. En outre, il a été mentionné qu'à date les négociations n'avaient pas abouti s'agissant de :

- l'évolution de la rémunération des marchands spécialistes sur leurs ventes de quotidiens ;
- l'évolution de la rémunération des kiosquiers.

Dans ce contexte, l'Autorité a mis en consultation publique du 28 juillet au 30 septembre 2025 un projet de décision proposant une évolution des conditions de rémunération des marchands de presse spécialistes pour la vente de quotidiens et de publications périodiques, en s'appuyant sur les travaux menés par les acteurs de la filière.

L'Autorité a reçu 14 contributions à sa consultation publique émanant notamment des représentants d'éditeurs, de marchands de presse ainsi que des SADP.

Par ailleurs, les résultats de cette consultation publique ont pu être présentés lors du CoCoDiP du 12 novembre 2025, au cours duquel les membres du comité ont pu apporter des observations complémentaires.

L'Autorité a pris en compte ces contributions et observations pour fixer, par la présente décision, les conditions de rémunération des marchands de presse.

4 Évolutions de la rémunération des marchands de presse

Compte tenu des éléments exposés ci-dessus, l'Arcep fait évoluer à compter du 1^{er} janvier 2026 les conditions de rémunération des marchands spécialistes pour la vente des publications de presse mentionnées à l'article 2 de la loi Bichet⁷, à savoir, d'une part, de publications périodiques⁸ (cf. 4.1) et, d'autre part, de publications quotidiennes⁹ et du septième jour¹⁰ (cf. 4.2).

4.1 Vente de publications périodiques par les marchands spécialistes

Les évolutions de la rémunération des marchands spécialistes pour la vente de publications périodiques concernent des modifications des majorations liées à la localisation des points de vente (cf. 4.1.1) et à la taille de linéaire (cf. 4.1.2) ainsi que l'introduction d'une majoration liée à la formation professionnelle (cf. 4.1.3). Ces évolutions s'appuient sur la proposition cosignée par Culture Presse, le SEPM et la FNPS d'évolution de la rémunération des marchands spécialistes pour la vente de publications périodiques et prennent en compte les contributions du secteur à la consultation publique menée par l'Arcep du 28 juillet au 30 septembre 2025 ainsi que les observations formulées lors du CoCoDiP du 12 novembre 2025.

À titre liminaire, il convient de noter que les conditions d'éligibilité à la rémunération des marchands spécialistes, qui ont fait l'objet de modifications par rapport à celles qui existaient auparavant dans les

⁷ « Les journaux ou publications périodiques au sens du présent titre sont les publications de presse telles que définies au premier alinéa de l'article 1^{er} de la loi n° 86-897 du 1er août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse », aux termes duquel : « l'expression « publication de presse » désigne tout service utilisant un mode écrit de diffusion de la pensée mis à la disposition du public en général ou de catégories de publics et paraissant à intervalles réguliers. / [...] ».

⁸ Publications de presse autres que les quotidiens et les publications du septième jour.

⁹ Publications de presse paraissant au moins cinq fois par semaine.

¹⁰ Publications de presse non quotidiennes de périodicité au minimum hebdomadaire dont la durée de présentation à la vente de chaque numéro est comparable à celle des quotidiens, c'est à dire inférieure à 48 heures.

décisions du CSMP¹¹ (cf. 5), n'incluent ni le suivi d'une formation initiale ni l'acceptation des nouveautés faisant l'objet d'une première proposition de mise en service.

4.1.1 Evolutions de la majoration liée à la localisation

Les analyses de la Commission du réseau des diffuseurs de presse (CRDP) réalisées en soutien des négociations ont mis en évidence que les marchands spécialistes situés dans une unité urbaine dont la population est inférieure ou égale à 50 000 habitants ou dans une commune située en dehors d'une unité urbaine¹² bénéficiaient d'un taux de rémunération moyen (17 %) significativement inférieur à celui des autres marchands spécialistes (21 %) pour la vente de publications périodiques.

Compte tenu de l'objectif, qui lui est fixé par la loi Bichet, de veiller à la continuité territoriale de la distribution de la presse et à une couverture large et équilibrée du réseau des points de vente, l'Arcep considère important de soutenir les points de vente implantés en milieu rural et dans les unités urbaines les moins peuplées en leur apportant une incitation économique supplémentaire pour conserver leur activité de vente de presse et maintenir la surface qu'ils lui allouent. Un tel soutien vise à favoriser leur maintien dans les lieux où la couverture du réseau de presse est moins dense.

À cette fin, il apparaît justifié et proportionné que les marchands spécialistes situés dans une unité urbaine dont la population est inférieure ou égale à 50 000 habitants ou dans une commune située en dehors d'une unité urbaine¹², bénéficient d'un point de rémunération supplémentaire.

Selon les signataires de la proposition, cette mesure concernerait approximativement 35 % des marchands spécialistes sur les bases d'analyses effectuées au cours de la période « juillet 2023 / juin 2024 ».

Afin d'atténuer l'impact de cette mesure pour les éditeurs de presse, l'Autorité considère justifié et proportionné de diminuer les taux de majoration liés à la localisation des points de vente situés en galerie marchande d'hypermarché et dans l'agglomération parisienne d'un demi-point, pour les fixer respectivement à 2,5 et 4,5 %. À cet égard, les analyses susmentionnées de la CRDP indiquent que les points de vente situés en galerie marchande d'hypermarché ou dans l'agglomération parisienne concernés par la baisse d'un demi-point de la majoration liée à la localisation verront au global leur taux de rémunération augmenter du fait des autres évolutions.

4.1.2 Revalorisation de la majoration liée à la taille de linéaire

La réduction de la taille des linéaires consacrés à la presse (-4,3 % en 2023 par rapport à 2022) constitue une menace pour la diversité de la presse proposée aux lecteurs.

Dans ce contexte, compte tenu de l'objectif, qui lui est fixé par la loi Bichet, de concourir au respect du pluralisme de la presse, l'Arcep considère important d'apporter aux marchands spécialistes les incitations économiques pour maintenir une surface d'exposition de la presse la plus importante possible.

À cette fin, il apparaît justifié et proportionné que les taux de majoration liés à la taille de linéaire consacrée à l'exposition des publications périodiques augmentent, selon les modalités décrites dans le tableau ci-dessous. À titre d'information, ce tableau mentionne également la proportion des

¹¹ Cf. 5° de la décision n° 2014-03 du CSMP.

¹² A l'exception des points de vente situés dans les communes touristiques et les galeries marchandes de supermarchés ou d'hypermarchés qui bénéficiaient déjà d'une majoration au titre de la localisation de leur point de vente selon les règles fixées par la décision n° 2014-03 du CSMP.

marchands spécialistes concernés par chaque évolution telle qu'évaluée par les analyses susmentionnées de la CRDP et présentée lors du 9^e CoCoDiP.

Modalités d'augmentation des taux de majoration liés à la taille de linéaire

Tranches de Mètres Linéaires Développés (ci-après « MLD »)	[50 ; 100[[100 ; 150[[150 ; 200[[200 ; 250[[250 ; 300[≥ 300
Part des spécialistes	45 %	30 %	14 %	7 %	3 %	1 %
Majoration existante	1 pt	1,5 pt	2 pts	2,5 pts	3 pts	3,5 pts
<i>Hausse de majoration</i>	<i>0 pt</i>	<i>+1 pt</i>	<i>+1,25 pt</i>	<i>+1 pt</i>	<i>+0,5 pt</i>	<i>+0,5 pt</i>
Majoration nouvelle	1 pt	2,5 pts	3,25 pts	3,5 pts	4 pts	

4.1.3 Introduction d'une majoration liée à la formation professionnelle

Les échanges que l'Arcep a pu avoir avec différents acteurs de la filière ont indiqué que la formation professionnelle des marchands de presse constitue un élément important pour maîtriser la technicité de cette profession et favoriser les ventes de presse.

Compte tenu de l'objectif, qui lui est fixé par la loi Bichet, de veiller à la continuité temporelle et territoriale de la distribution de la presse et à une couverture large et équilibrée du réseau des points de vente, l'Arcep considère important de permettre aux marchands de renforcer leur expertise et ainsi conserver une activité de presse le plus longtemps possible.

Afin d'encourager le développement et le maintien de cette expertise, il apparaît justifié et proportionné de permettre aux marchands spécialistes de bénéficier d'une majoration d'un point dès lors qu'ils ont suivi une formation professionnelle, initiale ou continue, depuis moins de trois ans.

Cette mesure s'inspire de la proposition communiquée à l'Arcep le 16 juin 2025 par le SEPM, la FNPS et Culture Presse susvisée qui mentionnait l'introduction d'une majoration liée à « *la réalisation effective de la formation continue tous les 3 ans* » par les marchands spécialistes pour la vente de publications périodiques. Toutefois, afin de ne pas contraindre les marchands de presse nouvellement installés à suivre une formation supplémentaire moins de trois ans après leur formation initiale, l'Arcep considère justifié et proportionné que les marchands de presse ayant suivi la formation initiale depuis moins de trois ans bénéficient du point de majoration lié à la formation. Une telle proposition a été favorablement accueillie par les participants au CoCoDiP, à qui elle a été présentée lors de la réunion du 12 novembre 2025.

D'une durée minimale d'une journée (ou de 7 heures minimum) en présentiel ou en distanciel¹³, la formation susmentionnée doit répondre aux objectifs et conditions figurant dans le cahier des charges de la formation continue, ou dans le cahier des charges de la formation initiale le cas échéant, publiés sur le site internet de la Commission du réseau de la diffusion de la presse¹⁴.

Un marchand spécialiste prétendant à la formation professionnelle initiale ou continue est libre d'opter pour l'organisme de formation de son choix sous réserve que celui-ci réponde aux objectifs figurant dans le cahier des charges susmentionné qui s'applique à sa formation, initiale ou continue.

Pour bénéficier de la majoration liée à la formation professionnelle, le marchand de presse est tenu de fournir une attestation de formation délivrée par l'organisme formateur à la demande directe ou

¹³ Cette durée correspond aux stipulations de l'annexe 5 du contrat-type dépositaire – diffuseur tel qu'établi par l'accord interprofessionnel ayant pris effet au 1^{er} janvier 2025 :

<https://www.crdpresse.fr/media/655/download/Contrat%20type%20d%C3%A9positaire-diffuseur%20-%202025.pdf?v=1>

¹⁴ <https://www.crdpresse.fr/les-diffuseurs-de-presse/pratique-professionnelle#formation>

indirecte des SADP. Cette formation peut être suivie par le gérant ou n'importe lequel de ses associés ou employés.

4.2 Vente des quotidiens et des publications du septième jour par les marchands spécialistes

Les évolutions de la rémunération des marchands spécialistes pour la vente de quotidiens et de publications du septième jour concernent des modifications de la majoration liée à la localisation (cf. 4.2.1) et au label quotidien (cf. 4.2.2).

Elles s'inspirent en partie de propositions formulées par les acteurs de la filière dans le cadre de leurs négociations et prennent en compte les contributions et les observations des acteurs de la filière sur les mesures envisagées par l'Arcep. En particulier, une précision a été apportée, à la suite de la consultation publique, pour tenir compte des contributions souhaitant clarifier l'application aux publications du septième jour des mêmes conditions de rémunération que celles applicables aux quotidiens¹⁵.

4.2.1 Revalorisation de la majoration liée à la localisation

Les analyses de la CRDP réalisées en soutien des négociations ont mis en évidence que les marchands spécialistes situés dans une unité urbaine dont la population est inférieure ou égale à 50 000 habitants ou dans une commune située en dehors d'une unité urbaine bénéficiaient d'un taux de rémunération moyen (15,3 %), significativement inférieur à celui des autres marchands spécialistes (18,4 %) pour la vente de quotidiens.

Pour les mêmes raisons que celles mentionnées au 4.1.1, il apparaît justifié et proportionné que les marchands spécialistes situés dans une unité urbaine dont la population est inférieure ou égale à 50 000 habitants ou dans une commune située en dehors d'une unité urbaine¹⁶ bénéficient également, pour la vente de quotidiens, d'un point de rémunération supplémentaire.

Par ailleurs, dans le projet de décision mis en consultation publique, il avait été proposé d'abaisser d'un demi-point, d'une part, les taux de majoration liés à la localisation applicables aux points de vente situés dans l'agglomération parisienne et, d'autre part, les taux de majoration liés à la localisation applicables aux points de vente en galerie marchande d'hypermarché, par parallélisme avec les évolutions de la majoration liée à la localisation applicables aux publications périodiques mentionnées en partie 4.1.

Toutefois, lors de cette consultation publique, ces ajustements à la baisse d'un demi-point n'ont pas été jugés opportuns par les éditeurs de quotidiens afin de contribuer au pluralisme et à la préservation de l'offre de presse. Aussi, l'Autorité estime pertinent de maintenir les taux de majoration actuels liés

¹⁵ Pour cette même raison, il est clarifié que la VMF des publications du 7e jour s'ajoute à celle des quotidiens pour déterminer l'éligibilité des points de vente à la majoration liée au label quotidien.

¹⁶ A l'exception des points de vente situés dans les communes touristiques et les galeries marchandes de supermarchés ou d'hypermarchés qui bénéficiaient déjà d'une majoration au titre de la localisation de leur point de vente selon les règles fixées par la décision n° 2014 03 du CSMP.

à la localisation, pour la vente de quotidiens et publications du septième jour, s'agissant des marchands situés en galerie marchande d'hypermarché (3 %) et dans l'agglomération parisienne (5 %).

4.2.2 Évolutions de la majoration liée au « label quotidien »

Compte tenu de l'objectif, qui lui est fixé par la loi Bichet, de veiller à la continuité temporelle de la distribution de la presse et à une couverture large et équilibrée du réseau des points de vente, et de concourir au respect du pluralisme de la presse, l'Arcep considère important d'apporter aux marchands spécialistes les incitations économiques pour conserver une activité de vente de presse avec des périodes d'ouvertures qui correspondent aux besoins des lecteurs de quotidiens et de publications du septième jour.

Pour ces raisons, dans sa consultation publique, l'Autorité avait estimé justifié et proportionné que les caractéristiques du « label quotidien »¹⁷ évoluent de la manière suivante :

- diminution du seuil de chiffre d'affaires TTC annuel lié à la vente de quotidiens requis pour bénéficier de cette majoration, de 14 400 € en 2025 à 10 000 € en 2026 ;
- augmentation d'un point du taux de commission accordé aux marchands spécialistes éligibles à cette majoration, passant de 1 % à 2 %.

Compte tenu des contributions à la consultation publique, et dans un souci d'intelligibilité, l'expression « chiffre d'affaires TTC » utilisée dans le projet mis en consultation publique a été remplacée dans la présente décision par l'expression « VMF » (cf. partie 5). Par ailleurs, il convient de rappeler que le projet de décision mis en consultation publique prévoyait l'introduction d'un mécanisme de taux de rémunération plancher pour les marchands spécialistes sur la vente de quotidiens, fixé à 17 %. En réponse à cette proposition, les représentants des éditeurs de quotidiens ont notamment proposé une réévaluation supplémentaire d'un demi-point de la majoration liée au label quotidien en guise d'option alternative au taux plancher susmentionné.

L'Autorité observe, d'une part, que cette proposition conduit à renforcer l'incitation économique des marchands de presse spécialistes à ouvrir le dimanche, avec des périodes d'ouverture qui correspondent aux besoins des lecteurs de quotidiens et de publications du septième jour et, d'autre part, que la réévaluation d'un demi-point supplémentaire du label quotidien a un impact financier proche de celui du taux plancher envisagé dans le cadre de la consultation publique.

Ainsi, compte tenu des retours à la consultation publique, l'Arcep estime justifié et proportionné de substituer à la mesure relative à l'introduction d'un taux plancher pour les marchands spécialistes sur la vente de quotidiens, une réévaluation supplémentaire de la majoration liée au label quotidien de 0,5 point, portant cette majoration à 2,5 % de la VMF.

Il résulte de l'ensemble de ce qui précède qu'il apparaît justifié et proportionné que les caractéristiques du « label quotidien » évoluent de la manière suivante pour les marchands spécialistes :

- baisse du seuil de VMF annuelles liées à la vente de quotidiens et de publications du septième jour requis pour bénéficier de cette majoration, de 14 400 € en 2025 à 10 000 € en 2026 ;
- augmentation d'un point et demi du taux de commission accordé aux marchands spécialistes éligibles à cette majoration, passant de 1 % à 2,5 %.

Par conséquent, les mesures de réévaluation de la majoration liée au label quotidien représentent, d'une part, une hausse d'1,5 point de la rémunération des marchands spécialistes dont les VMF de

¹⁷ Majoration se traduisant par l'octroi d'un point de rémunération supplémentaire aux points de vente ouverts sept jours sur sept dont le chiffre d'affaires annuel lié à la vente de quotidiens est d'au moins 14 400 € (montant de 2025).

quotidiens et de publications du septième jour sont supérieures à 14 400 € annuels (avant prise en compte de l'indexation du seuil pour 2026) et, d'autre part, une augmentation de 2,5 points de la rémunération de ceux dont ces VMF sont comprises entre 10 000 et 14 400 €.

4.3 Évaluation du montant des mesures de revalorisation

Appliquées aux VMF réalisées entre juillet 2023 et juin 2024 inclus, les mesures de revalorisation de la commission des marchands spécialistes pour la vente de publications périodiques, de publications du septième jour et de quotidiens représenteraient, selon les analyses susmentionnées de la CRDP et les chiffres fournis par les éditeurs, plus de 9 millions d'euros de rémunération supplémentaires accordés par les éditeurs de presse aux marchands de presse en métropole.

4.4 Conclusion

Au regard de l'ensemble de ce qui précède, et notamment des objectifs de la loi Bichet, il apparaît justifié et proportionné de faire évoluer la rémunération des marchands spécialistes en adoptant les mesures décrites *supra*.

5 Consolidation et clarification de l'ensemble des règles relatives à la rémunération des marchands de presse

Par ailleurs, afin d'améliorer la transparence et l'intelligibilité du cadre applicable, l'Arcep entend notamment, par la présente décision, consolider les conditions de rémunération des marchands de presse en vigueur, précisées par les décisions n°s 2011-01¹⁸, 2012-07¹⁹, 2013-03²⁰, 2014-03²¹,

¹⁸ Décision n° 2011-01 du CSMP en date du 1^{er} décembre 2011 modifiée fixant la rémunération des agents de la vente de la presse.

¹⁹ Décision n° 2012-07 du CSMP en date du 30 novembre 2012 relative aux critères de rémunération des diffuseurs de presse et modifiant la décision n° 2011-01.

²⁰ Décision n° 2013-03 du CSMP en date du 28 mars 2013 relative à la rémunération des agents de la vente de presse en cas de baisse promotionnelle du prix de référence d'une parution d'un titre et modifiant la décision n° 2011-01.

²¹ Décision n° 2014-03 du CSMP en date du 1^{er} juillet 2014 modifiée concernant le schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse (niveau 3).

2014-05²², 2014-07²³, 2014-09²⁴, 2016-01²⁵, 2017-09²⁶ du CSMP, ainsi que les décisions n°s 2023-1558²⁷ et 2025-0623²⁸ de l'Arcep.

Ainsi, la présente décision abroge l'ensemble de ces décisions pour leur substituer les conditions de rémunération figurant en annexe, auxquelles s'ajoutent également les évolutions décrites dans les parties 4 et 6.

À cette occasion, l'Autorité a été amenée à préciser certaines notions afin d'éviter toute ambiguïté pour l'application desdites règles de rémunération.

¤ Les définitions suivantes sont introduites :

Quotidiens : Publications de presse paraissant au moins cinq fois par semaine.

Publications du septième jour : Publications de presse non quotidiennes de périodicité au minimum hebdomadaire dont la durée de présentation à la vente de chaque numéro est comparable à celle des quotidiens, c'est-à-dire inférieure à 48 heures.

Publications périodiques (ou « périodiques ») : Publications de presse autres que les quotidiens et les publications du septième jour.

Prix de référence : Prix public communément observé d'une publication de presse et déclaré par l'éditeur à la société agréée de distribution de la presse assurant sa distribution.

Unité urbaine : Commune ou ensemble de communes tel que défini par l'Institut national de la statistique et des études économiques²⁹.

Hypermarché : Un hypermarché, tel que défini par l'Institut national de la statistique et des études économiques³⁰, est un établissement de vente au détail en libre-service qui réalise plus du tiers de ses ventes en alimentation et dont la surface de vente est supérieure ou égale à 2 500 m².

Enseigne presse ou assimilée : Enseigne figurant sur la vitrine ou sur la façade d'un point de vente pour signaler au public d'une manière évidente la présence de la presse dans son offre, notamment par la représentation d'une plume ou la mention « Presse ».

¤ Les critères d'éligibilité aux rémunérations des kiosques, des concessions et des points de vente de capillarité sont explicités de la manière suivante sur la base des éléments transmis par la Commission du réseau des diffuseurs de presse (CRDP).

²² Décision n° 2014 05 du CSMP en date du 30 septembre 2014 portant mesure transitoire en faveur de la rémunération des diffuseurs de presse (niveau 3).

²³ Décision n° 2014-07 du CSMP en date du 2 décembre 2014 modifiée définissant les modalités de mise en œuvre des 4° à 13° de la décision n° 2014-03 concernant le schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse.

²⁴ Décision n° 2014-09 du CSMP en date du 19 décembre 2014 modifiée fixant les conditions de rémunération des diffuseurs de presse dans les départements d'outre-mer du 19 décembre 2014.

²⁵ Décision n° 2016-01 en date du 19 juillet 2016 du CSMP confirmant les conditions de mise en œuvre du schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse à compter du 1^{er} janvier 2017.

²⁶ Décision n° 2017-09 en date du 20 décembre 2017 du CSMP fixant les conditions de rémunération des points de vente de presse implantés dans les supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m² situées dans les grandes métropoles.

²⁷ Décision n° 2023-1558 de l'Arcep en date du 18 juillet 2023 modifiant les seuils applicables à la majoration liée au chiffre d'affaires des marchands de presse, telle que modifiée par la décision n° 2023-2307 de l'Arcep en date du 24 octobre 2023.

²⁸ Décision n° 2025-0623 de l'Arcep en date du 27 mars 2025 indexant les seuils applicables à la majoration liée au chiffre d'affaires des marchands de presse et alignant le calendrier de paiement des majorations sur celui de la rémunération de base.

²⁹ <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1501>

³⁰ <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1825>

Pour les kiosques³¹ : « *Sont éligibles à la rémunération des kiosques les points de vente de presse implantés dans un édicule dont on peut faire le tour d'une superficie inférieure à 30 mètres carrés et qui peut être enlevé à tout moment* ».

Pour les concessions : « *Sont éligibles à la rémunération des concessions, les points de vente de presse autres que les kiosques réalisant leur activité dans le cadre d'une convention d'occupation du domaine public ou d'un contrat de concession de services* ».

Pour les points de vente de capillarité³² : « *Sont éligibles à la rémunération des points de vente de capillarité, les points de vente qui exposent une offre de presse inférieure ou égale à 150 titres de presse* ».

Par ailleurs, compte tenu de la terminologie utilisée dans le baromètre des ventes de la CRDP, la désignation « Autres points de vente » utilisée dans les décisions du CSMP est remplacée par « Marchands non spécialistes ».

☒ Dans un souci d'intelligibilité, à la suite de la consultation publique, l'expression « *ventes en montant fort annuelles* » a été substituée à l'expression « *chiffre d'affaires TTC annuel* » dans l'ensemble des règles fixant la rémunération des marchands de presse annexées à la présente décision. En outre, les majorations dénommées « *majorations liées au chiffre d'affaires* » dans le projet de décision mis en consultation, sont désormais désignées comme « *majorations liées à la performance commerciale* »³³.

☒ Une précision a été apportée sur la durée d'ouverture quotidienne minimale pour remplir le critère d'ouverture sept jours sur sept et bénéficier du label quotidien, en subordonnant la majoration associée à deux conditions cumulatives : « *avoir une durée d'ouverture quotidienne d'au moins sept heures six jours sur sept ; / avoir une durée d'ouverture quotidienne d'au moins quatre heures le jour restant* ». Ces conditions ont été ajustées à la suite de la consultation publique au regard des contributions transmises et des échanges ayant eu lieu lors du CoCoDiP du 12 novembre 2025.

☒ Les délais de paiement et les modalités de détermination des VMF pertinentes pour les majorations liées à la performance commerciale, au label quotidien et les majorations liées aux ventes de quotidiens des concessions dépendant de seuils de VMF³⁴ sont précisés de la manière suivante dans l'annexe :

En France métropolitaine, toute majoration dépendant d'un seuil de VMF « *peut être payée semestriellement aux marchands de presse au plus tard trois mois après la fin de chaque semestre en utilisant les taux de majoration déterminés de manière suivante* :

- *le taux de majoration applicable au titre du premier semestre de l'année N est déterminé à partir des VMF (...) réalisées entre le 1^{er} juillet de l'année N-1 et le 30 juin de l'année N inclus ;*
- *le taux de majoration applicable au titre du second semestre de l'année N est déterminé à partir des VMF (...) réalisées entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre de l'année N inclus. »*

³¹ À noter que les conditions de rémunération des diffuseurs de presse dans les départements d'outre-mer définies dans la décision n° 2014-09 du CSMP ne prévoient pas l'existence de kiosques dans les DROM

³² À noter que les conditions de rémunération des diffuseurs de presse dans les départements d'outre-mer définies dans la décision n° 2014-09 du CSMP ne prévoient pas l'existence de points de vente de capillarité dans les DROM

³³ Cf. 3.2.3, 5.2.3 et 6.2.3 de l'annexe à la présente décision.

³⁴ Majorations mentionnées aux parties 3.2.3, 3.2.6, 5.2.3, 6.2.3, 7.2.2 de l'annexe ainsi qu'aux deux dernières lignes du tableau de la partie 5.2.5 de l'annexe.

Le délai de paiement retenu tient compte des contributions mentionnant les progrès techniques réalisés dans le calcul des taux de majoration de chaque point de vente, permis par la comptabilisation des VMF de chaque point de vente via l'outil SI de filière dénommé « Réseau Presse ».

¶ En outre, à titre transitoire, en attendant que le calendrier de paiement des majorations autres que celles définies en fonction de critères de VMF soit aligné sur celui de la rémunération de base, conformément aux articles 2 et 3 de la décision n° 2025-0623 de l'Arcep en date du 27 mars 2025³⁵ à compter du 1^{er} juillet 2026, le montant de ces majorations dû au titre des ventes réalisées au 1^{er} semestre de 2026, devra être payé au plus tard le 30 septembre 2026.

Cette disposition transitoire concerne les majorations suivantes :

Catégorie de points de vente	Majoration	Référence dans l'annexe
Marchands spécialistes	Localisation	3.2.2
	Taille de linéaire	3.2.4
	Formation	3.2.5
Kiosques	Informatisation	4.2.2
Concessions	Informatisation	5.2.2
	Taille de linéaire	5.2.4
	Quotidiens et 7 ^e jour ³⁶	5.2.5
Rayons intégrés	Informatisation	6.2.2
	Taille de linéaire	6.2.4

¶ Enfin, tous les seuils de VMF de 2025 ont été remplacés par ceux de 2026 dans l'annexe à la présente décision, en application de la formule d'indexation prévue par la décision n° 2025-0623 de l'Arcep en date du 27 mars 2025 susmentionnée, reprise en partie 2.3 de l'annexe de la présente décision :

$$\text{Seuil (2026)} = \text{Seuil (2025)} * \text{VMF (2024)} / \text{VMF (2023)}$$

Le montant de la VMF de la presse groupée pour 2024 – VMF (2024) – rendu public par la décision n° 2025-1921 de l'Arcep du 8 octobre 2025 fixant le montant de péréquation entre entreprises de presse prise en application du 3[°] de l'article 18 de la loi n° 47-585 modifiée (dite loi Bichet) est de 1 094 600 000 €.

Le montant de la VMF de la presse groupée pour 2023 – VMF (2023) – rendu public par la décision n° 2024-2179 de l'Arcep du 15 octobre 2024 fixant le montant de péréquation entre entreprises de presse prise en application du 3[°] de l'article 18 de la loi n° 47-585 modifiée (dite loi Bichet) est de 1 131 900 000 €.

Ainsi, les seuils de VMF applicables au titre de l'année 2026 se déduisent des seuils applicables en 2025 par application d'un taux d'évolution de -3,30 % (résultat arrondi à la centaine d'euros).

³⁵ Cf. décision n° 2025-0623 de l'Arcep en date du 27 mars 2025 indexant les seuils applicables à la majoration liée au chiffre d'affaires des marchands de presse et alignant le calendrier de paiement des majorations sur celui de la rémunération de base

³⁶ Uniquement en ce qui concerne les majorations des quatre premières lignes du tableau de la partie 5.2.5 de l'annexe.

6 Autres ajustements résultant de la prise en compte des contributions à la consultation publique

La prise en compte des contributions à la consultation publique a conduit à des évolutions complémentaires, proposées par certains acteurs. Il convient de relever que les acteurs de la filière ont été consultés sur ces modifications lors du CoCoDiP du 12 novembre 2025.

6.1 Alignement des conditions de rémunération des marchands spécialistes des départements et régions d'outre-mer sur celles de métropole

Dans la consultation publique, l'Arcep avait maintenu à l'identique les règles de rémunération applicables aux points de vente des départements et régions d'outre-mer (ci-après, « DROM ») que le CSMP avait adoptées, tout en interrogeant la filière sur la pertinence de ce régime spécifique.

Partageant avec l'Autorité le constat selon lequel ces règles sont globalement moins favorables aux marchands de presse que celles existant en métropole, les contributions reçues relèvent en outre que le maintien de ces règles conduirait à priver les marchands spécialistes de ces territoires du bénéfice de certaines mesures de revalorisation (par exemple, évolution des majorations liées à la taille du linéaire, à la localisation et au label quotidien).

Eu égard à ces différences, certains acteurs de la filière ont proposé dans leur contribution l'alignement des conditions de rémunération des marchands spécialistes en outre-mer sur celles de métropole.

Par ailleurs, au regard des éléments qui lui ont été transmis, l'Arcep estime entre 50 k€ et 80 k€ l'augmentation de revenus annuels que procurerait cet alignement aux 52 marchands spécialistes d'outre-mer sur la base des VMF réalisées en 2024 (dont environ 1 k€ pour la vente de quotidiens).

Au vu des éléments qui précèdent, l'Arcep décide, par la présente décision, d'aligner les conditions de rémunération des marchands de presse spécialistes des DROM sur celles de métropole.

Toutefois, l'Autorité relève que le taux de rémunération de certains points de vente pourrait, dans certains cas spécifiques, baisser du fait de cet alignement. Aussi, il apparaît justifié et proportionné que deux dérogations à cet alignement soient prévues, à savoir :

- d'une part, le maintien de la règle selon laquelle la satisfaction du critère relatif à l'informatisation n'est pas requise pour les points de vente des départements et régions d'outre-mer ;
- et, d'autre part, l'introduction d'un nouveau critère de majoration lié à la localisation du point de vente dans les DROM, ouvrant droit à un taux de rémunération supplémentaire de 2 % sur les ventes de quotidiens et de 1 % sur les ventes de publications périodiques. Cette mesure traduit l'écart qui existait antérieurement à la présente décision entre les rémunérations de base pour les marchands de presse installés en outre-mer (17 % pour les quotidiens, 16 % pour les publications périodiques) et ceux installés en métropole (15 %).

Enfin, l'Arcep décide de maintenir la fréquence de paiement annuelle des majorations liées à des seuils de VMF³⁷ dans les DROM prévue dans le projet mis en consultation, soit au plus tard quatre mois après la fin de l'année, dès lors que les progrès techniques constatés en métropole dans la vitesse de comptabilisation des VMF de chaque point de vente ne sont pas effectifs à date dans les DROM.

³⁷ Il s'agit des majorations liées à la performance commerciale, au label quotidien et aux ventes de quotidiens des concessions dépendant de seuils de VMF.

6.2 Ajustements des conditions d'éligibilité des marchands spécialistes

Dans la consultation publique, l'Arcep avait maintenu à l'identique les critères d'éligibilité des marchands spécialistes prévus par les décisions du CSMP³⁸.

Toutefois, il est ressorti des contributions que les critères d'éligibilité suivants des marchands spécialistes pourraient être utilement mis à jour :

- le critère de représentativité de la presse au sein du point de vente³⁹ est considéré comme obsolète en ce qu'il n'est plus utilisé en pratique en raison de sa lourdeur à établir et à maintenir dans les référentiels ;
- le critère de visibilité lié au positionnement d'une « *enseigne presse sur la vitrine en drapeau* », car certaines contraintes d'urbanisme interdisent aux commerçants de placer des enseignes en drapeau. À cet égard, certains acteurs proposent d'ajuster le critère de visibilité pour prendre en compte d'autres modalités permettant aux marchands spécialistes de mettre en évidence leur activité de vente de presse, en faisant référence dans la décision à l'existence d'une « *enseigne presse ou assimilée* ».

De plus, les contributions ont estimé opportun de supprimer le critère lié à une surface de vente minimale de 300 mètres carrés pour qu'un point de vente culturel soit éligible à la rémunération des marchands spécialistes, afin que les points de vente dont la taille est inférieure à ce seuil puissent en bénéficier. Le seuil relatif à une surface d'exposition minimale de la presse de 100 mètres linéaires est quant à lui conservé.

L'Autorité estime que la mise en cohérence des critères d'éligibilité des catégories de points de vente en fonction des caractéristiques actuelles du réseau permet d'apporter de la sécurité juridique aux marchands relevant aujourd'hui de ces catégories, et contribue ainsi à l'attractivité du métier de marchand de presse et à la couverture large et équilibrée du réseau des points de vente. Aussi, la présente décision prévoit :

- la suppression :
 - o du critère de représentativité de la presse au sein du point de vente ;
 - o du critère de surface de vente minimale de 300 mètres carrés des points de vente culturels ;
- et la modification du critère de visibilité de la presse en le définissant comme suit : « *présence d'une enseigne presse ou assimilée sur la devanture du point de vente* ».

A cet égard, la notion d'« *enseigne presse ou assimilée* » est également précisée par la présente décision : « *Enseigne figurant sur la vitrine ou sur la façade d'un point de vente pour signaler au public d'une manière évidente la présence de la presse dans son offre, notamment par la représentation d'une plume ou la mention « Presse ».* ».

³⁸ Cf. 5° de la décision n° 2014-03 et 2° de la décision n° 2014-09 susvisées.

³⁹ Défini par la partie 3.1 de l'annexe du projet de décision mis en consultation publique comme l' « *exposition de publications de presse sur une surface consacrée au mobilier mural d'au moins 1,70 mètre de hauteur dédié à la présentation des publications de presse représentant, en proportion de la surface de vente totale du point de vente, [d']au moins :*

- o 45 % si la surface totale est inférieure ou égale à 20 m² ;
- o 40 % si la surface totale est supérieure à 20 m² et inférieure ou égale à 40 m² ;
- o 35 % si la surface totale est supérieure à 40 m² et inférieure ou égale à 60 m² ;
- o 30 % si la surface totale est supérieure à 60 m² et inférieure ou égale à 100 m² ;
- o 25 % si la surface totale est supérieure à 100 m² . »

En conséquence, les critères d'éligibilité de la rémunération des marchands spécialistes ont été ajustés comme suit :

« Sont éligibles à la rémunération des marchands spécialistes les points de vente qui satisfont aux critères cumulatifs suivants, relatifs à :

- la visibilité : présence d'une enseigne presse ou assimilée sur la devanture du point de vente ;*
- l'informatisation : équipement du point de vente d'une caisse communicante et d'un logiciel homologué « remontée des ventes » par les sociétés agréées de distribution de la presse ;*
- l'étendue de l'offre : exposition de publications de presse sur une surface d'au moins 50 mètres linéaires développés.*

Sont également éligibles à la rémunération des marchands spécialistes les points de ventes offrant à la vente essentiellement des produits et services culturels et de loisirs qui :

- satisfont aux critères relatifs à la visibilité et l'informatisation mentionnés à l'alinéa précédent ;*
- et exposent des publications de presse sur une surface d'au moins 100 mètres linéaires développés. »*

6.3 Ajustement des critères d'éligibilité des points de vente de capillarité

Dans le projet de décision mis en consultation publique, l'Arcep avait proposé des critères d'éligibilité des points de vente de capillarité issus d'éléments de description fournis par la CRDP pour désigner de tels marchands de presse. Le projet mis en consultation prévoyait ainsi quatre critères cumulatifs pour définir de tels points de vente : « être situé dans un commerce de proximité (bar, brasserie, tabac, épicerie, boulangerie, etc.) ; / disposer d'une surface de vente inférieure à 400 mètres carrés ; / proposer une offre de presse réduite inférieur à 150 titres ; / réaliser au maximum 10 % de son chiffre d'affaires grâce à la vente de presse. »

Toutefois, il est ressorti des contributions que seul le caractère limité de l'offre de presse (inférieure ou égale à 150 titres) est pertinent pour distinguer les points de vente de capillarité et que les autres critères sont, en tout état de cause, difficilement vérifiables.

En conséquence, la présente décision prévoit, dans un objectif de simplification, que : « [soient] éligibles à la rémunération des points de vente de capillarité, les points de vente qui exposent une offre de presse inférieure ou égale à 150 titres de presse ».

6.4 Suppression de la catégorie de points de vente des supérettes de grandes agglomérations

Dans le projet de décision mis en consultation publique, l'Arcep avait maintenu l'existence de la catégorie de points de vente des supérettes de grandes agglomérations, dont les conditions de rémunération résultent de la décision n° 2017-09 du CSMP⁴⁰.

⁴⁰ Décision n° 2017-09 du CSMP fixant les conditions de rémunération des points de vente de presse implantés dans les supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m² situées dans les grandes métropoles.

Toutefois, les contributions ont fait valoir que cette catégorie ne compte aucun marchand de presse et qu'il serait donc opportun de supprimer cette catégorie de points de vente. Consultée sur ce point, la CRDP a relevé que les seuls points de vente dont les caractéristiques pourraient correspondre aux critères d'éligibilité des supérettes de grandes agglomérations perçoivent aujourd'hui la rémunération d'autres catégories de points de vente et que celle-ci est ainsi obsolète.

Par conséquent, dans un souci de simplification, la présente décision prévoit de supprimer la catégorie des supérettes de grandes agglomérations. Ainsi, outre la décision n° 2017-09 susmentionnée, la présente décision abroge les décisions n° 2017-08⁴¹ et n° 2017-10 du CSMP⁴² relatives à cette catégorie de points de vente.

6.5 Simplification de la présentation de la majoration liée à la localisation

Dans le projet de décision mis en consultation publique, l'Arcep avait maintenu l'existence de trois critères de localisation ouvrant droit à 1 point de rémunération supplémentaire pour les marchands spécialistes (« unité urbaine dont la population est supérieure à 50 000 habitants et inférieure ou égale à 100 000 habitants », « commune touristique » et « galerie marchande de supermarché ») tout en introduisant un nouveau critère, dans l'objectif de revaloriser la rémunération des points de vente en ruralité et dans les unités urbaines les moins peuplées, lui aussi valorisé à 1 % des VMF : « unité urbaine dont la population est inférieure ou égale à 50 000 habitants ou commune en dehors d'une unité urbaine »).

Il est ressorti des contributions que la présentation de la majoration liée à la localisation pouvait être simplifiée, par la fusion des critères ouvrant droit à une majoration d'1 % des ventes.

En conséquence, la présente décision simplifie la présentation des taux de la majoration liée à la localisation de la manière suivante :

Localisation du point de vente	Taux de majoration	
	Périodiques	Quotidiens et 7 ^e jour
Unité urbaine de Paris	4,5 %	5 %
Unité urbaine dont la population est supérieure à 200 000 habitants	4 %	4 %
Unité urbaine dont la population est supérieure à 100 000 habitants et inférieure ou égale à 200 000 habitants	3 %	3 %
Galerie marchande d'un hypermarché	2,5 %	3 %
Département et région d'outre-mer (DROM)	1 %	2 %
Autre localisation	1 %	1 %

En conséquence, les notions de supermarché et de commune touristique ont été retirées des précisions terminologiques proposées dans la consultation publique (en partie 1.2 de l'annexe).

⁴¹ Décision n° 2017-08 définissant les conditions d'assortiment des titres servis aux supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m² situées dans les grandes métropoles adoptée par l'Assemblée du CSMP du 20 décembre 2017.

⁴² Décision n° 2017-10 portant homologation du contrat-type des supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m² situées dans les grandes métropoles adoptée par l'Assemblée du CSMP du 20 décembre 2017.

7 Délais d'entrée en vigueur

La présente décision entre en vigueur au 1^{er} janvier 2026.

Décide :

Article 1. Les conditions de rémunération des marchands de presse figurant à l'annexe de la présente décision sont adoptées.

Article 2. Les décisions suivantes sont abrogées :

- décision n° 2011-01 du Conseil supérieur des messageries de presse (ci-après « CSMP ») en date du 1^{er} décembre 2011 modifiée fixant la rémunération des agents de la vente de la presse ;
- décision n° 2012-07 du CSMP en date du 30 novembre 2012 relative aux critères de rémunération des diffuseurs de presse et modifiant la décision n° 2011-01 ;
- décision n° 2013-03 du CSMP en date du 28 mars 2013 relative à la rémunération des agents de la vente de presse en cas de baisse promotionnelle du prix de référence d'une parution d'un titre et modifiant la décision n° 2011-01 ;
- décision n° 2014-03 du CSMP en date du 1^{er} juillet 2014 modifiée concernant le schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse (niveau 3) ;
- décision n° 2014-05 du CSMP en date du 30 septembre 2014 portant mesure transitoire en faveur de la rémunération des diffuseurs de presse (niveau 3) ;
- décision n° 2014-07 du CSMP en date du 2 décembre 2014 modifiée définissant les modalités de mise en œuvre des 4[°] à 13[°] de la décision n° 2014-03 concernant le schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse ;
- décision n° 2014-09 du CSMP en date du 19 décembre 2014 modifiée fixant les conditions de rémunération des diffuseurs de presse dans les départements d'outre-mer du 19 décembre 2014 ;
- décision n° 2016-01 du CSMP en date du 19 juillet 2016 confirmant les conditions de mise en œuvre du schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse à compter du 1^{er} janvier 2017 ;
- décision n° 2017-08 du CSMP en date du 20 décembre 2017 définissant les conditions d'assortiment des titres servis aux supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m² situées dans les grandes métropoles ;
- décision n° 2017-09 du CSMP en date du 20 décembre 2017 fixant les conditions de rémunération des points de vente de presse implantés dans les supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m² situées dans les grandes métropoles ;
- décision n° 2017-10 du CSMP en date du 20 décembre 2017 portant homologation du contrat-type des supérettes d'une surface de vente inférieure à 400 m² situées dans les grandes métropoles ;
- décision n° 2023-1558 de l'Arcep en date du 18 juillet 2023 modifiée modifiant les seuils applicables à la majoration liée au chiffre d'affaires des marchands de presse ;
- décision n° 2023-2307 de l'Arcep en date du 24 octobre 2023 portant modification de la décision modifiant les seuils applicables à la majoration liée au chiffre d'affaires des marchands de presse ;
- décision n° 2025-0623 de l'Arcep en date du 27 mars 2025 indexant les seuils applicables à la majoration liée au chiffre d'affaires des marchands de presse et alignant le calendrier de paiement des majorations sur celui de la rémunération de base.

Article 3. La présente décision entre en vigueur le 1^{er} janvier 2026.

Article 4. Le directeur général de l'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse est chargé de l'exécution de la présente décision qui sera publiée au *Journal officiel* de la République française et sur le site internet de l'Autorité.

Fait à Paris, le 9 décembre 2025,

La présidente

Laure de La Raudière

Annexe à la décision n° 2025-2214 de l'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse en date du 9 décembre 2025 fixant les conditions de rémunération des marchands de presse

Conditions de rémunération des marchands de presse

Version du 1^{er} janvier 2026

Table des matières

1. Introduction	4
1.1. Objet du présent document	4
1.2. Précisions terminologiques	4
2. Conditions générales.....	5
2.1. Mode de calcul de la rémunération	5
2.2. Cas des parutions objets de promotions tarifaires	5
2.3. Actualisation des seuils de VMF.....	5
2.4. Calendrier de paiement des rémunérations	6
2.5. Territorialité	6
2.6. Distinction entre les types de publications	6
3. Marchands spécialistes	7
3.1. Critères d'éligibilité	7
3.2. Conditions particulières	7
3.2.1. Rémunération de base	7
3.2.2. Majoration liée à la localisation	7
3.2.3. Majoration liée à la performance commerciale.....	8
3.2.4. Majoration liée à la taille de linéaire.....	9
3.2.5. Majoration liée à la formation professionnelle.....	9
3.2.6. Majoration liée au label quotidien.....	10
4. Kiosques	10
4.1. Critères d'éligibilité	10
4.2. Conditions particulières	10
4.2.1. Rémunération de base	10
4.2.2. Majoration liée à l'informatisation	11
5. Concessions	11
5.1. Critères d'éligibilité	11
5.2. Conditions particulières	11
5.2.1. Rémunération de base	11
5.2.2. Majoration liée à l'informatisation	11
5.2.3. Majoration liée à la performance commerciale.....	11
5.2.4. Majoration liée à la taille de linéaire.....	12
5.2.5. Majorations liées aux ventes de quotidiens et de publications du septième jour	13
6. Rayons intégrés	13
6.1. Critères d'éligibilité	13
6.2. Conditions particulières	14
6.2.1. Rémunération de base	14
6.2.2. Majoration liée à l'informatisation	14
6.2.3. Majoration liée à la performance commerciale.....	14

6.2.4. Majoration liée à la taille de linéaire.....	15
7. Points de vente de capillarité	16
7.1. Critères d'éligibilité	16
7.2. Conditions particulières	16
7.2.1. Rémunération de base	16
7.2.2. Majoration liée au label quotidien.....	16
8. Marchands non spécialistes.....	16
8.1. Critères d'éligibilité	16
8.2. Conditions particulières	17
8.2.1. Rémunération de base	17

1. Introduction

1.1. Objet du présent document

Le présent document a pour objet de fixer les conditions de la rémunération des marchands de presse mentionnées au 6° de l'article 18 de la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 modifiée (ci-après, « loi Bichet »), pour la vente des publications de presse mentionnées à l'article 2 de la loi Bichet dont la distribution en point de vente est assurée par une société agréée de distribution de la presse au sens de l'article 3 de la loi Bichet.

1.2. Précisions terminologiques

Les notions suivantes, dont certaines revêtent une acceptation particulière dans le présent document, doivent être précisées.

Publications de presse : Journaux ou publications périodiques tels que définis à l'article 2 de la loi Bichet.

Quotidiens, publications quotidiennes : Publications de presse paraissant au moins cinq fois par semaine.

Publications du septième jour : Publications de presse non quotidiennes de périodicité au minimum hebdomadaire dont la durée de présentation à la vente de chaque numéro est comparable à celle des quotidiens, c'est-à-dire inférieure à 48 heures.

Publications périodiques (ou « périodiques ») : Publications de presse autres que les quotidiens et les publications du septième jour.

SADP : Société agréée de distribution de la presse telle que mentionnée à l'article 3 de la loi Bichet.

Marchand de presse : Agent de la vente de la presse, certifié par la Commission du réseau de la diffusion de la presse conformément au I de l'article 26 de la loi Bichet, qui gère un point de vente de presse. Terme utilisé dans la présente décision en tant que synonyme du terme « diffuseur de presse » utilisé dans la loi Bichet.

Point de vente : Point de vente au public de la presse imprimée visé par l'article 14 de la loi Bichet.

Territoire : désigne la France Métropolitaine ou l'un des départements et régions d'outre-mer (ou « DROM ») suivants qui relèvent du champ d'application de la Loi Bichet :

- Guadeloupe ;
- Guyane ;
- La Réunion ;
- Martinique ;
- Mayotte.

Prix de référence : Prix public communément observé d'une publication de presse et déclaré par l'éditeur à la société agréée de distribution de la presse assurant sa distribution.

Ventes en montant fort (ci-après, « VMF ») : Montant des ventes de publications de presse toutes taxes comprises (« TTC »), exprimé au prix facial des exemplaires écoulés.

Unité urbaine : Commune ou ensemble de communes tel que défini par l’Institut national de la statistique et des études économiques⁴³.

Hypermarché : Un hypermarché, tel que défini par l’Institut national de la statistique et des études économiques⁴⁴, est un établissement de vente au détail en libre-service qui réalise plus du tiers de ses ventes en alimentation et dont la surface de vente est supérieure ou égale à 2 500 m².

Enseigne presse ou assimilée : Enseigne figurant sur la vitrine ou sur la façade d’un point de vente pour signaler au public d’une manière évidente la présence de la presse dans son offre, notamment par la représentation d’une plume ou la mention « Presse ».

2. Conditions générales

Sauf s’il en est prévu autrement par des dispositions particulières de la présente annexe, les conditions générales définies ci-dessous s’appliquent à la rémunération de l’ensemble des marchands de presse pour la vente des publications de presse dont la distribution est assurée par une SADP.

2.1. Mode de calcul de la rémunération

La rémunération des marchands de presse est déterminée en pourcentage du montant toutes taxes comprises (« TTC ») des ventes de publications de presse réalisées par leur intermédiaire.

2.2. Cas des parutions objets de promotions tarifaires

En cas de baisse promotionnelle du prix d’un titre à l’occasion d’une parution par rapport à son prix de référence, la rémunération des marchands de presse est calculée par application du taux de rémunération du point de vente au prix de référence du titre de presse.

Cette règle est applicable à toutes les parutions d’un titre donné à compter de :

- la sixième parution pour un quotidien ;
- la cinquième parution pour un titre dont la périodicité est hebdomadaire ;
- la troisième parution pour un titre dont la périodicité est bimensuelle ou mensuelle ;
- la deuxième parution pour un titre dont la périodicité est bimestrielle ou trimestrielle.

2.3. Actualisation des seuils de VMF

Les seuils de VMF utilisés pour déterminer les taux de majoration des marchands de presse liés à la performance commerciale (cf. parties 3.2.3, 5.2.3 et 6.2.3), applicables aux ventes de publications périodiques, sont révisés au 1^{er} janvier de chaque année selon la formule suivante (résultat arrondi à la centaine d’euros) :

$$\text{Seuil (N)} = \text{Seuil (N-1)} * \text{VMF (N-2)} / \text{VMF (N-3)}$$

Avec :

- **Seuil (N)** : le montant en euros courants du seuil de VMF en année N ;

⁴³ <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1501>

⁴⁴ <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1825>

- **Seuil (N-1)** : le montant en euros courants du seuil de VMF en année N-1 ;
- **VMF (N-2)** : le montant en euros courants des VMF globales de la presse groupée déclarées par les SADP au titre de l'année N-2 dans le cadre du calcul de la péréquation et
- **VMF (N-3)** : le montant en euros courants des VMF globales de la presse groupée déclarées par les SADP au titre de l'année N-3 dans le cadre du calcul de la péréquation.

Sauf s'il en est prévu autrement par des dispositions particulières de la présente annexe, les valeurs des seuils de VMF mentionnées dans le présent document sont celles applicables en 2026.

Cette actualisation est également applicable aux majorations prévues par les parties 3.2.6, 7.2.2 ainsi qu'à celles visées par les dernière et avant-dernière lignes du tableau de la partie 5.2.5, applicables aux ventes de quotidiens et de publications du septième jour.

2.4. Calendrier de paiement des rémunérations

Toutes les composantes de la rémunération des marchands de presse, qu'il s'agisse de la rémunération de base ou des majorations, sont déduites par les marchands de presse du montant du produit des ventes reversé directement ou indirectement aux sociétés agréées de distribution de la presse, selon le calendrier prévu par la décision n° 2013-02 du CSMP.

2.5. Territorialité

Sauf s'il en est prévu autrement par des dispositions particulières de la présente annexe, les conditions de rémunération sont identiques, pour une même catégorie de points de vente, en France Métropolitaine, en Guadeloupe, en Guyane, à La Réunion, en Martinique et à Mayotte.

2.6. Distinction entre les types de publications

Sauf s'il en est prévu autrement par des dispositions particulières de la présente annexe, les conditions de rémunération sont identiques, pour une même catégorie de points de vente et dans un même territoire, pour les publications quotidiennes, du septième jour et périodiques.

**

Les conditions de rémunération des marchands de presse varient, pour chaque point de vente, selon la catégorie à laquelle il appartient. Les catégories de points de vente sont les suivantes :

- les marchands spécialistes (3),
- les kiosques (4),
- les concessions (5),
- les rayons intégrés (6),
- les points de vente de capillarité (7),
- les marchands non spécialistes (8).

3. Marchands spécialistes

3.1. Critères d'éligibilité

Sont éligibles à la rémunération des marchands spécialistes les points de vente qui satisfont aux critères cumulatifs suivants, relatifs à :

- la visibilité : présence d'une enseigne presse ou assimilée sur la devanture du point de vente ;
- l'informatisation : équipement du point de vente d'une caisse communicante et d'un logiciel homologué « remontée des ventes » par les sociétés agréées de distribution de la presse ;
- l'étendue de l'offre : exposition de publications de presse sur une surface d'au moins 50 mètres linéaires développés.

Sont également éligibles à la rémunération des marchands spécialistes les points de ventes offrant à la vente essentiellement des produits et services culturels et de loisirs qui :

- satisfont aux critères relatifs à la visibilité et l'informatisation mentionnés à l'alinéa précédent ;
- et exposent des publications de presse sur une surface d'au moins 100 mètres linéaires développés.

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.5, la satisfaction du critère relatif à l'informatisation n'est pas requise pour les points de vente des départements et régions d'outre-mer.

3.2. Conditions particulières

3.2.1. Rémunération de base

Le taux de rémunération de base des marchands spécialistes est de 15 %.

3.2.2. Majoration liée à la localisation

Le taux de rémunération des marchands spécialistes est majoré en fonction de leur localisation dans les conditions suivantes :

Localisation du point de vente	Taux de majoration	
	Périodiques	Quotidiens et 7 ^e jour
Unité urbaine de Paris	4,5 %	5 %
Unité urbaine dont la population est supérieure à 200 000 habitants	4 %	4 %
Unité urbaine dont la population est supérieure à 100 000 habitants et inférieure ou égale à 200 000 habitants	3 %	3 %
Galerie marchande d'un hypermarché	2,5 %	3 %
Département et région d'outre-mer (DROM)	1 %	2 %
Autre localisation	1 %	1 %

Si un point de vente satisfait à plusieurs critères de localisation mentionnés dans le tableau précédent, sa majoration liée à la localisation est calculée par application du seul taux le plus élevé parmi ceux correspondant aux critères qu'il remplit.

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.4, la majoration liée à la localisation portant sur les ventes du premier semestre de l'année 2026 peut être payée au plus tard le 30 septembre 2026.

3.2.3. Majoration liée à la performance commerciale

Le taux de rémunération des marchands spécialistes est majoré en fonction des VMF annuelles de publications périodiques, dans les conditions suivantes :

Paliers de VMF liées aux publications périodiques	Taux de majoration
[69,4 k€ ; 104,5 k€ [1 %
[104,5 k€ ; 130,5 k€ [1,5 %
[130,5 k€ ; 174,0 k€ [2 %
[174,0 k€ ; 217,5 k€ [2,5 %
[217,5 k€ ; 260,9 k€ [3 %
[260,9 k€ ; 304,4 k€ [3,5 %
[304,4 k€ ; 347,9 k€ [4,5 %
≥ 347,9 k€	5 %

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.6, la majoration liée à la performance commerciale n'est pas applicable à la rémunération des marchands spécialistes pour la vente de quotidiens ou de publications du septième jour.

En France métropolitaine, par dérogation aux dispositions de la partie 2.4, la majoration liée à la performance commerciale peut être payée semestriellement aux marchands de presse au plus tard trois mois après la fin de chaque semestre en utilisant les taux de majoration déterminés de manière suivante :

- le taux de majoration applicable au titre du premier semestre de l'année N est déterminé à partir des VMF de publications périodiques réalisées entre le 1^{er} juillet de l'année N-1 et le 30 juin de l'année N inclus ;
- le taux de majoration applicable au titre du second semestre de l'année N est déterminé à partir des VMF de publications périodiques réalisées entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre de l'année N inclus.

Dans les départements et régions d'outre-mer, par dérogation aux dispositions de la partie 2.4, la majoration liée à la performance commerciale peut être payée annuellement aux marchands de presse au plus tard quatre mois après la fin de l'année. Le taux de majoration applicable au titre de l'année N est déterminé à partir des VMF de publications périodiques réalisées entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre de l'année N inclus.

3.2.4. Majoration liée à la taille de linéaire

Le taux de rémunération des marchands spécialistes est majoré en fonction de la longueur de leur linéaire consacré à l'exposition des publications périodiques en mètres linéaires développés (« MLD »), dans les conditions suivantes :

Paliers de MLD consacrés à l'exposition des publications périodiques	Taux de majoration
[50 ; 100 [1 %
[100 ; 150 [2,5 %
[150 ; 200 [3,25 %
[200 ; 300 [3,5 %
≥ 300	4 %

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.6, la majoration de taux de rémunération liée à la taille de linéaire n'est pas applicable à la rémunération des marchands spécialistes pour la vente de quotidiens ou de publications du septième jour.

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.4, la majoration liée à la taille de linéaire portant sur les ventes du premier semestre de l'année 2026 peut être payée au plus tard le 30 septembre 2026.

3.2.5. Majoration liée à la formation professionnelle

Le taux de rémunération des marchands spécialistes est majoré de 1 % dès lors qu'ils ont suivi une formation professionnelle initiale ou continue achevée depuis trois ans au maximum.

D'une durée minimale d'une journée (ou de 7 heures minimum) en présentiel ou en distanciel, la formation professionnelle requise afin de satisfaire au critère décrit à l'alinéa précédent est conforme aux règles du cahier des charges de la formation continue, s'agissant de la formation continue, ou du cahier des charges de la formation initiale, s'agissant de la formation initiale, rendus publics sur le site internet de la Commission du réseau de la diffusion de la presse.

Le marchand spécialiste prétendant à la majoration liée à la formation professionnelle est libre d'opter pour l'organisme de formation de son choix sous réserve que celui-ci réponde aux objectifs et conditions figurant dans le cahier des charges de la formation initiale ou dans le cahier des charges de la formation continue, selon qu'il effectue une formation initiale ou continue.

Pour bénéficier de la majoration liée à la formation professionnelle, le marchand de presse est tenu de fournir une attestation de formation délivrée par l'organisme formateur à la demande directe ou indirecte des SADP. Cette formation peut être suivie par le gérant ou n'importe lequel de ses associés ou employés.

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.6, la majoration liée à la formation professionnelle n'est pas applicable à la rémunération des marchands spécialistes pour la vente de quotidiens ou de publications du septième jour.

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.4, la majoration liée à la formation professionnelle portant sur les ventes du premier semestre de l'année 2026 peut être payée au plus tard le 30 septembre 2026.

3.2.6. Majoration liée au label quotidien

Le taux de rémunération des marchands spécialistes est majoré de 2,5 % dès lors qu'ils remplissent les trois critères cumulatifs suivants :

- avoir une durée d'ouverture quotidienne d'au moins sept heures six jours sur sept ;
- avoir une durée d'ouverture quotidienne d'au moins quatre heures le jour restant ;
- réaliser au moins 10 000 € de VMF annuelles de quotidiens et de publications du septième jour.

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.6, la majoration liée au label quotidien n'est pas applicable à la rémunération des marchands spécialistes pour la vente de publications périodiques.

En France métropolitaine, par dérogation aux dispositions de la partie 2.4, la majoration liée au label quotidien peut être payée semestriellement aux marchands de presse au plus tard trois mois après la fin de chaque semestre :

- l'éligibilité à cette majoration au titre du premier semestre de l'année N s'apprécie au regard des VMF de quotidiens et de publications du septième jour réalisées entre le 1^{er} juillet de l'année N-1 et le 30 juin de l'année N inclus ;
- l'éligibilité à cette majoration au titre du second semestre de l'année N s'apprécie au regard des VMF de quotidiens et de publications du septième jour réalisées entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre de l'année N inclus.

Dans les départements et régions d'outre-mer, par dérogation aux dispositions de la partie 2.4, la majoration liée au label quotidien peut être payée annuellement aux marchands de presse au plus tard quatre mois après la fin de l'année. L'éligibilité à cette majoration au titre de l'année N s'apprécie au regard des VMF de quotidiens et de publications du septième jour réalisées entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre de l'année N inclus.

4. Kiosques

4.1. Critères d'éligibilité

Sont éligibles à la rémunération des kiosques les points de vente de presse implantés dans un édicule dont on peut faire le tour d'une superficie inférieure à 30 mètres carrés et qui peut être enlevé à tout moment.

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.5, la rémunération des kiosques n'est pas applicable aux points de vente des départements et régions d'outre-mer.

4.2. Conditions particulières

4.2.1. Rémunération de base

Le taux de rémunération de base des kiosques est de 23 %.

4.2.2. Majoration liée à l'informatisation

Le taux de rémunération des kiosques sera majoré à hauteur de 1 % dès lors qu'ils sont équipés d'une caisse communicante et d'un logiciel homologué « remontée des ventes » par les sociétés agréées de distribution de la presse.

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.4, la majoration liée à l'informatisation portant sur les ventes du premier semestre de l'année 2026 peut être payée au plus tard le 30 septembre 2026.

5. Concessions

5.1. Critères d'éligibilité

Sont éligibles à la rémunération des concessions, les points de vente de presse autres que les kiosques réalisant leur activité dans le cadre d'une convention d'occupation du domaine public ou d'un contrat de concession de services.

5.2. Conditions particulières

5.2.1. Rémunération de base

Le taux de rémunération de base des concessions est de 24 %.

5.2.2. Majoration liée à l'informatisation

Le taux de rémunération des concessions est majoré à hauteur de 1 % dès lors qu'elles sont équipées d'une caisse communicante et d'un logiciel homologué « remontée des ventes » par les sociétés agréées de distribution de la presse.

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.5, la majoration liée à l'informatisation n'est pas applicable dans les départements et régions d'outre-mer.

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.4, la majoration liée à l'informatisation portant sur les ventes du premier semestre de l'année 2026 peut être payée au plus tard le 30 septembre 2026.

5.2.3. Majoration liée à la performance commerciale

Le taux de rémunération des concessions est majoré en fonction des VMF annuelles de publications périodiques, dans les conditions suivantes :

Paliers de VMF liées aux publications périodiques	Taux de majoration	
	Métropole	DROM
[69,4 k€ ; 104,5 k€ [1 %	3 %
[104,5 k€ ; 130,5 k€ [1,5 %	
[130,5 k€ ; 174,0 k€ [2 %	
[174,0 k€ ; 217,5 k€ [2,5 %	
[217,5 k€ ; 260,9 k€ [3 %	
[260,9 k€ ; 304,4 k€ [3,5 %	
[304,4 k€ ; 347,9 k€ [4,5 %	
≥ 347,9 k€	5 %	

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.6, la majoration liée à la performance commerciale n'est pas applicable à la rémunération des concessions pour la vente de quotidiens ou de publications du septième jour.

En France métropolitaine, par dérogation aux dispositions de la partie 2.4, la majoration liée à la performance commerciale peut être payée semestriellement aux marchands de presse au plus tard trois mois après la fin de chaque semestre en utilisant les taux de majoration déterminés de manière suivante :

- le taux de majoration applicable au titre du premier semestre de l'année N est déterminé à partir des VMF de publications périodiques réalisées entre le 1^{er} juillet de l'année N-1 et le 30 juin de l'année N inclus ;
- le taux de majoration applicable au titre du second semestre de l'année N est déterminé à partir des VMF de publications périodiques réalisées entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre de l'année N inclus.

Dans les départements et régions d'outre-mer, par dérogation aux dispositions de la partie 2.4, la majoration liée à la performance commerciale peut être payée annuellement aux marchands de presse au plus tard quatre mois après la fin de l'année. Le taux de majoration applicable au titre de l'année N est déterminé à partir des VMF de publications périodiques réalisées entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre de l'année N inclus.

5.2.4. Majoration liée à la taille de linéaire

Le taux de rémunération des concessions est majoré en fonction de la longueur de leur linéaire consacré à l'exposition des publications périodiques en mètres linéaires développés (« MLD »), dans les conditions suivantes :

Paliers de MLD consacrés à l'exposition des publications périodiques	Taux de majoration	
	Métropole	DROM
[50 ; 100 [1 %	3 %
[100 ; 150 [1,5 %	
[150 ; 200 [2 %	
[200 ; 250 [2,5 %	
[250 ; 300 [3 %	
≥ 300	3,5 %	

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.6, la majoration liée à la taille de linéaire n'est pas applicable à la rémunération des concessions pour la vente de quotidiens ou de publications du septième jour.

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.4, la majoration liée à la taille de linéaire portant sur les ventes du premier semestre de l'année 2026 peut être payée au plus tard le 30 septembre 2026.

5.2.5. Majorations liées aux ventes de quotidiens et de publications du septième jour

Le taux de rémunération des concessions est majoré en fonction des critères suivants :

Critères de majoration	Taux de majoration	
	Métropole	DROM
Mise en place des promotions « Quotidiens »	1 %	Non applicable
Amplitude d'ouverture adaptée aux flux de clientèle	1 %	Non applicable
Présence des quotidiens et des publications du 7 ^e jour en zone d'entrée ou en zone de caisse	1 %	Non applicable
Espace spécifique dédié à la vente des quotidiens et des publications du 7 ^e jour	1 %	3 %
VMF annuelles de quotidiens et de publications du 7 ^e jour d'au moins 13 900 €	1 %	Non applicable
VMF annuelles de quotidiens et de publications du 7 ^e jour d'au moins 9 300 €	Non applicable	3 %

Les majorations prévues au tableau ci-dessus sont cumulables entre elles.

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.6, les majorations liées aux ventes de quotidiens et de publications du septième jour ne sont pas applicables à la rémunération des concessions pour la vente de publications périodiques.

En France métropolitaine, par dérogation aux dispositions de la partie 2.4, la majoration prévue à l'avant dernière ligne du tableau précédent peut être payée aux marchands de presse au plus tard trois mois après la fin de chaque semestre :

- l'éligibilité à cette majoration au titre du premier semestre de l'année N s'apprécie au regard des VMF de quotidiens et de publications du septième jour réalisées entre le 1^{er} juillet de l'année N-1 et le 30 juin de l'année N inclus ;
- l'éligibilité à cette majoration au titre du second semestre de l'année N s'apprécie au regard des VMF de quotidiens et de publications du septième jour réalisées entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre de l'année N inclus.

Dans les départements et régions d'outre-mer, par dérogation aux dispositions de la partie 2.4, la majoration prévue à la dernière ligne du tableau précédent peut être payée aux marchands de presse au plus tard quatre mois après la fin de l'année. L'éligibilité à cette majoration au titre de l'année N s'apprécie au regard des VMF de quotidiens et de publications du septième jour réalisées entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre de l'année N inclus.

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.4, les majorations prévues aux quatre premières lignes du tableau précédent portant sur les ventes du premier semestre de l'année 2026 peuvent être payées au plus tard le 30 septembre 2026.

6. Rayons intégrés

6.1. Critères d'éligibilité

Sont éligibles à la rémunération de rayons intégrés, les points de vente de presse situés au sein d'un espace commercial consacré principalement à la vente de produits alimentaires et disposant d'une surface de vente supérieure à 400 mètres carrés.

6.2. Conditions particulières

6.2.1. Rémunération de base

Le taux de rémunération de base des rayons intégrés est défini dans les tableaux ci-dessous.

Territoire	Taux de base	
	Périodiques	Quotidiens et 7 ^e jour
Métropole	13 %	14 %
Guyane	15 %	15 %

Territoire	Taux de base		
	Périodiques acheminés par avion	Périodiques acheminés par bateau	Quotidiens et 7 ^e jour
Guadeloupe La Réunion Martinique Mayotte	13 %	15 %	14 %

6.2.2. Majoration liée à l'informatisation

Le taux de rémunération des rayons intégrés est majoré à hauteur de 0,5 % dès lors qu'ils sont équipés d'une caisse communicante et d'un logiciel homologué « remontée des ventes » par les sociétés agréées de distribution de la presse.

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.5, la majoration liée à l'informatisation n'est pas applicable dans les départements et régions d'outre-mer.

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.4, la majoration liée à l'informatisation portant sur les ventes du premier semestre de l'année 2026 peut être payée au plus tard le 30 septembre 2026.

6.2.3. Majoration liée à la performance commerciale

Le taux de rémunération des rayons intégrés est majoré en fonction des VMF annuelles de publications périodiques, dans les conditions suivantes :

Paliers de VMF liées aux publications périodiques	Taux de majoration	
	Métropole	DROM
[69,4 k€ ; 104,5 k€ [0,5 %	
[104,5 k€ ; 130,5 k€ [0,75 %	
[130,5 k€ ; 174,0 k€ [1 %	
[174,0 k€ ; 217,5 k€ [1,25 %	
[217,5 k€ ; 260,9 k€ [1,5 %	
[260,9 k€ ; 304,4 k€ [1,75 %	
[304,4 k€ ; 347,9 k€ [2,25 %	
≥ 347,9 k€	2,5 %	

0,5 %

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.6, la majoration liée à la performance commerciale n'est pas applicable à la rémunération des rayons intégrés pour la vente de quotidiens ou de publications du septième jour.

En France métropolitaine, par dérogation aux dispositions de la partie 2.4, la majoration liée à la performance commerciale peut être payée semestriellement aux marchands de presse au plus tard trois mois après la fin de chaque semestre en utilisant les taux de majoration déterminés de manière suivante :

- le taux de majoration applicable au titre du premier semestre de l'année N est déterminé à partir des VMF de publications périodiques réalisées entre le 1^{er} juillet de l'année N-1 et le 30 juin de l'année N inclus ;
- le taux de majoration applicable au titre du second semestre de l'année N est déterminé à partir des VMF de publications périodiques réalisées entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre de l'année N inclus.

Dans les départements et régions d'outre-mer, par dérogation aux dispositions de la partie 2.4, la majoration liée à la performance commerciale peut être payée annuellement aux marchands de presse au plus tard quatre mois après la fin de l'année. Le taux de majoration applicable au titre de l'année N est déterminé à partir des VMF de publications périodiques réalisées entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre de l'année N inclus.

6.2.4. Majoration liée à la taille de linéaire

Le taux de rémunération des rayons intégrés est majoré en fonction de la longueur de leur linéaire consacré à l'exposition des publications périodiques en mètres linéaires développés (« MLD »), dans les conditions suivantes :

Paliers de MLD consacrés à l'exposition des publications périodiques	Taux de majoration	
	Métropole	DROM
[50 ; 100 [0,5 %	0,5 %
[100 ; 150 [0,75 %	
[150 ; 200 [1 %	
[200 ; 250 [1,25 %	
[250 ; 300 [1,5 %	
≥ 300	1,75 %	

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.6, la majoration liée à la taille de linéaire n'est pas applicable à la rémunération des rayons intégrés pour la vente de quotidiens ou de publications du septième jour.

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.4, la majoration liée à la taille de linéaire portant sur les ventes du premier semestre de l'année 2026 peut être payée au plus tard le 30 septembre 2026.

7. Points de vente de capillarité

7.1. Critères d'éligibilité

Sont éligibles à la rémunération des points de vente de capillarité, les points de vente qui exposent une offre de presse inférieure ou égale à 150 titres de presse.

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.5, la rémunération des points de vente de capillarité n'est pas applicable aux points de vente des départements et régions d'outre-mer.

7.2. Conditions particulières

7.2.1. Rémunération de base

Le taux de rémunération de base des points de vente de capillarité est de 10 %.

7.2.2. Majoration liée au label quotidien

Le taux de rémunération des points de vente de capillarité pour la vente de quotidiens et de publications du septième jour est majoré à hauteur de 1 % dès lors qu'ils remplissent les trois critères cumulatifs suivants :

- avoir une durée d'ouverture quotidienne d'au moins sept heures six jours sur sept ;
- avoir une durée d'ouverture quotidienne d'au moins quatre heures le jour restant ;
- réaliser au moins 13 900 € de VMF annuelles de quotidiens et de publications du septième jour.

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.6, la majoration liée au label quotidien n'est pas applicable à la rémunération des points de vente de capillarité pour la vente de publications périodiques.

Par dérogation aux dispositions de la partie 2.4, la majoration liée au label quotidien peut être payée semestriellement aux marchands de presse au plus tard trois mois après la fin de chaque semestre :

- l'éligibilité à cette majoration au titre du premier semestre de l'année N s'apprécie au regard des VMF de quotidiens et de publications du septième jour réalisées entre le 1er juillet de l'année N-1 et le 30 juin de l'année N inclus ;
- l'éligibilité à cette majoration au titre du second semestre de l'année N s'apprécie au regard des VMF de quotidiens et de publications du septième jour réalisées entre le 1er janvier et le 31 décembre de l'année N inclus.

8. Marchands non spécialistes

8.1. Critères d'éligibilité

Sont éligibles à la rémunération des marchands non spécialistes les points de vente qui ne satisfont aux critères d'éligibilité d'aucune autre catégorie de points de vente.

8.2. Conditions particulières

8.2.1. Rémunération de base

Le taux de rémunération de base des marchands non spécialistes est défini dans les tableaux ci-dessous.

Territoire	Taux de base	
	Périodiques	Quotidiens et 7 ^e jour
Métropole	13 %	14 %
Guyane	15 %	15 %

Territoire	Taux de base		
	Périodiques acheminés par avion	Périodiques acheminés par bateau	Quotidiens et 7 ^e jour
Guadeloupe La Réunion Martinique Mayotte	13 %	15 %	14 %