

**COMMISSION PARITAIRE DES PUBLICATIONS
ET AGENCES DE PRESSE (CPPAP)**

Formation « publications »
3 rue de Valois – 75033 Paris Cedex 01
Tél : 01 40 15 38 03 - Fax : 01 40 15 38 95
Mél: cppap@culture.gouv.fr

<http://www.cppap.fr>

N° 12352*05



DEMANDE OU RENOUELEMENT D'INSCRIPTION D'UNE PUBLICATION DE PRESSE

(Décret n° 97-1065 du 20 novembre 1997 modifié relatif à la Commission paritaire des publications et agences de presse - Art. D. 18 et suivants du code des postes et des communications électroniques, art. 72-73 de l'annexe III du code général des impôts)

Type de demande :

- Première demande
- Renouvellement Date du précédent agrément :
- Nouvel examen Date de précédent retrait ou refus :

TITRE DE LA PUBLICATION (le numéro attribué sera réservé exclusivement à ce titre) :

SOUS-TITRE :

(obligatoire pour les sous-titres mentionnant une zone géographique, sauf quotidiens et hebdomadaire)

N° DE CPPAP (pour les publications déjà inscrites) :

Périodicité :

Date de création de la publication :

Le cas échéant, date de cessation de parution :

date de reparution :

NOM DE L'EDITEUR :

Forme/statut juridique :

Adresse siège social :

Téléphone : / / / / / **Télécopie :** / / / / /

Adresse électronique :

Nom du directeur de publication :

Préciser la page du dernier numéro fourni comprenant les mentions obligatoires (ours) :n° page

Nom du responsable du dossier :

(pour les publications étrangères, nom de l'importateur)

Téléphone : / / / / / **Télécopie :** / / / / /

Adresse électronique :

Si différente de celle du siège social, adresse de correspondance :

Prix de vente au numéro : €

Prix de l'abonnement annuel (voir aussi pièces à fournir) :

- Tarif normal : € - Tarif(s) réduit(s) : € / € / €

- Tarif réduit avec remise > à 50 % du tarif normal : €

Dans le cas où la publication est éditée par un organisme à but non lucratif (association, groupement...), le prix de l'abonnement est-il compris dans l'adhésion ou dans la cotisation annuelle ?

Oui Non

PIÈCES A JOINDRE
(cocher les éléments concernés)

1 – STATUTS

- Statuts actualisés de la société, de l'association ou de l'organisme éditeur** ou extrait K bis pour les éditeurs personnes physiques.

2 – EXEMPLAIRES DE LA PUBLICATION

- Pour les premières demandes et nouveaux examens :**
8 exemplaires du numéro 1 ou du dernier numéro de la publication, accompagné, le cas échéant, d'un exemplaire des six numéros précédents.
▶ *Attention : Les dossiers de demande doivent obligatoirement être accompagnés d'un numéro mis en vente (pas de numéro 0 ni de maquette).*
- Pour les renouvellements :**
2 exemplaires du dernier numéro + 1 des six numéros précédents (soit 8 au total)

Dans les deux cas, joindre les compléments éventuellement mis à la disposition du public :

- **suppléments** (en précisant s'ils font l'objet d'un envoi séparé de la publication principale) Oui Non
- **hors-séries** (un exemplaire de chaque hors-série paru sur les 12 mois précédents) Oui Non
- **encarts publicitaires** (joint à l'exemplaire fourni le plus récent) Oui Non
- **objets liés à la publication (DVD, CD, accessoires, jeux...)** Oui Non
- en fournissant un bordereau des services postaux si un de ces éléments voyage à un tarif hors presse.

- Pour les publications non rédigées en français ou en anglais :** la traduction des titres du sommaire

3 – FORMULAIRE ET JUSTIFICATIFS DE VENTE

- Le présent formulaire** complété et signé avec les **chiffres de diffusion de la page 3 :**

Pour les premières demandes de moins d'un an d'existence, et les **publications du régime dérogatoire**, [anciens combattants (A), syndicats de salariés (S), mutuelles (M), politiques (P), grandes causes (H)], non soumises au critère de vente effective : **seules les données relatives au tirage et au nombre d'exemplaires diffusés (au numéro ou par abonnement)** doivent être renseignées dans la colonne « moyennes » (soit les lignes 1 à 3 sur le tirage, 4 et 8 sur la vente au numéro, 9 à 12 pour les abonnements, 16 et 17 sur les stocks).

- Justificatifs et attestations de vente mentionnés en page 4**

INFORMATION POLITIQUE ET GÉNÉRALE

Préciser si vous sollicitez le bénéfice de l'une des qualifications d'information politique et générale suivantes :

Ciblage postal : Publication de périodicité quotidienne à hebdomadaire répondant aux critères d'information politique et générale au sens de l'article [D. 19-2](#) du Code des postes et des communications électroniques ou supplément régulier au sens de l'article [D.27-2](#) du même code

Aides au pluralisme : Publication de périodicité bimensuelle à trimestrielle répondant aux critères de [l'article 1er-1 b\) du décret du 12 mars 1986 instituant une aide aux publications nationales d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires](#) ou de [l'article 2 du décret 26 novembre 2004 relatif au fonds d'aide au pluralisme de la presse périodique régionale et locale](#),

Dispositif fiscal de l'article 39 bis A du code général des impôts : Publication de périodicité au maximum mensuelle consacrée pour une large part à l'information politique et générale répondant aux critères de [l'article 17 annexe II CGI](#)

*En cas de changement de titre, de dénomination sociale, d'adresse, de directeur ou de cessation de parution, il convient d'informer la CPPAP par courrier ou mail (cppap@culture.gouv.fr).
En cas de changement d'éditeur, un nouveau formulaire doit être complété.*

**DIFFUSION AU COURS DES SIX DERNIERS MOIS
PRÉCÉDANT L'ÉTABLISSEMENT DE LA DEMANDE**

Période (mois/année) : du

au

Périodicité publication :

	1. Période de vente 6 derniers mois (indiquer le mois de parution) <i>Trimestriel : 2 colonnes</i> <i>Bimestriel : 3 colonnes</i> <i>Mensuel : 6 colonnes</i>	Trimestre 1			Trimestre 2			Moyennes
		Bimestre 1		Bimestre 2		Bimestre 3		
		Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6	
	2. Nombre de parutions par période de vente (<i>ex : 30 parutions / mois pour un quotidien</i>)	parutions	parutions	parutions	parutions	parutions	parutions	parutions
	3. Tirage utile moyen par parution							
V E N T E A U N U M E R O	Exemplaires remis à des sociétés de messageries (<i>ex : Presstalis, MLP...</i>)							
	4. Nombre d'exemplaires remis							
	5. Nombre d'exemplaires vendus							
	6. Nombre d'exemplaires invendus et détruits							
	7. Nombre d'exemplaires récupérés							
	<i>Joindre une attestation de destruction des invendus établie par la société de messageries qui organise la diffusion de la publication. Au cas où les invendus seraient partiellement détruits, cette attestation devra préciser le nombre moyen d'exemplaires récupérés par tirage.</i>							
	8. Autres circuits (<i>ex : librairies, points de vente directs...</i>)							
	Nombre d'exemplaires vendus (pour les nouvelles demandes, indiquer les exemplaires remis)							
	<i>Joindre la liste des points de vente.</i>							
A B O N N E M E N T S	9. Nombre d'abonnements gratuits dont prospection d'abonnements							
	Nombre d'abonnements individuels (<i>payés par les destinataires</i>)							
	10. tarif normal							
	11. tarif réduit							
	12. tarif inférieur à 50 % tarif normal							
	13. Abonnements collectés (<i>Nombre d'abonnements souscrits et réglés par le destinataire par l'intermédiaire d'agences d'abonnements. ex : EBSCO, France publications, OFUP, Swets, ADL Partners...</i>)							
	<i>Joindre des preuves justificatives du paiement par les abonnés : relevés de souscription par les agences d'abonnement, factures, copies de chèques...</i>							
	14. Abonnements collectifs (<i>Nombre d'abonnements souscrits et réglés par une personne physique ou morale au profit de tiers ou d'adhérents et servis gratuitement à ceux-ci</i>)							
	<i>Fournir la liste des organismes souscripteurs sur laquelle figure le nombre d'abonnements souscrits par chacun d'eux.</i>							
	15. Abonnements dont le prix est inclus dans celui d'une cotisation							
	16. Diffusion non payée par le lecteur (<i>exemplaires gratuits hors prospection d'abonnements</i>)							
	17. Stocks (<i>exemplaires soustraits à la vente immédiate et destinés à une vente ultérieure ainsi que les archives</i>)							

Attention : Le total des lignes 4, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16 et 17 doit être égal à la ligne 3 (tirage).
Par exemple, les abonnements diffusés en prospection (ligne 9) ne doivent pas apparaître dans la diffusion gratuite (ligne 16).
Sont considérées comme vente effective les lignes 5, 8, 10, 11 et 13.

JUSTIFICATIFS DES VENTES A JOINDRE A LA DEMANDE

Pour la vente au numéro :

- Vente par messageries de presse : **attestation de destruction des invendus** établie par la société de messageries qui organise la diffusion de la publication (cf lignes 4 à 7)
- Vente au numéro par d'autres circuits : liste des points de vente (cf ligne 8)

Pour la vente par abonnement :

- Bulletin d'abonnement détaillant ses tarifs et conditions ainsi que, pour les publications d'associations ou groupements, un exemplaire des formulaires d'appel de cotisation et de la souscription d'abonnement adressée aux adhérents (cf lignes 9 à 12)
- Abonnements collectés : justificatifs de paiement via les agences d'abonnement (cf. ligne 13)
- Abonnements collectifs : liste des organismes souscripteurs (cf ligne 14)

Fait à _____, le _____

Nom et signature du directeur de la publication

ATTESTATION COMPTABLE DES VENTES (*hors premières demandes et régime dérogatoire*)

Le formulaire doit être accompagné des pièces justificatives suivantes :

- pour les publications inscrites auprès d'un **organisme de contrôle de la diffusion**, le dernier procès-verbal de contrôle ;
- à défaut, une certification des chiffres de diffusion payante, attestée par un **commissaire aux comptes ou un expert-comptable** ou, pour les organismes à but non lucratif, par le trésorier (voir ci-dessous).

Doivent être par ailleurs mis à disposition du secrétariat de la CPPAP sur demande :

- un **extrait du grand livre des comptes** et de la **déclaration de TVA** de l'année écoulée ;
- pour les publications majoritairement vendues au numéro, une **synthèse des compte-rendus de diffusion**, identifiant par numéro le nombre d'exemplaires remis, vendus et invendus, établie par la société de messagerie distributrice sur la période de 6 mois consécutifs la plus récente.

Attestation des chiffres de diffusion et de vente indiqués dans le tableau de la page 3, appréciés en cohérence avec les données comptables de l'éditeur (notamment grand livre des comptes, déclaration annuelle de TVA)

Fait à _____, le _____

Nom, signature et cachet du commissaire aux comptes ou, à défaut, de l'expert comptable ou du trésorier

RAPPEL

L'article 11 du décret du 20 novembre 1997 prévoit que la CPPAP peut inviter les éditeurs à fournir tous documents ou pièces nécessaires à l'appréciation de sa demande et procéder ou faire procéder à toutes les vérifications qu'elle juge utiles .

La loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés s'applique aux réponses faites à ce formulaire. Elle garantit un droit d'accès et de rectification pour les données concernant le directeur de la publication et l'imprimeur auprès de la commission paritaire des publications et agences de presse.

Article 441-6 du Code Pénal : « Le fait de se faire délivrer indûment par une administration publique ou par un organisme chargé d'une mission de service public, par quelque moyen frauduleux que ce soit, un document destiné à constater un droit, une identité ou une qualité ou à accorder une autorisation est puni de deux ans d'emprisonnement et de 30 000 euros d'amende. Est puni des mêmes peines le fait de fournir sciemment une fausse déclaration ou une déclaration incomplète en vue d'obtenir ou de tenter d'obtenir, de faire obtenir ou de tenter de faire obtenir d'une personne publique, d'un organisme de protection sociale ou d'un organisme chargé d'une mission de service public une allocation, une prestation, un paiement ou un avantage indu. »

Rappel des principales conditions d'éligibilité au régime économique de la presse

1°) Qualification de publication de presse au sens des dispositions postales et fiscales

Les publications doivent comporter un « *apport éditorial significatif en lien direct avec l'actualité* ». L'éditeur est ainsi tenu de mettre à la disposition du public des informations renouvelées d'un numéro sur l'autre en fonction des exigences de l'actualité. Le contenu des publications doit être suffisamment diversifié et comporter des rubriques régulières d'actualité pour ne pas être assimilable à une monographie ou un ouvrage ayant une fin en soi (tel qu'un livre).

La publication doit être regardée comme participant à l' « *intérêt général quant à la diffusion de la pensée* ». Il importe en particulier de ne pas inciter le lecteur à des actions illicites (tel que téléchargement illégal, violence...) ou offrir un contenu à caractère pornographique ou contraire à la protection de la santé publique.

2°) Mentions légales obligatoires

En application de la loi du 29 juillet 1881, les mentions obligatoires à faire figurer sur les publications sont :

- le nom et l'adresse de l'imprimeur ;
- le nom et l'adresse de l'éditeur ;
- le nom du directeur de publication.

Doivent également être mentionnés sur chaque exemplaire (de préférence sur la couverture) : la date de parution par le mois et l'année, la périodicité de la revue ainsi que le prix de celle-ci.

3°) Exigence de périodicité de parution

La publication doit paraître **régulièrement au moins 4 fois par an**. Elle doit dès lors être, au minimum, de périodicité trimestrielle avec un seul intervalle de 4 mois entre 2 publications au cours d'une même année.

4°) Conditions de vente effective

La publication doit faire l'objet d'une **vente effective au public, au numéro ou par abonnement, à un prix marqué ayant un lien réel avec les coûts**. La Commission considère que cette condition est remplie lorsque la diffusion payée atteint au moins 50 % du tirage total. Sont déduits du tirage les invendus détruits si la preuve en est apportée par une attestation des messageries de presse assurant la vente au numéro du titre.

Ne sont pas considérés comme vendus : les **abonnements collectifs** (souscrits par une personne physique ou morale pour une distribution gratuite auprès d'une pluralité de destinataires), les exemplaires diffusés gratuitement ou vendus à un tarif inférieur à 50 % du tarif normal, stockés ou destinés à la prospection, ainsi que les invendus récupérés par l'éditeur. Les **abonnements collectés**, faisant l'objet d'une souscription individuelle via un organisme tiers, sont en revanche considérés comme vendus.

Pour les revues de moins d'un an d'existence, une **période de lancement** est admise durant laquelle la publication n'a pas à justifier d'un montant minimum de 50 % de vente effective.

5°) Critères de contenu éditorial

Sur **l'ensemble d'une publication, au moins 1/3 de la pagination** doit être composé d'articles ou rubriques, dits d'intérêt général, traitant d'informations en lien avec l'actualité, hors publicité et genre éditorial exclu.

Le taux de publicité: les publications ne doivent pas consacrer plus de 2/3 de leur pagination à de la publicité commerciale (espaces et encarts) ou rédactionnelle (promotion en faveur de produits ou services) ou à des annonces judiciaires et légales. Les annonces classées ne doivent pas excéder 50 % de la surface.

Les genres éditoriaux exclus: les publications ne doivent pas consacrer plus de la moitié de leur pagination à la reproduction d'horaires de programmes, de cotations, plans, dessins ou modèles (entendus comme des explications de réalisation telles des recettes de cuisine). Sont également exclues les publications comportant plus de 50 % de jeux avec solutions ou de contenu sans lien direct avec l'actualité ou non original (ex. : récits, témoignages, extraits d'oeuvres, panoramas de presse...). Est aussi exclue une publication se présentant principalement sous la forme d'un instrument de publicité ou de communication en faveur d'une marque ou d'une activité commerciale (ex. : accessoire d'un jeu ou d'une émission TV).

Cas des publications éditées par des organismes à but non lucratif

Les publications associatives ou éditées par un organisme à but non lucratif sont soumises au régime de droit commun pour bénéficier du régime économique de la presse. De plus, la place réservée aux informations relatives à la **vie interne** de l'organisme ne doit pas être supérieure à 50 % de la publication.

Pour répondre au critère de la vente effective, **les abonnements ne doivent pas être liés à cotisation**.

Le bulletin d'abonnement doit offrir 3 choix : l'abonnement seul, l'adhésion seule, l'abonnement à la revue avec l'adhésion.

Cas des publications relevant du régime dérogatoire

Les publications relevant de l'article D.19 du Code des Postes et Communications électroniques (anciens combattants, organisations syndicales de salariés, mutuelles, politiques et de grandes causes humanitaires) n'ont pas l'obligation de répondre au critère de vente effective mais sont tenues de veiller à ce que la publicité ne représente pas plus de 20 % de l'ensemble de la pagination.

Suppléments et hors-série

Les hors-séries, ainsi que les suppléments voyageant dans le réseau postal séparément, doivent satisfaire aux mêmes conditions de fond et de forme que la publication principale. Seul un hors-série par an pour les trimestriels, et 2 par an pour les autres périodicités, peuvent être consacrés à un thème unique. Le supplément doit comporter l'indication du titre ainsi que la date et le numéro de la publication à laquelle il se rattache.

Procédure dite du « ciblage » d'information politique et générale (IPG)

Les publications de périodicité au maximum hebdomadaire présentant un caractère d'information politique et générale au sens de l'article D. 19-2 du Code des postes et des communications électroniques, de même que leurs suppléments au sens de l'article D.27-2 du même code, peuvent solliciter le bénéfice du ciblage (abattement sur le tarif postal de presse). La qualification d'information politique et générale des titres de périodicité bimensuelle à trimestrielle peut également être sollicitée pour le bénéfice des aides au pluralisme.

Demande d'inscription auprès de la CPPAP et durée de validité du certificat

Le demandeur doit adresser le formulaire de demande, accompagné des pièces jointes exigées et en particulier des exemplaires de la publication, à la CPPAP (3 rue de Valois 75001 PARIS). Dès réception, une attestation de dépôt est adressée à l'éditeur, qui tient lieu de preuve auprès des services postaux et fiscaux.

L'instruction de la demande par le secrétariat de la CPPAP est d'une durée de 1 à 4 mois environ. Le secrétariat de la CPPAP se réserve la faculté de demander toute pièce justificative à l'appui de l'instruction. A l'issue du vote par la Commission, sa décision d'admission ou de refus est notifiée à l'éditeur par écrit. Après réception du certificat, il appartient à l'éditeur de prendre l'attache des services fiscaux et postaux pour le bénéfice du régime économique de la presse.

La CPPAP attribue un certificat pour une durée variable de 1 à 5 ans maximum.

Pour une première demande, le certificat sera généralement limité à une durée de 2 ans, en particulier en cas de prospection postale.

Pour les renouvellements d'agrément, le certificat sera en général délivré pour une période de 5 ans.

Pour les nouvelles demandes faisant suite à un premier refus, dits « nouveaux examens », le certificat est en principe réduit à une période de 2 ans.

Dans tous les cas : la CPPAP peut réduire la durée d'agrément afin d'observer des éléments de contenu et de vente des publications.

A échéance de son agrément (2 mois auparavant), il appartient à l'éditeur de déposer une demande de renouvellement de son certificat. La CPPAP ne procède à aucun rappel et, en l'absence de dossier, prononce la radiation de la publication de ses registres pour non réponse à révision.

En cas de changement d'éditeur, un nouveau dossier de demande d'agrément doit être déposé.

Pour plus d'informations, veuillez consulter le site cppap.fr. Vous pouvez également formuler une question par mél à cppap@culture.gouv.fr ou appeler au 01 40 15 38 03 aux horaires de permanence.