

LETTRE OUVERTE À EMMANUEL MACRON POUR «Au lieu de subventionner et aidons les march

Nicolas Sarkozy a essayé de le faire. Sauver la presse : l'intention était louable, mais dans l'application le contresens a été total, faute sans doute d'avoir eu les bons interlocuteurs. Monsieur le Président, ne tombez pas dans le panneau : celui des représentants des grands groupes de presse qui n'ont qu'une idée en tête : toucher plus de subventions au détriment de la qualité du réseau de distribution et de la diversité des titres. Cette position n'est pas tenable et puisque vous faites à juste titre de la francophonie l'un de vos chevaux de bataille, le développement et la prospérité des titres de presse, qu'ils soient magazines ou quotidiens sont à cet égard des leviers indispensables. Vous avez aujourd'hui une opportunité unique d'y parvenir... Et sans que l'État mette la main au porte monnaie. Ce n'est pas si compliqué. Encore faut-il faire le bon diagnostic. J'essaie de vous aider à

avoir clair... Car la plupart du temps dans ce type d'analyse, chacun défend d'abord son intérêt propre. S'il reste 23 450 points de vente presse (kiosques ou

« Au lieu de subventionner le Figaro, Lagardère, ou Closer, les pouvoirs publics devraient supprimer les aides à la presse et les rebasculer vers les kiosquiers ».

marchands de journaux) dans notre pays, près de 800 ferment chaque année... une véritable hécatombe, car à chaque fois, c'est un peu de diversité, de convivialité et de culture qui disparaissent en même

temps. Un quartier sans point de vente presse est un quartier sans vie. C'est à prendre en compte aussi dans notre équilibre social. Combien restera-t-il de ces points de ventes presse, et de ces valeureux marchands dans un an ou 5 ans ? J'ai eu l'occasion de le dire chez Jean-Marc Morandini sur *CNews* « *Au lieu de subventionner le Figaro, Lagardère, ou Closer, les pouvoirs publics devraient supprimer les aides à la presse (200 M€ au bas mot ?) et les rebasculer vers les kiosquiers pour les aider à se maintenir et à se moderniser* ». Eux seuls assurent le pluralisme et la diversité de la presse... Encadré par la *Loi Bichet* qui garantit l'intégralité de la distribution entre les titres encore faut-il que celle-ci soit respectée. Le moins que l'on puisse dire est que le pluralisme ne semble plus être la priorité des principeaux dirigeants de *Presstalis* en particulier, ou de *Relay*, qui s'est taillé un véritable monopole dans les gares et aéroports... Certains parlent même sous le manteau, de vider cette loi de son contenu, de grands groupes ne s'en cachent même pas. Pour eux, la disparition des petits titres leur permettra d'accroître la vente des gros titres installés... Malheureusement, c'est l'inverse qui se produira. C'est l'offre qui fait la demande et la diversité qui fait l'attractivité (voir le succès des hypermarchés). Pourtant, on s'évertue à ratiociner le formidable foisonnement de l'offre éditoriale française. Comment ? En permettant le développement de points de vente complémentaires (PCV) avec une offre limitée à 150 ou 400 titres et je ne parle pas des règles de l'assortiment (mises en place par la profession elle-même qui se tire une balle dans le pied), ou du diktat de la grande distribution, que l'on laisse

Riffi dans la distribution de presse : MLP ne veut pas payer pour les erreurs de son concurrent

Le sauvetage de *Presstalis* passe donc par un soutien financier de l'État accompagné d'un effort de l'ensemble des éditeurs à hauteur de 2,25 % de leur chiffre d'affaires sur une période de 4 années et demi. Le Conseil d'Administration de MLP, comme il l'a déjà déclaré, considère que ce sauvetage ne devrait concerner que les organes de gestion de *Presstalis*, ses coopératives, ses éditeurs et les pouvoirs publics. Il constate que les mêmes recettes ayant conduit à la sortie de crise de 2011 sont retenues aujourd'hui. Sauver *Presstalis* au risque de détruire la filière L'imposition de ces mesures aux éditeurs des MLP nous apparaît en revanche totalement inappropriée et injuste. En effet, les situations financières de la coopérative MLP et de la messagerie MLP sont sans commune mesure avec celle de sa consœur. Les fonds propres de ces deux entités sont positifs, respectivement de 37 555 233 € et de 39 843 310 €. MLP a ainsi su s'adapter à l'attrition du marché, sans jamais percevoir d'aides de l'État, contrairement à *Presstalis*. L'application des mesures soumises à consultation publique

par le CSMP n'a donc qu'un objectif : affaiblir les éditeurs des MLP en les privant de leur marge et de leur trésorerie sous prétexte de solidarité. Mettre en difficulté les éditeurs coopérateurs, et donc la filière, au profit des messageries est une mesure contre-productive, inique et disproportionnée. Sauver *Presstalis* ou sauver la filière ? Le Conseil d'Administration de MLP tient à informer qu'il n'a pas été consulté sur ces mesures qui impactent ses éditeurs. Nous maintenons ferme notre détermination de peser sur le sauvetage de la filière qui ne saurait être réduit au seul sauvetage de *Presstalis*. C'est donc le modèle de distribution futur et la prise en compte des erreurs du passé qui devront être analysés afin de ne pas reproduire les mêmes effets qu'en 2011 et 2017. L'organisation de la filière ne doit pas se faire sans une remise en cause du rôle dominant de *Presstalis*, appuyé par les avantages que lui confèrent les dispositifs législatifs et réglementaires mis en oeuvre par le CSMP, bras armé d'une seule messagerie : *Presstalis*. Les autorités et les pouvoirs publics doivent

tirer les conséquences des échecs de la mutualisation, du système d'information commun, de la massification et la destruction de la commercialité du réseau de vente, menés par le couple *Presstalis*-CSMP. Pour ne plus permettre à ces acteurs de récidiver, MLP considère qu'une organisation du réseau, fidèle aux missions historiques des différents acteurs, est la seule solution permettant une trajectoire pérenne et résiliente pour l'ensemble de la filière dont nous rappelons que les éditeurs en sont les premiers acteurs. Il est possible de stopper le risque systémique. Pour éviter le risque systémique auquel conduisent de mauvaises décisions de restructuration, il est désormais incontournable de supprimer la main-mise des messageries sur les recettes des éditeurs provenant des dépositaires en ne leur permettant plus d'exercer ces mandats au-delà d'un seuil raisonnable.

La Présidence de MLP
MLP représente 30 % du chiffre d'affaires de la presse magazine, 50 % des titres distribués en France dont 30 % d'information politique et générale, 50 % des flux transportés vers les dépositaires régionaux.

SAUVER LA PRESSE FRANÇAISE

les éditeurs, finançons ands de journaux»

parfois imposer ses règles alors que c'est contraire à l'esprit et aux textes... Et aux intérêts de l'ensemble de la filière.

Dernier point, et ce n'est pas le moindre, les aides à la presse financent le développement du numérique. Ce n'est pas une blague. Un contre-sens total. Personne ne s'en cache... Là aussi, au grand profit des grands groupes car ils sont les seuls à pouvoir se payer des stratégies numériques ambitieuses.

Même *Le Figaro*, sans vouloir le citer, justifie ouvertement sa dernière augmentation de prix de vente pour développer son site. Les lecteurs qui aiment le papier sont contents de l'apprendre. Alors étonnez-vous, après cela, que *Presstalis* (ex NMPP), dans ce contexte, connaisse des problèmes.

Ayant, et contrairement aux MLP, soustraité l'ensemble de sa distribution à *Geodis*, tout en conservant plus de 1000 salariés. Les MLP (qui ont conservé la gestion du niveau 2) le font avec beaucoup moins de personnel. Avec plusieurs centaines de M€ de dettes et aucun résultat d'exploitation, *Presstalis* n'a rien trouvé de mieux que de ponctionner de 25% les éditeurs sur 2 mois... Et ce n'est pas fini, on apprend que tous les éditeurs, même ceux des MLP, seront également prélevés de 2,25% supplémentaires jusqu'en 2022. Et de nombreuses petites maisons songent à fermer... Cela s'appelle du perdant-perdant...

Il y a pourtant une solution de bons sens. Financer et aider les points de vente et marchands de journaux à se moderniser, et laisser les éditeurs se débrouiller...

Après tout, l'exemple d'*Amazon* qui arrive à livrer en 24h dans toute la France pourrait donner des idées (je ne parle ici que de la presse magazine, étant entendu,

que le coût de la distribution des quotidiens est un autre sujet).

Monsieur le Président, vous l'avez compris, il y a bien mieux à faire pour la presse française. Et ce n'est pas une question d'argent... Cela rejoint, en plus, parfaitement votre préoccupation de défendre la langue française, et accessoirement de mettre à bas des «fausses nouvelles» amplifiées par internet. Je reste, bien entendu, à votre entière disposition.

Robert Lafont
Président-fondateur d'*Entreprendre*
Administrateur des MLP



**Lafont
presse**



Robert Lafont, président fondateur d'*Entreprendre Lafont presse*, éditeur indépendant qui fait 90% de son CA sans aides, dans le réseau presse.