

Quelles sont les missions des messageries de presse ?

La loi du 2 avril 1947 autorise les coopératives d'éditeurs à confier les opérations matérielles de distribution à des sociétés commerciales de messageries. Toutefois, pour garantir l'impartialité de la distribution, les coopératives d'éditeurs doivent détenir une participation majoritaire au sein de ces messageries.

Les missions des messageries de presse

Les messageries de presse se situent en amont de la chaîne de distribution (niveau I). A ce titre, elles assurent différentes missions :

L'accueil éditeurs

Lorsqu'un éditeur souhaite diffuser son titre au niveau national, il doit prendre contact avec les messageries de presse et conclure un contrat de groupage en adhérant à une coopérative de presse. Les messageries vont alors lui proposer de définir en commun différents paramètres permettant d'assurer la bonne diffusion de son titre (positionnement par rapport à sa famille, assiette de distribution, quantité, promotion, opportunité à l'export, etc.). Le coût de distribution sera fixé en fonction des barèmes votés dans les différentes coopératives.

La distribution

Les différents centres des messageries réceptionnent les titres de leurs éditeurs venant des brocheurs, trient et répartissent les titres de presse pour l'ensemble des dépôts situés au niveau II. Les opérations de livraison des dépôts de presse s'effectuent la nuit. Les titres sont acheminés sur le territoire national par transport routier, le train ou l'avion. Chaque messagerie reprend également les invendus non détruits concernant ses titres pour les traiter dans ses centres et les restituer ensuite aux éditeurs concernés. Enfin, les messageries assurent l'expédition de titres à l'export dans une centaine de pays.

La remontée des flux financiers

Les messageries assurent le recouvrement des recettes provenant des ventes réalisées par le réseau tout en garantissant le paiement aux éditeurs en leur qualité de ducroire (responsable financièrement de la marchandise confiée).

Le compte-rendu de mandat

En leur qualité de mandataire des coopératives, les messageries doivent rendre compte de leur mandat aux éditeurs (distribution, répartition, ventes, contrôle des invendus...). Les messageries véhiculent également des informations pour le compte des éditeurs sur le réseau (promotions, nouveautés, changement de formule, etc.) et recueillent les statistiques des ventes. Les historiques de ventes permettront d'affiner le réglage des titres par les éditeurs. Les délégués commerciaux des messageries contrôlent également le respect du mandat par les dépositaires.

Les deux messageries de presse

■ Presstalis

La société Presstalis (ex-NMPP) a été créée le 16 avril 1947. Presstalis est la messagerie leader du marché puisqu'elle détient 80 % du marché de la presse vendue au numéro. Elle est la seule à assurer la distribution des quotidiens nationaux.

■ Les Messageries Lyonnaises de Presse

Les Messageries Lyonnaises de Presse (MLP) ont été fondées le 1^{er} août 1945. Contrairement à Presstalis, les MLP sont une coopérative qui assure directement le rôle de messageries. Jusqu'en 1993, cette coopérative était liée à Presstalis qui sous-traitait pour elle la distribution et l'informatique. Depuis 1994, les MLP ont repris la distribution en direct au niveau national. Elles assurent directement la distribution depuis 1996 sur Paris. A la différence de Presstalis, les MLP ne traitent pas les quotidiens. Le chiffre d'affaires de cette messagerie représente environ 20 % de la vente au numéro des publications.

Les messageries doivent rendre compte de l'accomplissement de leur mandat aux éditeurs.