

**Sous-commission « Portage, Postage, Diffusion numérique »  
présidée par Michel Sasportes**

**Compte-rendu de la séance du jeudi 23 octobre 2008**

Participants :

Michel Sasportes, Managing partner OC&C  
Vincent Beaufiles, Rédacteur en chef du magazine « Challenges »  
Olivier Bonsart, Directeur général adjoint « Ouest France »  
Jean-Louis Redon, Directeur général de l'UFC-Que choisir

Rapporteurs :

Céline David, Direction du Budget  
Cyril Forget, Master media ESCP  
Maud Noyon, CFJ

Les thèmes de réflexion pour cette sous-commission sont les suivants:

1. Conséquences économiques du nouvel accord tripartite Presse-Poste-État pour la période 2009-2015 sur le secteur de la presse.
2. Impact de l'ouverture à la concurrence du marché postal et de l'amélioration de la productivité de La Poste sur la trajectoire d'évolution des tarifs pour la presse.
3. Conditions du développement du portage par la presse quotidienne régionale.
4. Le statut du porteur : quelles évolutions ?
5. Quels sont les leviers pour diminuer le coût de recrutement de l'abonné ?
6. Le portage : quels sont les freins à l'extension du portage par la presse quotidienne régionale ? Comment accélérer le développement du portage pour la presse quotidienne nationale ? Le portage constitue t-il un moyen de distribution viable pour la presse magazine ?
7. La diffusion numérique : quelles alternatives à la diffusion papier ?

## Liste des personnes à auditionner

Nicolas Routier, Président de NEOPRESS -> Développement du portage

Marc de Boislaville, Directeur de la société Clientela -> Développement du portage

Nicolas Corneau, Nouvelle république du Centre Ouest

Fabienne Guillou-Jaouen, Ouest-France -> Conditions de succès du portage de lapresse quotidienne régionale

Alain Couchot, L'Alsace -> Expérience de portage de magazines en Alsace

Michel Abouchahla, Les Echos -> Diffusion numérique : e-Reader Les Echos

## Contributions de la sous-commission

Un questionnaire sera envoyé aux éditeurs de presse afin d'analyser les conséquences des accords Schwartz sur les coûts de distribution supportés par la presse, en distinguant la presse quotidienne de la presse magazine.