

Contribution de la coopérative Messageries Lyonnaises de la Presse

CONSULTATION PUBLIQUE

Du 28 juillet au 30 septembre 2025

**Fixation des conditions de rémunération des marchands
de presse**

28 juillet 2025

Les Messageries Lyonnaises de Presse sont une société anonyme coopérative soumise aux dispositions de la loi du 2 avril 1947 modifiée par la loi du 18 octobre 2019. A la date de la dernière assemblée générale du 30 juin 2025, elle comptait 524 sociétaires représentant une large diversité de la presse magazine qu'elle soit d'information, d'éducation ou de récréation du public. La diversité de ses adhérents et leur nombre en font un acteur essentiel au service du pluralisme et la diversité de la presse.

A ce titre, elle a qualité pour répondre à la consultation publique initiée par l'Arcep et pourrait être associée à la signature de tous accords interprofessionnels ayant pour conséquence la modification des conditions d'exercice de ses sociétaires. Cela résulte de la loi du 18 octobre 2019 et de l'adoption de l'amendement n° AC79 qui a remplacé les termes « *parties intéressées* » par les mots « *entreprises de presse ou leurs représentants et les diffuseurs de presse ou leurs représentants* ».

Dans l'exposé de cet amendement, il est indiqué que, s'ils ne souhaitent pas négocier eux-mêmes, **les éditeurs de presse pourront mandater aux fins de négociations des conventions, les sociétés coopératives de presse.**

1 Une charge pour les Éditeurs sans contrepartie.

Les éditeurs de la coopérative Messageries Lyonnaises de la Presse comprennent la demande des marchands mais regrettent qu'aucune mesure d'économie filière n'ait été prévue, ni même que l'on n'ait envisagé de l'étudier.

Dans les motivations de cette consultation, l'Arcep rappelle les décisions antérieures du CSMP et notamment les décisions 2014-07 et 2014-09. Il convient de préciser que ces décisions d'augmentation de la rémunération des diffuseurs par le CSMP, étaient subordonnées à la réalisation d'économies dans l'organisation et le fonctionnement du réseau de distribution afin de permettre de financer le coût des mesures.

La décision 2016-01 du CSMP constate : « *bien que le volume des économies mobilisables à la date de la présente décision ne soit pas suffisant pour couvrir le coût de mise en œuvre du*

schéma directeur des rémunérations des diffuseurs à compter du 1^{er} janvier 2017, l'assemblée générale du Conseil Supérieur confirme que les mesures prévues par la décision 2014-07 seront appliquées ».

Il est regrettable qu'en tel pré requis n'ait été ni étudié, ni envisagé ni soumis à consultation.

L'Arcep rappelle que : « *les revenus qu'un marchand de presse retire de la vente de la presse seraient en 2030 en baisse de 33 % par rapport à 2017 et de 17 % par rapport à 2024* ». La rémunération des marchands étant strictement ad valorem, **cette baisse de 33% serait donc strictement identique pour les éditeurs.**

Faute d'avoir lié l'augmentation de la rémunération à un plan d'économies il en résulte un simple transfert de valeur d'un groupe d'acteurs vers un autre.

Depuis la liquidation de Presstalis et la réorganisation qui a suivi, les leviers d'économies par les SADP sont désormais minimes, il faut donc les rechercher dans les dispositifs législatifs qui ne sont plus adaptés à la situation actuelle.

L'un des leviers de compensation pourrait être la suppression de la péréquation instituée par la décision n° 2012-05 du CSMP qui avait pour objectif de soutenir la société Presstalis qui connaissait des difficultés importantes.

L'Autorité de la Concurrence, dans son avis 12-A-25 du 21 décembre 2012, relève dans ses attendus que la péréquation est destinée à soutenir la société Presstalis en difficulté. Elle note également l'importance de la presse quotidienne pour l'équilibre du réseau de distribution

Force est de constater, comme le relève l'étude commandée par l'Arcep auprès du CSA, que les quotidiens nationaux ne sont plus les moteurs de la fréquentation des points de vente.

La société Presstalis a finalement fait l'objet d'une procédure de liquidation en 2020 et désormais la société distribuant les quotidiens présente des comptes d'exploitation fortement bénéficiaires puisque, depuis sa création, ses fonds propres sont passés en cinq ans de 1.000 euros à 21.454.940 euros.

Alors que la presse quotidienne a continué de bénéficier entre 2020 et 2025 d'aides conséquentes à la distribution (18 millions d'euros par an), **on peut s'interroger sur la nécessité de maintenir le mécanisme de la péréquation, dont la suppression pourrait compenser une grande partie des coûts mis à la charge des éditeurs pour augmenter la rémunération ad valorem des diffuseurs qui, nous le répétons, est, en l'état un simple transfert de valeur entre acteurs.**

2 La rémunération levier de l'attractivité !

Notre réseau de marchands n'est que le reflet de notre marché. Nous doutons que cette mesure d'augmentation de la rémunération des diffuseurs ait un effet positif quelconque. En effet 90% des titres (2.790) ne servent que 8.300 points de vente dont environ 2.500 ne sont pas concernés par les augmentations projetées.

Bien que la presse soit un marché particulier, il n'en est pas moins soumis aux règles de l'offre et de la demande. L'offre, ce sont les journaux et magazines édités par les sociétés de presse, les affaiblir par des charges nouvelles non compensées par des économies, revient à affaiblir l'offre.

Le rapport IGAC-IGF limite le raisonnement de ce mécanisme, en oubliant le produit : **«qu'u]ne boucle négative se met[te] en place, caractérisée par une double baisse de l'offre : le nombre de points de vente baisse ainsi que le linéaire de produits de presse présentés dans les magasins, ce qui fait baisser le potentiel de vente ».**

Pour qu'il y ait des produits dans les linéaires, il faut qu'il y ait de la demande et que les producteurs (éditeurs) soient en mesure de proposer une offre. Réduire le potentiel des ventes de la presse aux seuls points de vente et aux mètres linéaires constitue une vision réduite du fonctionnement de notre écosystème.

Les éditeurs de MLP, représentés par le conseil d'administration de leur coopérative, appellent à ce qu'une réflexion plus globale sur l'avenir de la vente au numéro en magasin soit menée en intégrant toutes les composantes de l'écosystème afin d'éviter la mise en place de mesures partielles destinées uniquement à satisfaire une catégorie d'acteurs ou à cocher une case de la feuille de route.

Sans un plan global de stimulation de l'offre et de libéralisation de l'accès aux points de vente, la revalorisation de la rémunération des marchands n'aura aucun effet positif sur le marché et sur l'objectif d'une large couverture territoriale.

Les dispositifs dogmatiques, prévus par la loi du 18 octobre 2019, doivent être questionnés. L'assortiment, le découplage entre les titres CPPAP et non CPPAP, les restrictions à la première présentation des titres nouveaux, le pouvoir donné aux marchands pour limiter leur offre sont autant de dispositifs malthusiens qui paupérissent l'ensemble des acteurs et n'atteignent aucun des objectifs que la loi de modernisation de la distribution de la presse se fixait.