



Face aux difficultés récurrentes de la vente au numéro, MLP propose, dans un livre blanc ouvert à la profession, que soit engagé dès 2011 un plan ambitieux de consolidation des diffuseurs spécialistes de la presse passant par le paiement au fil de l'eau et l'augmentation sensible de leur rémunération.

Depuis plusieurs années les chiffres de la vente au numéro de la presse écrite chutent (- 6 à - 7 % en 2010) ce qui met en danger l'ensemble des acteurs du secteur. Pour MLP, il y a aujourd'hui urgence absolue à agir pour sauvegarder et consolider le niveau trois, en particulier les diffuseurs spécialistes de la presse, qui détient la relation finale et essentielle avec le consommateur/lecteur. L'économie de la presse étant fondée sur la richesse de l'offre, MLP milite dans son livre blanc pour qu'un plan d'action immédiat soit mis en œuvre pour consolider les 12 000 diffuseurs qualifiés et spécialistes qui grâce à l'importance du linéaire consacré aux publications, représentent près de 80 % des ventes aux numéros. Pour MLP, il ne s'agit nullement d'abandonner le réseau de vente complémentaire (48 % des diffuseurs représentant 10 % des ventes) mais, dans une situation de crise structurelle, de prioriser l'allocation des moyens et des charges auxquels le secteur se trouve confronté. Le livre blanc formalise un support de réflexion et d'actions à construire en s'appuyant sur des propositions concrètes inscrites dans un calendrier cadencé.

### **Livre Blanc MLP : quatre axes stratégiques pour consolider le réseau de diffusion**

1. **Restructurer le réseau** des diffuseurs de presse :
  - en focalisant les actions sur les diffuseurs spécialistes de presse dans une logique de confiance (renforcement de leur rémunération, compléments de rémunération versés au fil de l'eau, attribution « a priori » des statuts, homogénéité des profils de diffuseurs via une formation obligatoire) ;
  - en encourageant le développement d'enseignes nationales pour les points de vente Qualifiés Spécialistes de la presse (affiliations, franchises, concepts..) ;
  - en préservant la capillarité du réseau (mise en place de points de vente complémentaires dans une stricte logique de maillage, tout en préservant le noyau vital des diffuseurs spécialistes de presse) ;
  - en développant les points de vente thématiques (conquérir et fidéliser les lecteurs occasionnels).
2. **Revoir tous les contrats et principes d'agrément** des diffuseurs :
  - en établissant un cahier des charges et de bénéfices pour différents types de mandat de diffuseurs ;
  - en associant à chaque type de mandat un modèle de rémunération spécifique dont l'un permettant de pouvoir accéder jusqu'à 28% de rémunération nette sur le prix de vente TTC pour les diffuseurs spécialistes ;
  - en adaptant les droits et devoirs du métier à la nature du mandat (livraisons, assortiment de l'offre, contrôle des quantités livrées, services...) ;
  - en modifiant les conditions de tarification des frais de livraison dans le but de préserver les diffuseurs spécialistes et qualifiés tout en faisant payer un juste prix de revient aux autres.

3. **Offrir aux diffuseurs de presse de nouveaux moyens** de financement et d'implantation :
  - en demandant aux collectivités de garantir la préemption et la mise à disposition de locaux commerciaux à des conditions de loyers modérés, pour les commerçants spécialistes de la presse ;
  - en créant un fonds de financement et de garantie de financement destiné à la création ou à la modernisation de points de vente de presse (à destination des commerçants indépendants, enseignes spécialisées, dépositaires, éditeurs, coopératives ou messageries) ;
  - en maintenant durablement des aides et subventions publiques destinées et concentrées sur les diffuseurs spécialistes de la presse.
4. **Renforcer le rôle et les obligations du dépositaire** vis-à-vis de son réseau de diffuseurs :
  - en donnant au dépositaire la pleine responsabilité de la gestion de son réseau de diffuseurs (création, qualification, contractualisation...) ;
  - en s'assurant que le système de rémunération du dépositaire est clairement incitatif quant à la préservation du réseau de spécialistes ;
  - en permettant et en incitant les dépositaires à entrer au capital, voire être propriétaire, de points de vente ou d'enseignes de points de vente spécialistes de la presse.

**Avec ce plan reposant sur une logique de confiance et d'engagements des acteurs, MLP propose que soit améliorée significativement la rémunération des diffuseurs spécialistes qui constituent le noyau du réseau de distribution de la presse : + 26% d'augmentation moyenne d'ici 36 mois avec un effort progressif sur 3 ans.**

L'ensemble des mesures économiques permettrait d'envisager une dotation de :

- 25 millions d'euros en 2011
- 51 millions en 2012
- 77 millions en 2013

Soit un complément de rémunération moyen de 4,5 points accessibles à 6.000 diffuseurs spécialistes réalisant 60% du CA de la presse. Les diffuseurs spécialistes atteindrait ainsi une rémunération récurrente moyenne de l'ordre de 21% net de frais de livraison et une partie d'entre eux un maximum fixé à 28%.

### **Un plan d'actions s'appuyant sur des solutions de financement identifiées**

Première source de financement prévue dans le Livre Blanc, la répartition des gains d'efficacité obtenus par les plans d'actions au profit des diffuseurs qualifiés ou spécialistes.

Autre poste identifié, l'affectation des économies réalisables sur le niveau 1 et le niveau 2 au profit de la rémunération des diffuseurs qualifiés ou spécialistes.

Enfin, l'instauration d'un paiement de frais de livraison plancher (forfait journalier ou hebdomadaire) pour les points de vente dits « complémentaires » avec minimum de facturation équivalent à 2% du CA prix fort.

### **Commentant le Livre Blanc de MLP, Patrick André, son Directeur Délégué, a déclaré :**

*« Les objectifs des réformes imaginées à l'occasion des Etats Généraux de la Presse Ecrite en 2008 ne peuvent plus attendre. Il est de notre responsabilité en tant qu'acteur central du secteur d'entendre le cri de détresse des diffuseurs spécialistes de la presse qui sont nos partenaires naturels et incontournables. Nous avons l'obligation de nous mettre tous autour d'une table, maintenant, pour engager un plan d'actions afin que ces diffuseurs puissent en bénéficier dès 2011. On peut et on doit leur faire confiance. Il y va de notre avenir commun. »*

Messagerie nationale avec 611 éditeurs clients, MLP distribue 2300 publications de presse régulières (hors multimédia et hors-séries) et travaille 1,3 millions d'exemplaires par jour. La messagerie livre quotidiennement 151 grossistes et sert directement 1 720 points de vente, dont un millier de diffuseurs à Paris. MLP a réalisé un résultat net de 1 million en 2009, pour un chiffre d'affaires net de 48 millions, dans un marché en baisse de 6,5 %.

[www.mlp.fr](http://www.mlp.fr)

Contact presse : Michel Salion  
01 55 34 99 80 / 06 22 96 53 41  
[michel.salion@manifeste.fr](mailto:michel.salion@manifeste.fr)