

**département diffusion**

43 rue du colonel Pierre Avia, 75015 Paris

**Propositions pour dynamiser la distribution de la presse****Organisation générale du groupage et des messageries :  
limitation du champ et objectif de transparence.**

- Les droits de vote au sein d'une coopérative de presse doivent être attribués au prorata des C.A. réalisés par les éditeurs associés.
- Le cas échéant, les droits de vote des différentes coopératives au sein du conseil d'administration ou du conseil de gérance d'une société de messageries doivent être répartis au prorata de leur C.A. consolidés.  
*Ces recommandations visent à faciliter l'émergence de majorités de vote dans les coopératives.*
- Si plusieurs coopératives de presse sont associées à une société de messageries, celles-ci devront se doter chacune de barèmes différents.  
Ce sont les différents barèmes qui justifient l'existence de plusieurs coopératives.  
*Cette recommandation vise à favoriser le groupement de titres de mêmes natures au sein de mêmes coopératives.*
- Une société qui opère sur le 1<sup>er</sup> niveau de distribution (fourniture aux grossistes) ne devrait pas pouvoir opérer également aux autres niveaux (dépositaires et/ou détaillants). Les MNPP, comme les MLP devraient ainsi avoir obligation de se défaire de leurs actifs détenus auprès du réseau de grossistes.  
Rien n'empêcherait toutefois une ou plusieurs coopératives de presse de prendre des participations ou même le contrôle de grossistes ou de détaillants.  
*Par le contrat qui les lie aux grossistes, les sociétés de messageries sont en position d'imposer dans les conditions d'activité et de rémunération du niveau 2 des différences de traitement entre les grossistes appartenant à la société de messagerie et les grossistes qui ne lui sont pas liés. Ces différences de traitement sont de nature à favoriser la constitution d'un niveau 2 dépendant des sociétés de messageries au détriment des dépositaires indépendants.*  
*Cette recommandation vise également à empêcher l'une ou l'autre messagerie de constituer une situation dominante de fait grâce à ses positions sur le niveau 2 voire au niveau des détaillants. Il semble que la presse ne puisse se doter de façon viable de 2 réseaux de grossistes. Il convient dès lors de garantir la neutralité du réseau unique.*
- Obligation devrait être faite pour les sociétés de messageries de presse de préciser sur leurs factures aux éditeurs les sommes reversées pour leur compte aux grossistes et détaillants et de les séparer clairement de leur propre facturation.
- Les coûts réseaux de chaque titre ne doivent pas faire l'objet d'une péréquation mais les messageries devront au contraire facturer les titres des sommes exactes qui sont versées aux réseaux (niveau 2 et 3) pour leur compte.  
Un compte-rendu de cette facturation par niveaux de distribution et par catégories de rémunération devrait également être fourni par la messagerie aux éditeurs.  
De même, chaque société de messageries devrait tenir à la disposition de ses clients les conditions précises, complètes et détaillées des conditions qu'elles consentent aux réseaux pour le compte de leurs clients éditeurs.  
Le CSMP serait chargé d'inventorier ces conditions, de les tenir à jour et d'en faire la publicité.  
*Ces recommandations visent à rendre transparente la rémunération réelle de chacun des niveaux de distribution, et limiter la péréquation des coûts aux seules opérations où le groupage apporte une économie à partager.*  
*Etendue aux commissions versées aux réseaux, alors que le groupage des titres n'apporte pas d'économie aux opérations de vente en elles-mêmes, la péréquation des commissions sur vente*

---

**département diffusion**

*prive les éditeurs et les agents de la vente les moins coûteux de l'avantage de leur position et protège les réseaux et les éditeurs les plus coûteux en masquant leurs conditions.*

*En effet, la péréquation des commissions sur vente est réalisée à la fois entre les titres (les moins coûteux paient en partie pour les plus coûteux) et entre les agents de la vente (les diffuseurs et les grossistes les moins rémunérés coûtent plus cher aux éditeurs alors que les réseaux les mieux rémunérés leur coûtent moins cher).*

*Elle est tout naturellement accompagnée d'une grande opacité de la part de l'intermédiaire (la messagerie) sur les conditions consenties aux réseaux bien que les sommes qui leur soient versées sont prélevées à chaque éditeur pour leur propre compte.*

## **Commerçants : liberté d'approvisionnement et développement**

- Le CSMP devra être responsable de la rédaction de cahiers des charges et des droits précis, établis pour chacune des catégories de commerçants de presse qu'il identifiera d'en faire vérifier le respect sur le terrain.  
Il pourrait mandater la COV pour le faire.  
Les cahiers des charges pourront comporter des obligations concernant l'assortiment du magasin, sa tenue, ses plages horaires d'ouverture, son équipement informatique, la formation du personnel, etc. ainsi que le taux de rémunération associé à la catégorie de commerçant de presse choisie et le degré de protection contre la concurrence d'autres commerces de presse éventuellement associée à sa catégorie.  
L'agrément de la COV, préalable à l'ouverture d'un magasin de presse et délivré au cas par cas, ne sera donc plus requis.
- Liberté d'approvisionnement pour les commerçants qui désirent vendre la presse sous réserve du respect du cahier des charges et des devoirs associé à leurs catégories.  
*Ces recommandations visent à assouplir la liberté d'approvisionnement des commerçants tout en évitant une libéralisation totale qui pourrait nuire aux activités presse les plus fragiles chez nos commerçants.*
- Reconnaissance de la possibilité formelle pour un commerçant de refuser des produits ou des quantités (presse ou hors-presse) proposées par son dépositaire.  
*Cette recommandation vise à introduire la notion de commerce (la confrontation des intérêts) dans les opérations de distribution, voie sage pour tenter de régler la question de l'engorgement du système.*
- Abrogation du décret plafonnant les taux de commission des agents de la vente.
- Instauration d'une bonification progressive du taux de commission versé à un diffuseur de presse dès lors qu'il adhère à un groupement de commerçants de presse, doté d'un projet et d'une organisation marketing et commerciale spécifiques.  
L'éligibilité à cette bonification serait décidée sur dossier par le CSMP qui pourra en faire vérifier la réalité sur le terrain.  
*Cette disposition vise à favoriser le regroupement de commerçants de presse et leur propre autonomie de gestion et de développement.*

## **Grossistes : les agents de la neutralité et du pluralisme**

- Comme les commerçants de presse, les grossistes (dépositaires et SAD) qui distribuent les produits fournis par les sociétés de messageries devront s'engager à satisfaire un cahier des charges précis qui garantisse la neutralité et le pluralisme dans les opérations de distribution. Le CSMP sera en charge de rédiger ce cahier des charges et d'en vérifier le respect.
- Les grossistes pourront refuser des produits et des quantités qui leurs seront proposés en quantité excédentaire par rapport aux besoins manifestés par les commerçants qu'ils desservent.