

Comment fonctionnent les coopératives de messageries de presse ?

Les coopératives de messageries de presse constituent les structures par lesquelles les éditeurs peuvent avoir accès au système de groupage de leurs titres et donc de mutualisation de leurs coûts. Leur fonctionnement est réglementé par la loi du 2 avril 1947 dite « loi Bichet » :

Liberté d'adhésion

Tout éditeur de « journaux et publications périodiques » qui en fait la demande est libre d'adhérer à la société coopérative de son choix. Seul les éditeurs dont le titre correspond à la définition du produit presse peuvent adhérer à une coopérative. Il pourra alors :

- acquérir une ou plusieurs des parts sociales ou actions de la société coopérative
- déclarer avoir pris connaissance des droits et obligations des membres de la coopérative
- certifier que sa ou ses publications ne sont pas frappées d'une interdiction de vente.

Egalité de traitement

L'adhésion à une coopérative de messageries de presse garantit une égalité de traitement de distribution entre tous les éditeurs. Comme dans toutes les coopératives, les décisions ne sont pas prises proportionnellement au poids économique ou financier de l'éditeur mais selon le principe d'égalité entre ses membres (un éditeur = une voix). En d'autres termes, un éditeur qui possède un titre de petite diffusion détient les mêmes droits que des éditeurs qui possèdent plusieurs titres à grosse diffusion. Chacune des neuf coopératives tient, au moins une fois par an, une assemblée générale au cours de laquelle sont présentés les rapports d'activité, approuvés les comptes sociaux et éventuellement les barèmes.

Impartialité de diffusion

Les titres de presse distribués dans le cadre du système coopératif doivent bénéficier d'une impartialité de diffusion. Il ne doit pas y avoir de discrimination entre les titres en termes de distribution et de mise en vente dans les points de vente presse.

Les éditeurs peuvent décider des quantités d'exemplaires à mettre en vente dans le réseau de diffusion, car ils restent propriétaires de leurs titres jusqu'à l'acte final d'achat par le consommateur. Toutefois, il existe des systèmes de plafonnement des quantités en amont et en aval de la distribution qui évite, en principe, la distribution d'exemplaires manifestement excessifs.

Le réseau d'agents de la vente de la presse est obligé d'accepter à la vente, sans discrimination l'ensemble des journaux et publications à l'exception de la presse à caractère pornographique ayant fait l'objet d'une interdiction.

Egalité de coût de distribution

Le principe de mutualisation des coûts de distribution et de diffusion permet, à travers les barèmes adoptés par chaque coopérative, une égalité de coûts entre les éditeurs. Chaque éditeur paie le même prix pour la diffusion de son ou de ses titres sur le réseau de la vente au numéro.

De ce fait, un petit éditeur peut avoir à sa disposition les mêmes moyens de distribution qu'un éditeur plus important, quel que soit son volume de diffusion et faire distribuer un titre même dans le coin le plus reculé du territoire national.

Les coopératives de messageries de presse respectent les principes coopératifs.

Les 3 coopératives de messageries de presse

■ 2 coopératives Presstalis

- la coopérative de distribution des magazines
- la coopérative de distribution des quotidiens

■ 1 coopérative MLP