



www.quechoisir.org

233, bd Voltaire
75011 PARIS

Tél. 01 43 48 55 48
Fax 01 43 48 44 35

Contribution de l'UFC-QUE CHOISIR relative aux mesures exceptionnelles pour le redressement du système collectif de distribution de la presse

L'UFC-QUE CHOISIR, association régie par la loi du 1^{er} juillet 1901, éditrice des revues QUE CHOISIR entend en cette qualité présenter les observations suivantes sur les propositions soumises à consultation en application de l'article 18-7 de la loi du 2 avril 1947.

Pour mémoire, l'association UFC-QUE CHOISIR, est éditeur de presse depuis 1961, assure au moyen du réseau de distribution kiosque, une diffusion moyenne mensuelle de son magazine Que Choisir de 55.000 exemplaires, et de 45.000 exemplaires par trimestre pour ces deux hors-séries Que Choisir Argent et Que Choisir Pratique.

I. Le constat

Depuis 2011 et la création d'un encadrement étroit du système de distribution de la presse, l'état du réseau n'a cessé de se dégrader tant en nombre de points de vente, qu'en termes de qualité de service.

Force est de constater que la filière et ses autorités de contrôle n'ont pas été en mesure de réduire la vitesse de destruction des points de vente (- 5000 entre 2011 et 2017 source CSMP), ni d'assurer le rétablissement de la coopérative dominante sur le marché, ni de garantir une qualité de service acceptable et en phase avec les besoins.

Ainsi les délais de mise en vente ne cessent de croître (à titre d'exemple pour nos titres, au mois de décembre 2017, à J+1 seuls 50 % des dépôts étaient livrés et selon les MLP seulement 80% des titres étaient en vente au jour). Les enquêtes de l'Observatoire de la qualité de la distribution de la presse montrent que la conformité des livraisons par rapport au bordereau de commande est seulement de 37,8% avec un net handicap pour les dépôts gérés par Presstalis (Source CSMP Etude Feed back novembre 2017). Le comptage physique des invendus n'est assuré que par les dépositaires indépendants, ce qui explique peut-être pour partie des décalages importants constatés entre les sondages aux points de vente et les chiffres des relèves figurant sur les CRD.

Pourtant le coût de la distribution n'a pas cessé de croître notamment en raison des charges contraintes.

Ainsi la péréquation prévue par la décision 2012-05 du CSMP et le coût des autorités de régulation ont coûté à notre seule association, la somme totale de 294.369 € depuis 2012.

La participation à la recapitalisation de notre coopérative MLP nous a coûté 72.000 €, pour combler les pertes générées par la mise en place du schéma directeur du niveau 2 et la récupération de cette somme est parfaitement hypothétique.

Cet effort financier conséquent n'a apporté aucun résultat probant bien au contraire, la situation n'étant en rien différente pour la distribution des quotidiens (pas d'économie pas de réformes en dépit de l'identification des surcoûts et des moyens de les résorber), les économies annoncées lors du lancement du système d'information commun s'étant transformées en gouffre financier évalué par le PDG de Presstalis à 50 millions d'euros (Cf Correspondance de la Presse du 5 février 2018) la réorganisation du niveau 2 ayant coûté près de 70 millions d'euros toujours selon cette personne, sans amélioration de la qualité de service bien au contraire.

Ce constat, outre le fait qu'il révèle les graves carences de la gouvernance de Presstalis, ainsi que l'inefficacité patente des autorités de contrôle qui n'ont pas su mettre en place les garde-fous nécessaires, est peut être aussi le signe du besoin de remise à plat du système de distribution.

C'est pourquoi notre association accepterait de poursuivre ses efforts financiers et notamment la contribution supplémentaire, seulement si certain nombre de prérequis sont respectés.

II. **Pour un emploi conditionné et porteur d'avenir de la contribution exceptionnelle**

a) **Sur les questions prioritaires**

A titre liminaire, notre association s'estime concernée avant tout par l'avenir du réseau de distribution et non pas par celui de Presstalis en particulier. Ce qui nous importe c'est de préserver l'accès au client final à un coût raisonnable et non de maintenir artificiellement une structuration en trois niveaux, qui n'est plus pertinente.

Ainsi, l'intérêt de maintenir un monopole des messageries sur le groupage peut être questionné, alors que le nombre réduit de mandats de dépositaires (62) permettrait de trouver des solutions alternatives si besoin.

De même on pourrait revisiter la pertinence de la chaîne de mandat, alors que l'intérêt présenté par la clause Ducroire disparaît, une des messageries ayant largement utilisée pour sa trésorerie les flux qu'elle avait en dépôt.

L'intérêt d'un flux en dépôt-vente est largement discutable dans un système où seul le flux descendant est véritablement comptabilisé, tandis que le flux montant est fondé la plupart du temps sur du déclaratif non vérifié.

Enfin, le bénéfice de la régulation tarifaire des niveaux 2 et 3 doit être évalué, alors que le niveau 3 survit difficilement, que le niveau 2 a été déchargé d'un certain nombre de tâches comme le réglage, l'animation commerciale et ne réalise qu'un contrôle partiel des flux montants.

C'est pourquoi, nous ne pouvons accepter le principe de cette contribution imposée, manquant de base légale comme l'a soulevée la Coopérative MLP, que si ces questions sont rapidement posées et traitées.

b) Sur la contribution exceptionnelle de 2,25%

Le CSMP suggère : « d'imposer à tous les éditeurs actionnaires des sociétés coopératives de messageries de presse, de contribuer au financement du plan pluriannuel de redressement que chaque messagerie sera tenue d'adopter dans un délai de trois mois. Ce plan, qui aura vocation à s'appliquer de 2018 à mi-2022, devra comporter

- (i) des mesures d'économie et de restructuration permettant d'améliorer les conditions d'exploitation de la messagerie ;
- (ii) des mesures de reconstitution des capitaux propres ;
- (iii) des mesures de reconstitution des fonds détenus pour le compte des éditeurs (ducroire).

Le financement de ce plan pluriannuel serait assuré par une contribution exceptionnelle des éditeurs sous la forme d'un prélèvement mensuel de 2,25% sur les ventes en montant fort de leurs titres distribués dans le cadre coopératif, y compris les exportations et les ventes des titres importés. Ce prélèvement s'appliquerait pendant neuf semestres (du début de l'exercice 2018 jusqu'au 30 juin 2022) et s'ajouterait aux commissions dues en application des barèmes adoptés dans les conditions définies à l'article 12 de la loi du 2 avril 1947. »

Outre le fait que cette proposition semble avant tout destinée à assurer la reconstitution des capitaux propres d'une des messageries, ce qui est curieux alors que sa situation financière dégradée, est due pour l'essentiel à des choix stratégiques et de gestion parfaitement contestables, il ne s'agit pas selon nous d'une priorité garantissant un futur pérenne du système de distribution.

En revanche, il paraît plus judicieux de financer des mesures de restructuration permettant de générer des véritables économies ainsi qu'une amélioration de la qualité de service.

De ce fait, nous demandons impérativement un déblocage des sommes conditionné à l'atteinte d'objectifs quantifiables portant d'abord sur la qualité de service (délai de mise en vente, comptabilisation du retour des invendus) et ensuite sur le redressement du compte d'exploitation des messageries, avec une vérification annuelle avant engagement des sommes sur les années suivantes.

Dans le même registre nous sommes convaincus qu'il est essentiel que l'emploi des sommes soit centré sur le niveau 2 en recherchant la mise en place de dépositaires indépendants reprenant les fonctions de réglage et de comptabilisation des invendus.

De même et pour garantir un accès effectif au client final, une partie des montants collectés doit servir à assurer une augmentation de la rémunération du niveau 3.

Enfin, nous demandons, faute de résultats probants, la suppression de la péréquation prévue par la décision 2012-05 qui n'a pas vocation à être maintenue.

En effet, il n'est pas dans notre objet social ni dans notre mission de contribuer au financement de la distribution, dans des conditions déficitaires de publications, qui ont les moyens d'assurer elles-mêmes le coût d'accès à leurs lecteurs.

On ne voit pas en quoi par exemple, le soutien financier accordé à la distribution de titres consacrés aux courses hippiques ou aux actualités sportives relèverait de l'intérêt général.

c) **Sur l'allongement des préavis**

Afin d'éviter selon lui une déstabilisation du marché le CSMP propose également : « *allonger, à titre exceptionnel, d'une durée supplémentaire de six mois tous les délais de préavis définis aux articles 1^{er} et 2 de la décision exécutoire n° 2012-01 du CSMP. Cette prolongation exceptionnelle de la durée des préavis s'appliquerait à tous les préavis en cours d'exécution à la date d'adoption de la décision par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse. Elle s'appliquerait aussi à tous les préavis notifiés après l'adoption de la mesure par l'Assemblée et ce jusqu'au 1^{er} août 2018.* »

Cette mesure paraît disproportionnée dans ces effets, notamment pour les éditeurs de taille modeste qui ne seraient plus en mesure d'optimiser dans des délais raisonnables leur coût de distribution, le préavis atteignant un an au moins pour bon nombre de titres, et ce alors que leur rentabilité est déjà affectée par la hausse générale proposée.

On est même en droit de se demander si ce gel des parts de marchés des deux coopératives, ne serait pas contreproductif dans la mesure où elle interdit de fait la segmentation de la clientèle, vue par certains et notamment la FNPS, comme une solution d'avenir.

En effet ce syndicat, après avoir mené une étude de faisabilité promeut la séparation des flux et la spécialisation des messageries en fonction de la typologie des titres (froid ou chaud). Cette segmentation construite autour de l'idée de la différenciation des besoins, permettrait sûrement des gains d'efficacité et il serait dommage, en raison du gel des transferts, d'empêcher les messageries qui le souhaiteraient de mettre en place, des solutions logistiques répondant aux besoins des éditeurs de titre de flux froids.

Plus globalement si un tel mécanisme devait être reconduit dans le temps, on peut s'interroger sur la nécessité de conserver un mécanisme de concurrence dans un système où la régulation au moyen des barèmes a pris une place grandissante (sur le niveau 2 et 3) et où l'on interdirait au niveau 1 de faire valoir ses avantages concurrentiels (prix et services).

Telles sont les observations que nous tenions à présenter au Conseil Supérieur des Messageries de Presse.

Thierry DUQUEROY
Directeur de la Diffusion

Jérôme FRANCK
Directeur Général Délégué

UNION FÉDÉRALE DES CONSOMMATEURS-QUE CHOISIR

Association loi 1901 ♦ SIRET 784 672 495 00073 ♦ APE 9499 Z ♦ TVA INTRACOMMUNAUTAIRE FR 60 784 672 495
Membre de Consumers International (C.I) et du Bureau Européen des Unions de consommateurs (B.E.U.C)