



## Communiqué de presse

### MLP publie ses barèmes applicables au 1<sup>er</sup> janvier 2022

Saint-Quentin-Fallavier, le 5 novembre 2021

Comme nous nous y étions engagés le 31 mai 2021, nos barèmes 2022 sont désormais à disposition des éditeurs pour qu'ils puissent établir leurs prévisions budgétaires en toute sécurité.

Afin de tenir compte des délais d'instruction (deux mois) ils ont été transmis à l'Arcep le 20 juillet 2021 et ont donné lieu à l'avis n°2021-1990 du 23 septembre 2021 qui émettait des réserves marginales sur trois points. Le conseil d'administration a répondu favorablement à toutes ces demandes et les a transmises au régulateur en date du 29 octobre 2021 soit deux mois avant leur entrée en vigueur.

**Ces nouvelles conditions tarifaires sont donc applicables au 1er janvier 2022.**

Ces nouveaux barèmes prennent acte des gains de productivité observés en 2021 et permettent **une baisse générale de 1,4 millions d'euros au bénéfice des éditeurs tout en sécurisant la trajectoire à trois ans de la messagerie.**

Par ailleurs, **MLP saisit officiellement ce jour l'ARCEP** afin que la concurrence sur les coûts, entre les SADP, soit transparente et que leur couverture ne soit pas tronquée par la prise en compte de recettes exogènes (notamment les subventions versées par l'État). **Cette vigilance s'impose à la régulation en vertu des dispositions de l'article 18-2° de la loi du 2 avril 1947.**

**Nous rappelons que les subventions ne doivent pas être détournées de leur objectif et qu'elles ne peuvent pas servir à créer une concurrence délétaire.**

Dans l'hypothèse où des subventions seraient octroyées à MLP, **le conseil d'administration s'engage à en faire un usage dans le strict respect de l'intérêt général de notre filière :**

- Développement des outils informatiques filière nécessaires à la mise en place de l'assortiment et du plafonnement
- Aides à la distribution de la presse d'Information Politique et Générale et rayonnement de la presse française à l'étranger
- Soutien au réseau existant et création de nouveaux points de vente afin d'obtenir une large couverture territoriale permettant d'assurer à tous les citoyens l'accès à la presse
- Aides au transport en allégeant le coût de la livraison, actuellement supportée par les éditeurs, des points de vente situés dans des zones difficiles d'accès
- Prise en compte des surcoûts de transport à venir pour satisfaire à l'objectif de protection de l'environnement prévu par la loi

**Le conseil d'administration, représentant l'ensemble des familles de presse magazine, veillera à ce que les aides de l'État ne deviennent pas un outil de distorsion de concurrence au détriment de l'intérêt général de notre filière.**

Le Président du conseil d'administration