



Communiqué de presse

Les nouveaux barèmes de MLP sont conformes à sa position de leader sur le marché.

Saint-Quentin-Fallavier, le 22 décembre 2020

Tirant les conclusions de la modification de la loi Bichet, de l'avis de l'Arcep du 6 février 2020 et, enfin de la récente modification de sa part de marché, MLP a présenté des nouveaux barèmes selon le calendrier déterminé par la régulation conformément à l'article 18 de la loi qui impose un délai de deux mois avant leur mise en application. Les nouvelles conditions tarifaires sont donc applicables **depuis le 18 novembre 2020, elles suppriment les remises groupe et les remises de fidélité qui y étaient liées.**

Notre Groupe coopératif déplore que, quelle que soit sa part de marché, il reste le bouc émissaire de son concurrent. Après avoir été accusée de contribuer à la chute de Presstalis, MLP est désormais soupçonnée d'empêcher son ayant-droit de réaliser ses objectifs. En effet, celui-ci demande à l'Arcep de remettre en cause, pour la période d'avril 2017 à novembre 2020, l'application des anciens barèmes homologués par l'ARDP.

Cette attitude récurrente a fait l'objet, par le passé, de tentatives visant à interdire MLP d'appliquer ses barèmes dont le dernier épisode s'est soldé par un cuisant échec devant la Cour d'Appel de Paris qui a annulé le droit d'opposition du CSMP sur l'application des remises groupe et le traitement des hebdomadaires.

MLP souhaite saisir cette occasion pour rappeler, une nouvelle fois, les grands principes qui ont toujours guidé sa vision de la distribution de la presse.

Ni monopole ni cartel : un marché d'offre

MLP est opposée au principe de monopole et à toute idée de cartellisation de notre filière. L'actualité récente a montré que c'est parce qu'il existait une seconde messagerie, plus petite, mais avec des méthodes de fonctionnement différentes que le marché de la distribution de la presse ne s'est pas effondré cet été, comme le prédisaient les Cassandre.

Cette diversité est un atout qu'il faut préserver. MLP a facilité la création de France Messagerie en lui concédant la sous-traitance d'une partie de ses flux de la ville de Paris. Ses éditeurs ont par ailleurs soutenu la création de coopératives ouvrières à Lyon et Marseille afin de permettre la continuité de la distribution de la presse aussi bien pour ses titres que pour ceux de France Messagerie.

La concurrence n'exclut pas la coopération. C'est une tradition vertueuse de notre filière.

Créer de la valeur par la libre concurrence

Les éditeurs doivent avoir la liberté de choix de leur Messagerie. MLP a toujours condamné toutes les pratiques et autres réglementations limitant la possibilité pour chaque éditeur de choisir pour chacun de ses titres la Messagerie la plus efficace. Néanmoins sur un marché décroissant, l'acquisition irréaliste de chiffre d'affaires est une utopie que nous avons toujours dénoncée. L'avenir passe par une résilience qui repose sur une réflexion permanente sur la qualité de nos services afin de créer un maximum de valeur pour tous les acteurs de la filière : éditeurs, dépôts, marchands.

Fluidité d'accès au marché et libre choix d'une Messagerie

Dans le cadre de la crise historique que nous venons de traverser, un certain nombre d'éditeurs ont rejoint MLP. Notre objectif est de les fidéliser par notre qualité de service à un coût compétitif.

Recréer la confiance pour tous les acteurs de la filière

Si la concurrence est indispensable, elle ne doit pas exclure la nécessaire confiance entre tous les acteurs de la filière. Comme nous le faisons avec France Messagerie, nous proposons très rapidement d'ouvrir des négociations interprofessionnelles sur les sujets de commercialité et de fluidité des relations avec l'ensemble des acteurs.

La Présidence de MLP