



Deuxième Contribution: proposition de MLP

à la consultation publique sur l'avant-projet de loi de M. Marc Schwartz

Légitimité à contribuer pour les Messageries Lyonnaises de la Presse

Les Messageries Lyonnaises de la Presse ont été créées en 1945. Un esprit de *Liberté* a rassemblé les premiers adhérents : liberté d'entreprendre, liberté de la presse, libre accès au réseau...

Le Groupe MLP fonctionne sur un modèle coopératif, égalitaire et démocratique. Dans le cadre de la loi Bichet, il rassemble aujourd'hui plus de 600 éditeurs coopérateurs (soit 60 % des éditeurs). Chaque membre dispose d'une voix pour élire le conseil d'administration de notre coopérative.

En 73 ans, les MLP ont contribué à l'essor de la presse magazine en France et représentent aujourd'hui :

- 29 % du CA de la distribution de la presse magazine
- 50 % des titres de presse magazine, distribués dans le réseau
- 25 % des titres IPG
- 33 % des éditeurs réalisant plus de 50 millions d'euros de C.A. (vente au numéro)
- 33 % des éditeurs réalisant entre 10 et 50 millions d'euros de C.A. (vente au numéro)
- 46 % des 1.000 premiers titres magazines (toutes messageries confondues)¹
- 52 % des 2.000 premiers titres magazines (toutes messageries confondues)²

MLP présente une situation financière équilibrée. Pour faire face à l'attrition du marché de la presse, MLP a déjà engagé, sans aucune subvention de l'Etat, une politique de résilience de son modèle industriel.

Dans ces conditions, nous sommes fondés à contribuer au débat public sur la réforme de la loi organisant la distribution de la presse.

Considérations d'ordre général sur l'analyse de l'état de la filière

Dès le 7 août 2018, MLP a adressé une première contribution que nous souhaitons compléter par les deux remarques suivantes :

1^{ère} contribution :

https://www.mlp.fr/fileadmin/user_upload/Communiqués_de_presse/contributions/2018_08_07_-_Contribution_MLP_Avant_Projet_loi_Schwartz.pdf

L'absence d'étude d'impacts dans le rapport Schwartz

M. Gérard Rameix avait réalisé une étude méthodique allant jusqu'à constater de visu, dans des dépôts de province, le fonctionnement quotidien du traitement de la distribution de la presse. La non-publication du rapport Rameix est extrêmement regrettable. Comment envisager de réformer une filière en faisant l'impasse sur l'étude de l'organisation industrielle et des nombreuses problématiques de terrain ? Proposer, sans la moindre étude d'impacts, une transformation aussi radicale de notre filière, c'est prendre le risque d'une déstabilisation industrielle, sociale, économique et culturelle.

De l'inversion des causes et des conséquences

Le rapport Schwartz considère l'augmentation du nombre de titres de presse comme l'un des symptômes des dysfonctionnements de notre filière. Cette affirmation structurante ne fait malheureusement pas l'objet d'une analyse approfondie. En effet, depuis l'apparition d'une offre d'informations numérique, les attentes du lectorat de

¹ Source CSMP 2018

² Source CSMP 2018



la presse magazine ont considérablement évolué. Au cours des vingt dernières années, le marché s'est naturellement segmenté pour répondre le plus efficacement possible aux nouvelles exigences du lectorat qui souhaite acheter des magazines toujours plus affinitaires pour y trouver des informations techniques et pratiques qui n'existent pas sur les supports digitaux. Les éditeurs ont donc adapté leur offre par une segmentation éditoriale toujours plus fine. Cette dynamique a eu pour conséquence une augmentation du nombre de titres proposés.

L'évolution de notre société et la concurrence redoutable du digital (dont l'accès est gratuit) a logiquement stimulé le développement des magazines à centres d'intérêts. Si la loi Bichet a permis à ces nouveaux titres de presse « affinitaire » d'accéder au réseau, elle n'en est pas à l'origine. Il est donc faux de nommer « prolifération », la simple adaptation de l'offre à une évolution des attentes des lecteurs. **Aucun éditeur, quelle que soit sa taille, n'échappe à cette évolution incontournable du marché. Ainsi, l'un des grands groupes de la presse quotidienne nationale a vu son portefeuille passer de 4 titres à 36 codifications actives en quinze ans. Un autre éditeur, l'un des leaders de la presse magazine exploitait 12 titres, il y a 15 ans, il compte aujourd'hui 66 codifications actives.**

En garantissant la neutralité de l'accès au réseau, la loi Bichet a simplement permis à la presse française de rester innovante et de maintenir l'attractivité des kiosques.

Principe général de notre proposition

Comme nous l'avons indiqué dans notre première contribution, après une large consultation de nos partenaires : dépositaires et diffuseurs... notre conseil d'administration s'est réuni le 7 septembre 2018 afin de proposer une série de réformes simples, concrètes et équilibrées.

L'avant-projet de loi proposé suite au rapport de M. Marc Schwartz prévoit l'abrogation de la loi Bichet. **Nous estimons à l'inverse, compte tenu des incertitudes et des conséquences de cette abrogation, qu'il faut maintenir la loi Bichet, tout en la réformant**

Voici les points essentiels à préserver sur lesquels est bâtie notre proposition :

- Libre accès des lecteurs-citoyens à l'ensemble de la presse
- Couverture territoriale respectant l'égalité des territoires
- Pluralisme et liberté de diffusion
- Libre accès des titres au réseau de distribution
- Homogénéité de la distribution de la presse.
- Homogénéité des rémunérations des agents de la vente
- Maintien de l'obligation de groupage au travers des messageries et des dépositaires régionaux

Maintenir la loi Bichet ne doit pas signifier l'immobilisme, il est nécessaire d'y apporter des réformes profondes. En effet, il ne faut pas confondre les grands principes contenus dans la loi et l'organisation structurelle de la filière. **Si les grands principes sont toujours d'actualité, l'organisation structurelle peut évoluer car elle ne répond plus nécessairement aux exigences d'un marché en profonde mutation.**

Concrètement, nos propositions s'articulent comme suit :

1- Messageries

Maintien du **système coopératif** et réaffirmation d'une **obligation du groupage** à travers des messageries coopératives qui sont la garantie essentielle de la liberté de distribution. Ce maintien évite la mise en place d'un « droit à contrat », solution trop complexe et inadaptée aux exigences du modèle économique de la presse.

Maintenir et réaffirmer le contrôle des messageries par les coopératives d'éditeurs.

L'une des préoccupations de la mission a été de permettre à des opérateurs « extérieurs » d'intervenir. Cette possibilité existe déjà dans la loi actuelle **à condition de rester minoritaire**. Néanmoins, l'article 4 de la loi Bichet



pourrait évoluer en décorrélant le niveau de participation au capital du contrôle effectif par l'assemblée générale. Pour donner à l'opérateur une visibilité sur sa rémunération, le principe et le montant d'une redevance pourrait être fixée par l'assemblée générale.

2- Régulation

Le constat du dysfonctionnement de la régulation bicéphale est quasiment unanime. **Le maintien de la loi Bichet et la désignation d'une régulation existante (ARCEP) ne sont pas incompatibles**. Nonobstant la multiplicité des niveaux de régulation qu'implique la distribution de la presse peut être un handicap pour son bon exercice.

Le parti pris d'ignorer les dépositaires régionaux ne nous paraît pas opportun. Au contraire, nous estimons que l'étendue des missions et l'organisation territoriale de ces acteurs de la distribution sont capitales. **Nous préconisons que la mission de l'ARCEP soit étendue à l'ensemble des acteurs du groupe : les messageries et les dépositaires régionaux**.

Par ailleurs, il nous apparaît important que **l'ARCEP normalise juridiquement l'ensemble des contrats de l'économie sous mandat**.

Les missions **du comité consultatif**, préconisé par la mission Marc Schwartz, pourraient être **précisées par la loi**, et reprendre un certain nombre de missions actuellement dévolues au CSMP concernant l'organisation du réseau des marchands. **Ce comité consultatif pourrait être renommé Conseil Interprofessionnel de la Distribution de la Presse (CIDP) et reprendre de façon allégée les moyens actuels du CSMP**. Sa représentativité devra être également définie par la loi, une composition paritaire (coopératives, messageries, dépositaires, marchands) est clairement indispensable au bon fonctionnement de ce conseil ou comité.

Ce conseil pourrait avoir un double rôle ; consultatif auprès de l'ARCEP pour toutes les questions structurantes du système de distribution dont il est indispensable de maintenir la cohérence globale, autonome en ce qui concerne les organisations économique et opérationnelle du niveau 3 (marchands). **Ses décisions prendront la forme d'accords interprofessionnels**. La définition du produit presse sera naturellement confiée à la CIDP.

Cette organisation éviterait l'intervention du médiateur du livre, supprimerait le droit à contrat et **confierait la définition du produit presse sur le conseil interprofessionnel**.

3- Composition du CIDP – Conseil Interprofessionnel de la Distribution de la Presse

Cette composition doit être inscrite dans la loi. Pour être efficace, le Conseil Interprofessionnel de la Distribution de la Presse doit **réunir l'ensemble des acteurs de manière paritaire**.

Afin de clarifier la représentativité et ne pas renouveler les erreurs du passé, les éditeurs ne seraient représentés qu'à travers les coopératives qui sont les organes les plus représentatifs.

- Six représentants des coopératives
- Trois représentants des dépositaires choisis parmi les organisations les plus représentatives désignées par la DGMIC
- Trois représentants des marchands choisis parmi les organisations les plus représentatives désignées par la DGMIC

Le CIDP devra consulter les syndicats professionnels d'éditeurs, de dépositaires et de marchands non représentés en son sein. A l'inverse, lesdits syndicats pourront saisir le CIDP pour toute question relative à ses compétences.

4- Missions de l'ARCEP

Les missions de l'ARCEP seraient précisées par la loi et son périmètre d'intervention strictement délimité.



4-1 Messageries

- **Le contrôle de la comptabilité des messageries** prévu par les actuels articles 14, 15 et 16 de la loi Bichet, serait désormais dévolu à l'ARCEP en lieu et place du CSMP.
- **L'examen des barèmes** votés par les coopératives, la réalité de la couverture des coûts par les messageries et leur caractère non discriminatoire feraient également partie des missions de l'ARCEP.
- Pour le bon fonctionnement de ce contrôle, il est nécessaire que le régulateur ait les moyens de **vérifier la bonne application des barèmes**.
- Le régulateur aurait pour mission de **délivrer l'agrément d'exercer des messageries** selon des critères qu'il est indispensable de prévoir dans la loi. Les messageries existantes seraient, de facto, agréées mais devraient se conformer au cahier des charges. **La couverture nationale et le respect d'une qualité de service aux déposataires seraient des conditions irréfragables à l'obtention et au maintien de cet agrément.**

4-2 Dépositaires

La mission de **couverture territoriale** ne peut être envisagée sans **exclusivité**, au risque de déséquilibrer l'économie globale de la filière. Il est donc indispensable d'intégrer dans le **périmètre des missions de l'ARCEP le contrôle du niveau 2 (dépositaires)**. Comme pour les messageries, les dépositaires actuels seraient, de facto, agréés.

- Agrément des dépositaires et retrait éventuel de l'agrément
- Contrôle du respect des missions et du cahier des charges
- Fixation de la rémunération des dépositaires régionaux
- Organisation territoriale et définition des zones de couverture

4-3 Normalisation des relations contractuelles

L'ARCEP devra normaliser juridiquement l'ensemble des contrats de l'économie sous mandat : N1, N2, N3

4-4 Sécurisation des flux financiers,

La sécurisation des flux financiers implique **le maintien du ducroire** (bénéficiant aux éditeurs) par les dépositaires et les messageries. Afin d'éviter une utilisation abusive (et anormale) des recettes des éditeurs, il est indispensable de **créer un mécanisme de sécurisation des flux financiers** qui serait intégré dans les **cahiers des charges du N1** (messageries), N2 (dépositaires).

4-5 Médiation des conflits entre messageries ou messageries et dépositaires

La médiation instaurée par la loi de 2015 modifiant la loi Bichet a parfaitement fonctionné au sein du CSMP. Elle pourrait être reconduite au sein de l'ARCEP.

5- Missions du CIDP

5-1 Organisation de la capillarité du réseau des points de vente

C'est probablement le point le plus sensible.

MLP est opposée à une organisation verticale du réseau qui résulterait d'accords nationaux avec les centrales d'achat de la grande distribution.

L'organisation de la **capillarité du réseau doit conjuguer le principe constitutionnel de l'accès des lecteurs citoyens à l'ensemble de la presse et l'efficience économique.**



Toutefois, **la primauté, donnée de fait, aux commerces de centre ville** ne doit pas se faire au détriment de **l'efficacité commerciale** nécessaire à l'économie des éditeurs.

Le CIDP aurait pour mission de développer l'expertise-métier afin de faire cohabiter ces deux impératifs.

Le point central des décisions d'implantation doit rester la zone de chalandise.

L'avant-projet de loi propose une liberté quasi-totale d'ouverture de points de vente qui risque de fragiliser les marchands spécialisés traditionnels. Néanmoins, l'évolution du commerce de détail ne peut être ignorée, **l'approche doit être pragmatique et réaliste en fonction des problématiques de chaque territoire.**

Le CIDP aurait pour mission de mettre en place une base de données quantitatives des zones de chalandises couvertes par les diffuseurs afin de **déterminer l'efficacité du bon accès des lecteurs à la presse.** Les décisions d'ouverture des points de vente seraient ainsi objectivées et facilitées. Cette base de données fixerait des objectifs quantitatifs par zone de chalandise qui, s'ils n'étaient pas atteints, pourrait permettre **l'ouverture de nouveaux points de vente sans exclusion de typologie** (spécialisé, GMS, autres ...).

5-2 Régulations des quantités servies aux points de vente

Comme nous l'avons indiqué dans notre précédente contribution, MLP n'est pas favorable à une restriction de l'offre mais est **favorable à une régulation des quantités servies aux points de vente.** Les dispositifs faisant l'objet de décisions du CSMP rendues exécutoires par l'ARDP existent déjà. L'un concerne le plafonnement des quantités au niveau national et par point de vente. L'autre concerne les mises à zéro des titres non vendeurs. Ces deux dispositifs sont partiellement ou mal appliqués, la raison invoquée est technique et notamment informatique. La réalité est tout autre, les modalités d'application de **ces dispositifs sont trop rigides,** pas adaptés à certaines **catégories de presse** et donc contre-productives. Une réécriture et un redéploiement de ces dispositifs permettrait de juguler **les quantités excessives sans pour autant être un frein aux ventes.**

5-3 Adaptation de l'offre aux points de vente

L'adaptation de l'offre est une réalité compte tenu de la diversité de taille des points de vente ainsi que des tirages. Elle ne doit pas **être confondue avec la limitation ou l'exclusion de l'offre titres.**

Des critères qui pourraient paraître simples et évidents, tels que les taux de vente sont en fait à manipuler avec précaution.

Le CIDP aurait pour mission de piloter cette adaptation en fonction de critères objectifs qui seraient nécessairement **redéfinis de façon dynamique** afin d'intégrer les données quantitatives et analytiques de l'évolution du marché.

5-4 Fixation des rémunérations des marchands

La rémunération des marchands doit être homogène sur l'ensemble du territoire métropolitain et doit tenir compte de critères commerciaux objectifs selon les typologies des points de vente. La fixation de ces rémunérations faisait, auparavant, l'objet d'un décret, elle est actuellement confiée au CSMP. Afin d'en conserver l'homogénéité, le CIDP fixerait les rémunérations qui prendraient la forme d'un accord interprofessionnel.

Ces rémunérations, comme mentionné, fort justement, dans le rapport de M. Marc Schwartz, pourraient **prendre en considération la place consacrée à la presse par les points de vente.**

5-5 Définition du produit presse

La dernière définition du produit presse ou hors presse émanant du CSMP date de septembre 2006.

« Le produit de presse se caractérise par la régularité de sa périodicité, le rythme de parution n'étant pas inférieur à quatre fois par an. Principalement consacré à l'écrit, sous un titre défini permettant de



l'identifier, il est présenté sur support papier, et son contenu est tel qu'il appelle la succession des parutions dans le temps, numéros ordinaires et spéciaux, sans que s'afin soit envisagée.

Le produit de presse est vendu au public à un prix marqué. Il peut éventuellement être accompagné de suppléments, de produits complémentaires ayant un lien avec son objet, ou de produits échappant à la définition ci-dessus lorsque ceux-ci conservent, par rapport à la publication qu'ils accompagnent, un caractère manifestement accessoire.

Toutefois, l'éditeur peut adjoindre à sa publication le ou les produits qui contribuent avec le concours du réseau de vente, à la réussite d'une opération promotionnelle ».

Comme nous l'avons indiqué dans notre première contribution, nous considérons que la CPPAP ne peut pas être l'organe qui détermine l'identité d'un produit presse. **Choisir de ne soutenir que certains titres, c'est interdire aux autres, la possibilité technique de rencontrer *in fine* leur lectorat.**

Par ailleurs, la définition du produit presse ou hors presse est intimement liée à la fixation de la rémunération des marchands.

Cette définition technique du produit presse serait donc confiée au CIDP.

5-6 Missions consultatives auprès de l'ARCEP

Ces missions n'ont pas à être préalablement déterminées, elles concernent tous les aspects métier dont l'expertise est nécessaire aux prises de décisions par l'ARCEP.

Seules les conditions de saisine du CIDP par l'ARCEP seraient à préciser dans la loi.

5-7 Médiation des conflits entre les dépositaires et les marchands

La médiation instaurée par la loi de 2015 modifiant la loi Bichet a parfaitement fonctionné au sein du CSMP. Elle pourrait être reconduite au sein du CIDP prenant la forme d'un accord transactionnel entre les parties. En cas de désaccord, les juridictions compétentes classiques pourraient être saisies.

Fait à Paris, le 11 septembre 2018