

Vincent Moullé - Groupe La Poste - Portage - Neopress

Jeudi 23 Octobre 2008

La Poste
Directeur
Directeur des activités presse
Direction du courrier

Pôle 2 - Contribution du groupe La Poste – Portage – Offre multi-titre et multi-segment

NEOPRESS : l'offre de portage du groupe La Poste

Opérateur en concurrence d'un marché ouvert, compétitif et performant

Le groupe La Poste propose de contribuer de manière concrète et rapide à l'amélioration de la diffusion de la presse écrite grâce à une offre de portage d'envergure nationale, moderne, compétitive.

NEOPRESS, filiale de droit commun, a été créée en 2007 à cet effet. Elle est opérationnelle. Elle peut se développer et couvrir 50 % des foyers en métropole.

Avec cette offre, l'objectif est de franchir une nouvelle étape dans le développement du marché du portage en augmentant le nombre d'abonnés et de titres qui bénéficient de ce mode de diffusion.

1) Le portage de la presse est moins développé en France que dans la plupart des pays industrialisés

Face à la crise de la presse, le portage est une réponse nécessaire et urgente :

Il est adapté aux nouveaux modes de vie des Français : il est le seul à assurer la remise de la presse à domicile ou sur le lieu de travail, avant 7 h 30, 7 jours sur 7, 365 jours par an ;

Il est efficace pour la presse quotidienne mais aussi pour les magazines : il fidélise les lecteurs et garantit un fort taux de réabonnement ;

Il est utile à notre société démocratique : il entretient chaque jour, dans chaque foyer, toutes générations confondues, le goût durable de la presse écrite, média vital d'information pluraliste.

Pourtant, le portage reste beaucoup moins développé en France qu'à l'étranger :

En France, le marché du portage est éclaté, composé de centaines de structures différentes, généralement de petite taille, sans normes industrielles communes au secteur ;

Ces structures ont développé une forte expérience locale, sans pour autant jusqu'ici travailler en réseau pour offrir aux clients une prestation « sans couture » sur tout le territoire ;

Il n'existe presque aucune offre de portage réellement multi-titres, ce qui prive les éditeurs des avantages économiques de cette solution industrielle (partage des coûts fixes, largeur d'offre, capacité d'investissement) ;

Le nombre de titres qui accèdent au portage est donc limité par la fragmentation du marché ; le nombre d'abonnés qui en bénéficient s'en trouve restreint ;

C'est un marché dont la régulation sociale demeure inégale, ce qui ne facilite pas la fidélisation des employés, l'attractivité des postes pour les demandeurs d'emplois et à terme l'adaptabilité des compétences à la variété et à l'évolution des attentes des clients ;

Le portage est par conséquent moins développé en France qu'à l'étranger : 30 % des quotidiens sont portés en France contre 70 % en moyenne dans les grands pays industrialisés (Allemagne : 65 %, Suède : 74 %, Etats-Unis : 74 %, Japon : 94 %...) ; 48 % de la presse quotidienne régionale et départementale est diffusée par portage contre 8 % pour la presse quotidienne nationale et près de 0 % pour les magazines ;

Or, si la France est un des pays dont la densité moyenne est l'une des plus faibles en Europe, il existe de nombreux territoires (villes, agglomérations, zones urbaines étendues) qui présentent une densité suffisante pour y développer le portage et où se concentre une part importante de la population.

2) Une nécessité : installer un marché ouvert, compétitif et performant capable de satisfaire la diversité des attentes des éditeurs

Pour aider la presse quotidienne à sortir de la crise qu'elle traverse, pour ouvrir de nouvelles perspectives de diffusion aux magazines, pour activer un gisement d'emplois non délocalisables, il faut un marché de la distribution ouvert, compétitif et performant.

Propositions du groupe La Poste pour les états généraux de la presse écrite :

Ouvrir le portage en zones denses à un plus grand nombre d'éditeurs et d'abonnés, ce qui fera baisser le coût du service ;

Créer les conditions d'une réelle compétitivité des services, en créant les conditions d'une concurrence équitable dans chaque zone pertinente ;

Sécuriser le statut des porteurs et VCP, pour éviter les risques majeurs de requalification et les surcoûts qui en résulteraient ;

Promouvoir ce gisement d'emploi de proximité non délocalisable, en faisant entrer le portage dans le régime des services à la personne ;

Assurer l'attractivité de ces emplois et la fidélité des employés, en favorisant des plages d'activité élargies.

3) La proposition commerciale du groupe La Poste : une offre d'envergure nationale, ouverte, compétitive et performante

Avec sa filiale NEOPRESS, le groupe La Poste apporte une contribution opérationnelle, compétitive et innovante pour accélérer le développement du portage avec une envergure nationale.

NEOPRESS est déjà une réalité en Ile-de-France, à Lyon, à Saint-Etienne, à Rennes : plus de 600 porteurs salariés, plus de 10 clients (Les Echos, Le Monde, Le Figaro, L'Express, Libération...), plus de 25 millions d'exemplaires distribués par an.

En développant une offre compétitive et opérant sur des bases de totale équité concurrentielle, NEOPRESS entend apporter une réponse aux attentes des clients éditeurs, de presse quotidienne comme de presse magazine.

Propositions du groupe La Poste pour les états généraux de la presse écrite :

Investir 40 millions € d'investissement pour bâtir un réseau de portage multi-titres, pratiquant des prix compétitifs, avec un système d'information innovant ;

D'ici 2010, opérer du portage multi-titre dans près de 100 villes et couvrir plus de 50 % de la population française ;

Un déploiement pragmatique, fondé sur la coopération avec les éditeurs, par acquisitions et créations ex nihilo ou en tissant des partenariats avec les acteurs existants sur les zones concernées (participations, sous-traitance...) ;

Des prises de participation possibles dans les structures existantes pour en conforter la santé financière et la performance industrielle ;

Des conditions d'exercice sociales et fiscales identiques à celles des autres acteurs du marché, indépendantes du mode d'appropriation, de la forme juridique et de la structure du capital ;

NEOPRESS applique la convention collective du portage de presse.

Vincent Moullé
Directeur
Direction des activités presse
Direction du Courrier