

Olivia POLSKI

Adjointe à la Maire de Paris
Chargée du Commerce, de l'Artisanat et
des Professions Libérales et Indépendantes
Conseillère de Paris et du 14^e arrondissement

Paris, le 07 décembre 2016

Nos Réf. (à rappeler) :
OP/ND/VG -626

Monsieur Jean-Pierre ROGER
Président du Conseil supérieur des
messageries de presse
99 boulevard Malesherbes
75008 PARIS

Objet : réaction de la Ville de Paris à la consultation publique relative à l'assortiment des titres servis aux supérettes

Monsieur le Président,

Je me permets de vous écrire dans le cadre de la consultation publique que le Conseil Supérieur des Messageries de Presse a initié le 28 novembre 2016, au sujet de la proposition de permettre aux supérettes de pouvoir vendre de la presse.

En tant qu'acteur majeur de la presse en France, puisque vous êtes *l'autorité garante du pluralisme de la presse à travers l'impartialité de sa distribution et du respect de ses principes*, vous avez dû suivre avec attention le renouvellement du marché des kiosques de presse parisiens, qui a occupé les débats politiques depuis le début de la mandature et encore actuellement.

Si vous avez pu prêter attention à cette question, centrale à Paris, vous avez pu mesurer l'importance de ces vitrines de la vente de presse. De nombreux patrons de presse : Hubert CHICOU, Louis DREYFUS, Marc FEUILLEE, Philippe CARLI ou encore Rik De NOLF, ont écrit à la Maire de Paris en octobre 2014, pour soutenir ce réseau très important à leurs yeux.

Or, comme vous le savez, le métier de kiosquier souffre de l'érosion des ventes de la presse écrite. La Ville de Paris a fait le choix, contra-cyclique, de maintenir et redynamiser ce réseau de 409 kiosques.

Je souhaite vous exprimer ma profonde incompréhension et opposition à la proposition, de permettre aux supérettes de moins de 400m² de pouvoir vendre de la presse, qui aura un impact assurément négatif pour les kiosquiers parisiens.

Votre proposition repose sur l'idée que le maillage de la presse à Paris se serait dégradé ces dernières années en raison de la fermeture de nombreux points de vente et qu'il conviendrait de le « re-densifier ». Cette analyse, si elle peut sembler juste d'un point de vue arithmétique, est à mettre en perspective avec le phénomène d'érosion des ventes de presse et les nombreuses créations de points de vente de presse ces dernières années à Paris.

Votre proposition repose sur le simple constat que 211 points de vente ont été fermés à Paris entre 2011 et 2015 et qu'il faut donc palier à ces fermetures. C'est méconnaître une partie de la réalité : ces points de vente ont fermé parce que le CA presse a baissé de 39% ces dix dernières années. À ma connaissance, il n'y a pas eu d'augmentation significative de la vente de presse qui nécessiterait l'ouverture de nouveaux points de diffusion.

Lorsqu'un point de vente ferme, le titulaire du marché de gestion des kiosques de presse et des kiosquiers mène un diagnostic pour savoir si l'implantation d'un kiosque est possible au regard du potentiel de vente. Aussi, la densité du réseau parisien continue d'être surveillée régulièrement. Ce travail minutieux a permis l'ouverture de 81 kiosques supplémentaires à Paris, par exemple pour venir compenser la fermeture du magasin Agora en fin d'année 2014. Aussi, la densité du réseau parisien continue d'être surveillée régulièrement.

Là où la presse opère lentement une mutation structurelle, face à la concurrence d'internet notamment, la réponse ne peut être la multiplication des points de vente au détriment des kiosquiers parisiens, des magasins de presse et des petites librairies que nous travaillons à maintenir dans Paris, au travers de plusieurs dispositifs (aides financières, mobilisation des bailleurs, opérations Vital Quartier 2...).

En mettant en place la vente de la presse, notamment quotidienne, dans les supérettes, vous allez déplacer des flux d'acheteurs des kiosques vers ces petites surfaces. La conséquence sera immédiate pour les kiosquiers qui verront leurs ventes de presse s'effondrer, et leurs kiosques désertés, et ce malgré les compensations financières que vous proposez.

La crise que traversent la presse et les diffuseurs nous oblige. Vous ne devez pas céder à la tentation d'une réponse strictement comptable qui consisterait à ouvrir d'avantage de points de vente, pour augmenter le nombre d'exemplaires diffusés, au détriment des diffuseurs actuellement en place sur le territoire parisien et qui souffrent quotidiennement dans l'exercice de leur métier.

Je vous demande de renoncer à votre projet de rendre possible la vente de la presse dans les supérettes afin de ne pas dégrader une situation déjà humainement dramatique.

Je vous prie de croire, Monsieur le Président, en l'assurance de mes salutations distinguées.

Olivia POLSKI

