

## Contribution de MLP – États Généraux de l'Information 2023

Ces informations complètent celles adressées à la mission en novembre 2023

**Précision : MLP a adressé, en novembre 2023, une contribution aux états généraux de l'information qui n'était pas spécifique à la distribution de la presse. Suite à l'audition des deux SADP, il est apparu que la distribution de la presse, qui n'était pas prévue dans le cadre des EGI, fait désormais partie des travaux en cours. La présente contribution vient donc compléter et préciser la précédente.**

### 1. La loi Bichet garante de la liberté de la presse

La distribution de la presse est soumise aux dispositions de la loi Bichet datant du 2 avril 1947. Cette loi, issue de la libération, tirait les conclusions de la collaboration du distributeur privé pendant la dernière guerre mondiale. Désormais, les éditeurs regroupés en **coopératives** assurent le contrôle du système collectif de distribution et veillent à la neutralité d'accès au réseau hors influence de l'État et du pouvoir financier.

**Son application a surpassé l'objectif initial, elle a permis, par son principe de neutralité, de consacrer les libertés d'entreprendre et de diffuser dont les éditeurs se sont saisis.**

**La presse magazine nationale** est ainsi devenue l'une des plus riches du monde avec 3.000 titres édités par 600 entreprises de toutes tailles.

Cette diversité contribue à la pluralité des opinions et des savoirs mais également à l'équilibre de l'écosystème **en mutualisant les coûts sur un nombre important de titres et d'acteurs.**

En 2018, l'acteur historique de la distribution de la presse connut de graves difficultés. En 2019, la loi Bichet est profondément modifiée en mettant en place un cadre plus souple permettant une nouvelle organisation industrielle. En juin 2020, l'acteur principal est placé en **liquidation judiciaire ouvrant la voie à une profonde restructuration financée par l'État.**

Cette restructuration a abouti à la création **d'une Messagerie spécialisée dans le traitement des quotidiens** contrôlée à 100% par la coopérative des éditeurs de quotidiens et au **transfert naturel des magazines vers MLP**, contrôlée à 100% par les éditeurs de magazines. Enfin, la distribution régionale auparavant dépendante à 35% de l'acteur principal est désormais confiée à des « dépositaires » indépendants **faisant ainsi disparaître le risque financier systémique.**

Factuellement, force est de constater que **le bilan de cette restructuration conjugué à la réforme de la loi Bichet est positif.** Les messageries devenues SADP constatent des résultats d'exploitation confortables<sup>1</sup> et supérieurs aux standards<sup>2</sup> du secteur de la logistique et leur avenir n'est pas compromis à moyen terme.

<sup>1</sup> En 2021, France Messagerie a réalisé un résultat de 6.392 K€ et MLP de 2.474 K€. En 2022, FM a réalisé un résultat de 6.514 K€ et MLP de 4.737 K€.

<sup>2</sup> Rapport Accuracy – marge du secteur de la logistique 3,1-3,3%, moyenne de France Messagerie sur 2021-2022 : 6,3%, MLP pour la même période: 4%

Pour les éditeurs, le taux d'intervention des messageries qui représentait 12% de leur chiffre d'affaires est passé en 2022 à 7%. **La restructuration industrielle a permis une baisse de 70 millions d'€ des coûts supportés par les éditeurs.**

**La reconfiguration de la distribution de la presse a déjà eu lieu.** Ses conséquences positives ne sont pas le fruit du hasard. D'abord, la liquidation de Presstalis et la reprise des activités de messagerie de presse quotidienne par France Messagerie ont permis de **solder les « coûts historiques » qui produisaient annuellement 50 millions de pertes.**

Ensuite, **les magazines ont bénéficié des capacités logistiques de MLP<sup>3</sup>** qui pendant trois décennies a construit et maintenu un schéma alternatif basé sur 3 plateformes décentralisées permettant une desserte optimisée de l'ensemble du territoire. **Cette organisation permet de réduire les coûts de transport et contribue à la réduction de l'empreinte carbone.**

En juillet 2020, MLP a intégré 240 millions d'exemplaires (+80%) tout en maîtrisant les coûts de transport (+16%). **MLP est en capacité de distribuer la totalité de la presse magazine sans modifications de l'organisation industrielle.**

La restructuration de la distribution de la presse opérée en 2020 prouve, par les faits et les chiffres, son efficacité. **MLP n'est pas favorable à une modification du schéma logistique de la distribution des magazines qui aurait pour conséquence sa perte d'indépendance, la suppression de la concurrence et l'abandon du contrôle des flux physiques.**

**MLP préconise que l'esprit de la loi Bichet, les règles de la concurrence, la diversité des éditeurs, des titres et du réseau des points de vente soient préservés.**

## **2. La réalité de la mutualisation entre quotidiens et magazines.**

La Presse quotidienne nationale ne représente plus que 20% des volumes distribués sur l'ensemble du réseau. Les livraisons vers le réseau s'effectuent au départ de 5 zones d'impression du lundi au dimanche, indépendamment des magazines, vers les 61 dépôts régionaux. **Le transport<sup>4</sup> des imprimeries vers les dépositaires n'est pas mutualisable (contraintes horaires).**

Le groupage avec la presse magazine n'intervient qu'au niveau des dépositaires qui ensuite livrent les 20.000 points de vente **en mutualisant l'ensemble des flux sauf pour les livraisons du soir et dimanches qui ne concernent que les quotidiens.** Ce segment du transport représente un coût mutualisé de 40 millions d'€ (48% d'un total de 84 millions d'€) et un coût spécifique aux quotidiens de 6 millions d'€ (livraisons du soir et dimanches).

L'organisation de la distribution de la presse a été construite pour la distribution des quotidiens et sur la nécessité d'une livraison quotidienne. **Cet état de fait, eu égard à la part de plus en plus réduite d'exemplaires de quotidiens distribués, transfère sur la presse magazine une contrainte économique exogène.**

<sup>3</sup> Voir annexe : organisation logistique de MLP

<sup>4</sup> Voir annexe sur les transports

Si par le passé il était courant de dire que la vente des magazines était liée à la vente de quotidiens, ce n'est plus le cas aujourd'hui. **Une étude réalisée par le CSA pour le compte de l'Arcep démontre que 73% des lecteurs venant sur les points de vente achètent des magazines et seulement 18% des quotidiens nationaux.**

**MLP soutient la nécessité de dé-corréler la contrainte de distribution des quotidiens de celle des magazines pour l'analyse, des coûts, du schéma de distribution et de l'empreinte carbone.**

### 3. La concurrence entre distributeurs

**L'histoire nous prouve que la concurrence entre distributeurs de presse a été vertueuse.**

La concurrence est, de fait, rendue impossible sur le segment de distribution des quotidiens qui est opérée par un seul acteur, détenu à 100% par la coopérative des quotidiens et soutenu financièrement par l'État sur la base d'une doctrine datant de 1984.

**Elle doit être rétablie pour le segment des magazines** et non pas dévoyée au nom d'une mutualisation visant à créer un monopole logistique contraire à l'esprit et à la lettre de la loi Bichet récemment modifiée.

MLP remet en annexe<sup>5</sup> une note résumant les conclusions d'un expert indépendant sur les aides aux quotidiens et à France messagerie. **Il en ressort que ces aides se superposent, pour tout ou partie, à la péréquation versée par les éditeurs de MLP ayant pour objet de couvrir les surcoûts de la distribution des quotidiens, calculés par l'Arcep.** Il est donc manifeste qu'une partie des aides destinées aux quotidiens sert à financer les tarifs des magazines distribués par France Messagerie<sup>6</sup> dont 80% sont détenus par les groupes éditant des quotidiens.

Ce sur-financement crée une distorsion sur le segment concurrentiel des magazines dont France Messagerie partage la distribution avec MLP.

**L'équilibre de l'écosystème ne peut être obtenu que dans le cadre d'une concurrence saine et transparente dont l'Arcep doit être garante.**

### 4. La distribution de la presse face au défi de l'éco-responsabilité

Le transport de la presse imprimée, vendue en magasin, représente 65 millions de kilomètres par an. La livraison des 61 dépositaires par les messageries représente 11 millions de kilomètres effectués par des gros porteurs (19 tonnes). La livraison des points de vente par les dépositaires représente 54 millions par des véhicules légers (3,5 tonnes).

**La presse magazine, sur la base de ses volumes actuels, pourrait être livrée uniquement sur 3 jours par semaine ce qui représenterait une économie en termes de coûts et d'empreinte carbone de près de 50%.**

L'ensemble de la presse quotidienne nationale, dans sa version imprimée, oblige une livraison 6 jours sur 7. Une partie seulement est livrée le dimanche et pour un seul quotidien, il est effectué une livraison particulière, le soir. Les ventes sont d'environ 160.000 exemplaires par jour ce qui

<sup>5</sup> Accuracy : Panorama économique et financier des aides à la presse quotidienne française vendue au numéro – mars 2024

<sup>6</sup> Répartition parts de marché entre MLP et FM

correspond environ à un tirage de 300.000 exemplaires. Par ailleurs, ces mêmes journaux distribuent 210.000 exemplaires par abonnement postés ou portés. Ce constat est factuel, la presse quotidienne imprimée continuera à utiliser le réseau de vente, toute spéculation sur sa disparition est dénuée de bon sens. **C'est donc sur la base de cette contrainte qu'il y a lieu d'analyser les enjeux de la décarbonation. La nécessité d'une livraison journalière pour une partie de la presse limite de fait les possibilités de réduction de l'empreinte carbone.**

Il faut donc rechercher d'autres pistes :

#### 4.1 Les transports amont

La presse magazine, qui représente 80% des volumes à distribuer, est imprimée sur 232 sites répartis entre la France (131) et le reste de l'Europe (101). Faire livrer l'ensemble des flux sur la région parisienne rallonge inutilement les transports. A titre d'exemple, MLP reçoit 3.085 tonnes en provenance de 27 sites italiens. Les livraisons s'effectuent à St Quentin Fallavier et non pas en région parisienne.

Les trois implantations de MLP (Ouest, Rhône Alpes et région parisienne) permettent d'écourter les livraisons entre les centres d'impression et les centres de traitement. **Massifier vers un seul centre en région parisienne nous apparaît contre productif en termes d'émissions de CO2.**

#### 4.2 Les transports du N1 vers le N2

Les livraisons des quotidiens et des magazines vers les dépositaires suivent un schéma totalement indépendant. **S'obstiner à livrer la presse magazine tous les jours ouvrables, sous prétexte que les quotidiens le font, est une aberration économique et écologique.**

Comme nous l'avons préconisé, il est opportun de dé-corréler les deux schémas logistiques et donc d'adapter les livraisons de la presse magazine à ses besoins et à ses volumes. **Il est tout à fait possible de réduire l'empreinte carbone sur ces flux en régulant les livraisons du N1 vers le N2, entre les deux SADP, ce qui permettrait de diminuer les tournées hebdomadaires.**

#### 4.3 Les livraisons du soir

Un seul quotidien utilise ce service, de surcroît uniquement vers 15 zones de chalandise sur les 61 existantes. Contrairement à la volonté de la doctrine constitutionnelle, la temporalité de la mise à disposition de l'information auprès des citoyens lecteurs est discriminée selon leur lieu d'habitation. La diffusion de ce quotidien imprimé par le réseau de distribution ne représente que 3,8% de sa diffusion totale. **Cela représente près de 8 millions de kilomètres qui pourraient être économisés.**

#### 4.4 Les livraisons de la ville de Paris

Jusqu'à l'été 2023, il était effectué 3 tournées par jour pour livrer les diffuseurs parisiens. MLP et le Groupe Riccobono (qui, à travers sa filiale Proximity, livre la presse quotidienne régionale parisienne) ont décidé de mutualiser leurs tournées, il n'en reste donc plus que 2 puisque France Messagerie a sa propre tournée. **Celle-ci pourrait être, sans difficulté, fusionnée avec la tournée MLP-Proximity, ce qui permettrait une réduction significative de l'empreinte carbone.**

#### 4.5 La mutualisation de la distribution de la PQN avec la PQR

Officiellement celle-ci n'est pas possible, compte tenu des contraintes horaires de ces deux catégories de presse quotidienne. **Dans la pratique, 30 des 61 dépositaires régionaux de la presse nationale distribuent déjà la presse quotidienne régionale**, soit en qualité de dépositaire (totalité de la prestation y compris financière), soit en qualité de prestataire (uniquement le transport). **Il s'agit d'accords locaux entre les dépositaires et la PQR qui prouvent que cette mutualisation est possible**.

#### 4.6 Le recyclage des invendus

L'ensemble des invendus de la presse (journaux et magazines) est collecté par les dépositaires régionaux et recyclé pour le compte des deux SADP par une entreprise spécialisée. Néanmoins, les deux SADP n'ont pas le contrôle sur la destination du recyclage.

Suite à la crise du papier de 2022, les éditeurs de magazine souhaitent désormais que la récupération des invendus soit réutilisée en pâte à papier utilisable par les papetiers pour les besoins des éditeurs de journaux et magazines. **Il subsiste, en France, une usine qui peut nous offrir ce service avec un avantage environnemental indiscutable grâce à la mise en place d'un circuit court pour le recyclage et la fabrication.**

**MLP préconise que toutes les pistes soient analysées objectivement par toutes les parties, dans un objectif collectif dépassant les intérêts concurrentiels. L'Arcep doit être au rendez-vous de ce défi.**

### 5. La concurrence entre les titres (supprimer la discrimination entre titres de presse en fonction de leur périodicité)

La justification des aides à la distribution de la presse se fonde sur un avis du Conseil Constitutionnel datant de 1984 qui a consacré la presse quotidienne IPG comme étant la seule porteuse de l'expression du pluralisme. Ce même avis indique également que le lecteur est le destinataire essentiel de la liberté proclamée par l'article 11 de la déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789.

En 1984, nous étions à l'ère du Minitel !!! Depuis, internet l'a remplacé et offre désormais un support technologique accessible permettant l'immédiateté et l'efficacité de la diffusion de l'écrit.

Désormais la notion de presse quotidienne n'est plus l'apanage des journaux. **Tous les journaux et magazines** ont des versions numériques et des sites internet qui sont **mis à jour quotidiennement**.

A cet égard, le Conseil d'État, dans son avis du 4 avril 2019 sur le projet de loi relatif à la modernisation de la distribution de la presse, indique « ***Le Conseil d'État ne voit aucune difficulté à ce que cette protection soit étendue par la loi à l'ensemble des journaux et publications d'information politique et générale dont le rythme de parution n'est pas nécessairement quotidien. Cette extension renforce la protection et la liberté éditoriale des entreprises de presse dans une période où évoluent les formats des contenus et la périodicité des parutions pour répondre aux nouveaux usages des lecteurs.***»

La loi de modernisation de la presse n° 2019-1063 venant modifier la loi Bichet a consacré, dans son article 5 1°, l'égalité de la presse IPG sans distinction de périodicité.

Par ailleurs, la multiplicité des définitions de la notion IPG nous apparaît obsolète avec des règles opaques créant une insécurité juridique pour les éditeurs et une concurrence déloyale entre leurs titres. Soit un titre entre dans la catégorie de l'information politique et générale soit il n'y entre pas. Dès lors, ces strates n'ont plus de sens et il convient d'harmoniser les différents dispositifs législatifs et réglementaires.

**La proposition de MLP est, dans l'esprit de l'avis du Conseil d'État, d'acter qu'il n'y a qu'une seule presse IPG sans distinction de périodicité et de fusionner toutes les catégories des titres IPG.**

## 6. Le lecteur destinataire final de la liberté de la presse

Comme l'a rappelé le Conseil Constitutionnel, dans son avis de 1984, la liberté de la presse ne s'arrête pas à la liberté d'écrire, elle ne serait pas complète si le lecteur final n'avait pas accès au pluralisme.

La liberté de diffusion, dont le destinataire final est le lecteur, est une composante irréfragable de la liberté de la presse.

Pour que le lecteur puisse accéder à la presse, sur l'ensemble du territoire, il faut maintenir voire développer l'implantation de points de vente comme le prévoit les articles 14 et 18.6 de la loi Bichet.

**Nous réaffirmons donc notre proposition de prioriser ce critère dans toutes les décisions d'aides à la distribution de la presse.**

## 7. Politiques publiques en matière de médias appliquées à la distribution de la presse

**Si le soutien public à la presse est légitime**, il convient que sa destination corresponde à des objectifs clairs, mesurables et s'inscrivant dans une logique d'intérêt général dont l'État est le garant.

### 7.1 Créer une aide unique à la distribution physique de la presse

Comme c'est le cas pour le postage et le portage, les aides à la distribution fléchées vers l'IPG devraient être versées à tous les journaux ou périodiques sans référence à leur périodicité.

### 7.2 Créer une aide à la distribution du dernier kilomètre

**Si le support numérique permet un accès prévisible à la presse, la visite d'un citoyen dans un magasin de presse permet un accès à l'imprévu et à la diversité.**

L'accès des lecteurs aux points de vente est donc un élément essentiel qui mérite une attention particulière de l'État qui est, in fine, responsable du respect de la liberté de la presse.

La baisse des volumes distribués de l'ensemble de la presse imprimée et la forte attrition des tirages des quotidiens fragilisent l'économie de la distribution en points de vente. A terme, le coût de la capillarité deviendra intenable pour les éditeurs et aura pour conséquence une paupérisation de la diversité des titres et la disparition des points de vente.

**La proposition de MLP est de flécher les aides à la distribution de la presse du programme 180 vers d'une part, l'ensemble des titres IPG à l'exemplaire distribué et d'autre part, la distribution du dernier kilomètre pour l'ensemble de la presse afin de soutenir la capillarité du réseau de vente.**