



**Avis n° 12-A-24 du 21 décembre 2012  
relatif au décroisement des flux dans le système de distribution de la  
presse magazine**

L'Autorité de la concurrence,

Vu la lettre, enregistrée le 12 octobre 2012 sous le numéro 12/0091A par laquelle le ministre chargé de l'économie et des finances, à la demande de la ministre de la culture et de la communication, a saisi l'Autorité de la concurrence d'une demande d'avis concernant la forme et les conditions d'une réorganisation industrielle du secteur de la distribution de la presse consistant en la création de zones régionales homogènes permettant un décroisement des flux logistiques ;

Vu l'avis de l'ARDP du 29 novembre 2012 ;

Vu le traité sur le fonctionnement de l'Union européenne ;

Vu le livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence et notamment son article L.462-1;

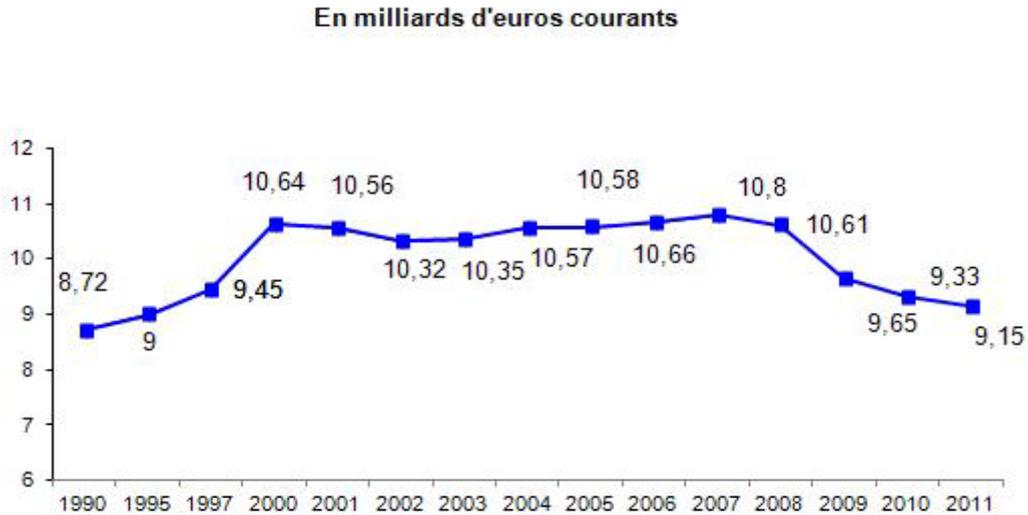
Vu les autres pièces du dossier ;

La rapporteure, la rapporteure générale adjointe, le commissaire du Gouvernement, l'ARDP, le CSMP, la Coopérative des magazines et la Coopérative des quotidiens de Presstalis, Presstalis, les Messageries Lyonnaises de Presse, le Syndicat des éditeurs de la presse magazine (SEPM) et le Syndicat de la Presse quotidienne nationale (SPQN) entendus lors de la séance de l'Autorité de la concurrence du 13 décembre 2012 ;

Est d'avis de répondre à la demande présentée dans le sens des observations qui suivent :

1. La présente demande d'avis du gouvernement se situe dans un contexte de crise du secteur de la distribution de la presse au numéro. En effet, malgré les différentes aides de l'Etat consacrées à la presse, celle-ci connaît une baisse importante et régulière du chiffre d'affaires.

Evolution du chiffre d'affaires de la presse :



Source CSMP

2. La filière de la vente au numéro connaît une crise profonde, provoquée par la baisse de plus de 25 % des ventes ces quatre dernières années. Cette tendance concerne tant la presse quotidienne que la presse magazine et devrait s'accroître, du fait des évolutions technologiques en cours (développement des tablettes et de l'offre numérique, développement des kiosques électroniques, etc.).
3. Malgré la baisse des ventes, les coûts logistiques ne diminuent pas dans les mêmes proportions car les coûts fixes sont élevés. Ainsi, dans cette configuration structurelle de coûts, et face à la réduction importante et constante des volumes distribués, la filière s'interroge sur la façon dont elle pourrait rationaliser sa distribution et gagner en efficacité.

## **I. La distribution de la presse en France**

4. La loi n° 47-585 du 2 avril 1947 relative au statut des entreprises de groupage et de distribution des journaux et publications périodiques dite loi Bichet organise la distribution de la presse en conférant à tout éditeur la liberté d'assurer lui-même la diffusion de ses propres journaux et publications. Lorsqu'un éditeur décide de se grouper avec d'autres éditeurs, le groupage et la distribution de leurs journaux et publications sont assurés par des sociétés coopératives de messageries de presse. Celles-ci peuvent assurer le groupage et la distribution des titres de leurs adhérents par leurs propres moyens ou confier l'exécution de ces opérations matérielles à des entreprises commerciales, en s'assurant une

participation majoritaire dans leur direction, leur garantissant l'impartialité de cette gestion et la surveillance de leur comptabilité.

5. Depuis les modifications législatives opérées par la loi n° 2011-852 du 20 juillet 2011 relative à la régulation du système de distribution de la presse dite loi Legendre, les éditeurs peuvent également se passer des messageries pour livrer directement les dépositaires. La mise en œuvre de cette nouvelle faculté suppose l'édiction, par le CSMP, des modalités de cette livraison directe, ce qu'il n'a pas encore fait.
6. Il convient de distinguer quatre grands types de presse : la presse quotidienne nationale (PQN), la presse régionale, la presse magazine, et la presse gratuite. La presse quotidienne nationale et la presse magazine, destinées par nature à être distribuées sur la totalité du territoire français, font appel au système de distribution par des coopératives, qui assurent la couverture du maillage national avec une très forte capillarité. La presse gratuite utilise ses propres modes de distribution, tout comme la presse régionale, qui n'a pas besoin d'être distribuée dans la totalité du territoire.
7. Le chiffre d'affaires réalisé par la presse nationale est réparti de la façon suivante en fonction des catégories :



Source CSMP

8. La loi Bichet confie aux éditeurs la maîtrise et le contrôle de la distribution de leurs titres, qui se traduit par une chaîne de mandats de confiance souscrits par les acteurs de cette distribution, de l'éditeur jusqu'au point de vente. Ainsi, l'éditeur reste toujours propriétaire de son produit de presse et les intermédiaires sont rémunérés par un système de commissions sur le prix payé par le consommateur (prix de vente au montant fort).
9. La distribution de la presse nationale au numéro fait intervenir plusieurs niveaux : les éditeurs concluent un contrat de distribution avec les messageries (niveau 1), qui regroupent et distribuent les articles de presse jusqu'aux dépôts (niveau 2), qui eux mêmes reforment des paquets qu'ils distribuent jusqu'aux diffuseurs (niveau 3) chez lesquels le consommateur peut les acheter.



Source CSMP

10. L'activité du **niveau 1**, qu'elle soit réalisée en direct par une société coopérative de messagerie de presse ou à travers une société commerciale de messageries de presse, consiste à réaliser pour le compte des éditeurs les missions suivantes :
  - logistique : réception, répartition, traitement, livraison des titres aux dépositaires ;
  - commerciale : conseil et assistance à la distribution des titres (réglage), suivi du réseau des agents de la vente ;
  - financière : récupération auprès des dépositaires des recettes des ventes, remontée du produit des ventes aux éditeurs, mission du croire ;
  - gestion des informations : collecte des données de ventes et de l'ensemble des informations concernant les ventes.
11. Il existe trois coopératives de distribution de la presse : la Coopérative des quotidiens, la Coopérative des magazines, qui détiennent à elles deux la société Presstalis, et les Messageries Lyonnaises de Presse (ci-après « MLP »).
12. La société commerciale Presstalis, détenue à 75 % par la Coopérative des magazines et à 25 % par la Coopérative des quotidiens, assure seule la distribution des quotidiens et distribue également 64 % des titres magazines et 62 % des références hors presse (produits multimédias, encyclopédies, assimilés librairie et parapapeterie). Elle met en circulation plus de 3 700 titres en France et à l'étranger. Les deux coopératives regroupent 504 éditeurs au 1<sup>er</sup> octobre 2012. En 2011, Presstalis a réalisé un chiffre d'affaires de 178 millions d'euros.
13. Les MLP, quant à elles, assurent la distribution de 36 % des titres magazines et de 38 % des références hors presse. Elles mettent en circulation plus de 2 000 titres et regroupent 533 éditeurs de presse. En 2011, les MLP ont réalisé 68 millions d'euros de chiffre d'affaires.

14. Le système coopératif mis en place dans le secteur de la distribution de la presse exige que les actionnaires/sociétaires des coopératives soient également leurs clients.
15. Au **niveau 2**, les dépositaires de presse (grossistes) assurent la distribution aux diffuseurs de presse situés dans leur zone géographique des quotidiens et publications qui leur sont confiés. Les dépositaires sont des agents de vente mandatés par les sociétés de messageries de presse. Ils bénéficient d'une exclusivité territoriale et ont un statut de mandataire commissionnaire du croire. A ce titre, ils sont rémunérés par une commission calculée sur la vente au montant fort du titre.
16. L'activité de dépositaire de presse consiste à réaliser pour le compte des éditeurs les missions suivantes :
  - logistique : réception, répartition, traitement, livraison des titres aux diffuseurs, récupération et gestion des invendus ;
  - commerciale : optimisation de l'assortiment et des quantités servies aux points de vente en partenariat avec les éditeurs et le réseau du dépositaire, optimisation du réseau de vente sur sa zone territoriale ;
  - financière : récupération auprès des diffuseurs des recettes des ventes, remontée du produit des ventes aux messageries, mission du croire ;
  - gestion des informations : collecte des données de ventes et de l'ensemble des informations concernant les ventes, collecte des informations relatives au réseau de vente.
17. On compte sur le territoire métropolitain 136 dépôts de presse, qui se répartissent ainsi :
  - 19 agences de la Société d'Agence et de Diffusion (SAD) du groupe Presstalis servant 6 800 points de vente. Ces agences sont implantées dans les principales grandes villes de province ;
  - 25 dépôts Soprocom, gérés par le groupe Presstalis, servant 6 200 points de vente. Ces dépôts gèrent la distribution dans les principales villes de taille moyenne ;
  - 1 dépôt Société Presse Paris Services (SPPS) du groupe Presstalis servant 950 points de vente. Ce dépôt implanté à Bobigny gère la distribution sur Paris et onze communes de banlieue des titres de Presstalis ;
  - 9 dépôts du réseau de Forum Diffusion Presse (MLP) servant 1 500 points de vente ;
  - 29 dépôts affiliés au Groupement Alliance Distribution (dont Forum Diffusion Presse est opérateur) servant 5 200 points de vente ;
  - 53 dépôts indépendants servant 7 100 points de vente.
18. Au **niveau 3**, les quelques 29 000 diffuseurs de presse ou marchands de journaux assurent la vente au public des quotidiens et publications qui leur sont confiés. Ils ont, au même titre que les messageries et les dépositaires de presse, un statut de mandataire commissionnaire du croire. A ce titre, ils sont rémunérés par une commission calculée sur la vente au montant fort du titre.
19. Le diffuseur de presse a pour mission de vendre les titres qui lui sont confiés par le dépositaire, au nom des éditeurs. Pour cela, il réceptionne les quotidiens et les magazines, expose ces titres à la vente, relaye les opérations de promotion des éditeurs et met à disposition du dépositaire, au terme de la période de vente, les titres qui n'ont pu être vendus.

20. Les diffuseurs doivent également faire remonter les flux financiers et les statistiques résultant de la vente des titres, qui transitent par les dépositaires, puis les messageries et sont finalement transmis aux éditeurs.

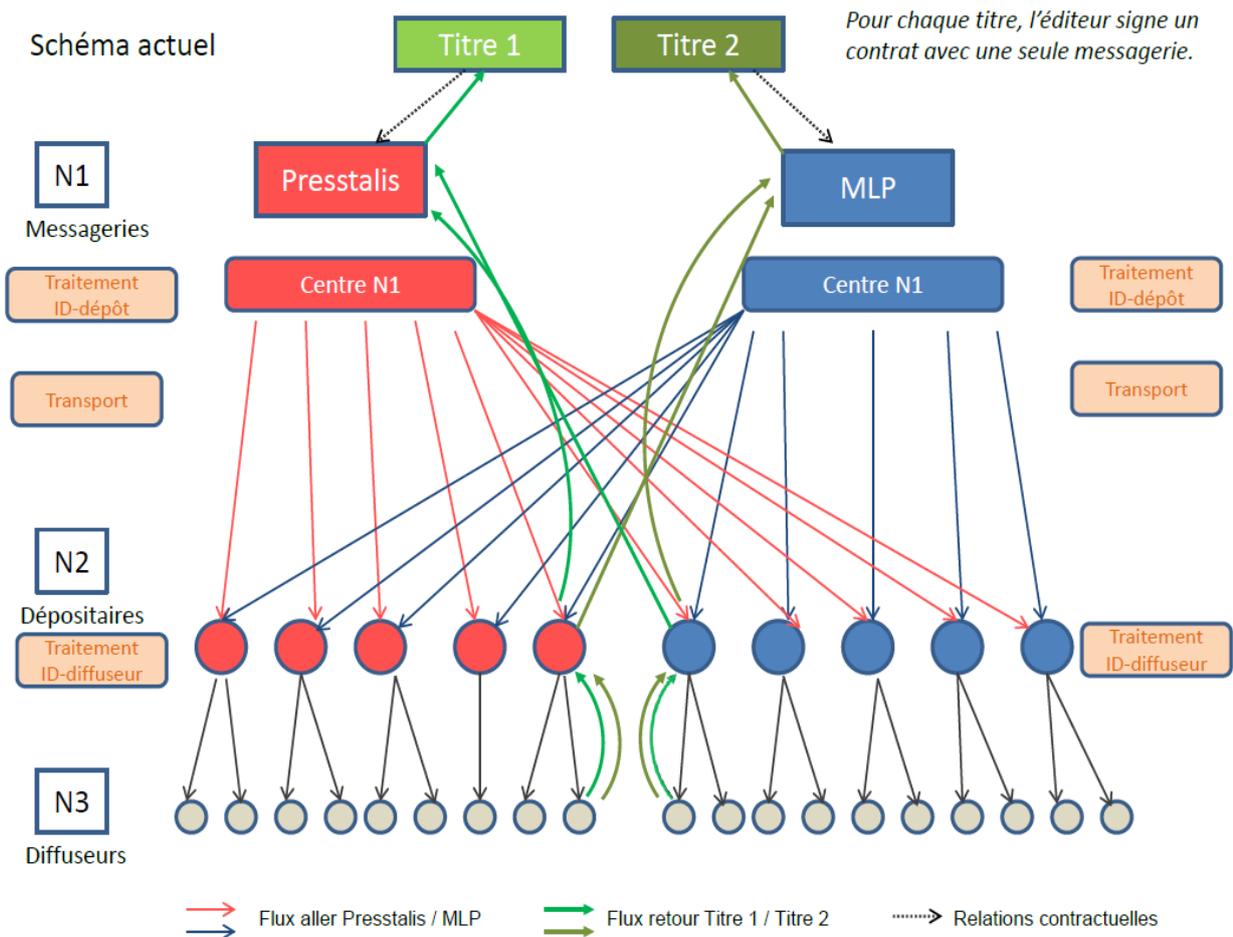
## **II. Les difficultés financières de Presstalis**

21. Presstalis distribue aussi bien la presse quotidienne nationale que la presse magazine. Les MLP quant à elles ne distribuent que des magazines.
22. La distribution de la presse quotidienne nationale étant structurellement déficitaire, du fait des contraintes qu'implique le traitement des « flux chauds », et du fait des coûts qu'implique le statut d'ouvrier du livre dont bénéficie le personnel de Presstalis contrairement à celui des MLP, Presstalis compensait en partie les pertes subies sur la distribution de la presse quotidienne nationale par les recettes tirées de la presse magazine.
23. Les MLP ne distribuant pas la presse quotidienne nationale, ses barèmes sur la presse magazine sont globalement plus attractifs que ceux de Presstalis. Face aux difficultés financières de la filière et de Presstalis en particulier, plusieurs éditeurs de presse magazine ont souhaité quitter Presstalis pour rejoindre les MLP, ce qui a aggravé la situation de Presstalis.
24. Par décision n° 2012-01 du 21 février 2012, le CSMP a augmenté les délais de préavis pour le passage d'une messagerie à une autre. Les nouveaux délais varient en fonction de l'ancienneté dans la messagerie et l'importance du tirage de la publication ; ils peuvent aller jusqu'à 12 mois. Cette décision fait l'objet d'un recours devant la cour d'appel de Paris.
25. A l'automne 2011, la trésorerie de Presstalis s'est trouvée dans une situation critique, ce qui a entraîné la nomination d'un mandataire ad hoc, chargé de trouver les voies d'un redressement pérenne à défaut duquel le redressement judiciaire, voire la liquidation judiciaire de Presstalis, apparaissait inéluctable avec, compte tenu des flux financiers en cause, des conséquences sur l'ensemble de la filière, voire des MLP elles-mêmes.
26. La prise de conscience de l'effet domino que pouvait créer la faillite de Presstalis a accéléré les réflexions qui étaient à l'œuvre sur la réforme de l'ensemble du système de distribution et notamment sur la façon de réaliser des économies dans la filière.

## **III. La situation actuelle de la distribution de la presse magazine**

27. Ainsi qu'il a été exposé ci-dessus, deux coopératives assurent la distribution de la presse magazine en France. D'une part, la Coopérative de magazines de Presstalis au travers de la société Presstalis, qui détient environ 64 % des parts de marché du niveau 1, et d'autre part les MLP, qui en détiennent environ 36 %.

28. Les éditeurs peuvent donc choisir entre ces deux coopératives en fonction des titres et il n'est pas rare qu'un même éditeur répartisse ses titres entre les deux messageries. En revanche, et tant que le CSMP n'aura pas pris les dispositions nécessaires permettant la livraison directe d'un titre aux dépositaires, le titre est confié de façon exclusive à une seule messagerie pour la distribution sur la totalité du territoire. Ainsi, chaque titre a un seul contrat avec une seule messagerie.
29. En ce qui concerne Presstalis, le traitement des publications au niveau 1 est dispersé sur quatre sites, tous situés en région parisienne (Bobigny, Moissy, Gonesse et Bonneuil). Dans son plan de restructuration, Presstalis prévoit de créer un centre unique de traitement des publications à Bonneuil qui sera entièrement sous-traité à la société Géodis.
30. Pour ce qui est des MLP, elles disposent de deux centres de niveau 1, à Saint-Quentin-Fallavier (près de Lyon) et à Saint-Barthélemy d'Anjou (près d'Angers). Un troisième site appelé « 1 bis », sans fonction logistique centrale, est exploité en sous-traitance par la société DHL en région parisienne.
31. Le transport des publications entre l'éditeur - départ imprimerie ou brocheur, en France ou à l'étranger - et le centre de niveau 1, est assuré par l'éditeur. Il se peut, notamment dans le cas des MLP, qu'il y ait des transports additionnels entre les différents centres de niveau 1 de cette coopérative.
32. Une fois les publications arrivées dans les centres de niveau 1, les messageries procèdent à leur traitement à l'« ID dépôt », c'est à dire au groupage des titres à destination des dépôts de niveau 2. Les palettes formées sont ainsi acheminées vers les dépôts de niveau 2. Chaque dépositaire étant en monopole local sur sa zone et les publications devant être distribuées dans la totalité du territoire français, chaque dépôt reçoit des camions venant des deux messageries.
33. L'activité de traitement est en grande partie sous-traitée chez Presstalis alors que l'activité de transport est totalement sous-traitée par les deux messageries.
34. Dans les dépôts, les magazines rejoignent les quotidiens, le tout étant cette fois-ci traité à l'« ID diffuseur », c'est à dire que les dépôts procèdent à la constitution de paquets à destination des différents points de vente. Des camions effectuent ensuite la distribution des quotidiens et magazines au départ des dépôts afin de livrer tous les points de vente de leur zone.



35. La distribution de la presse est une activité de coûts fixes. Plus l'activité de traitement et de transport est massifiée, plus elle est rentable. La présence de deux messageries fait qu'il y a des coûts de traitement et de transport très importants puisque chaque messagerie livre les mêmes dépôts avec ses propres moyens. Du fait de la baisse de volumes, les vecteurs de transport ne sont plus optimisés.
36. La filière cherche donc à réduire les coûts de la distribution de la presse en décroisant les flux de transport, c'est à dire en évitant que les deux messageries livrent tous les dépôts de niveau 2. Le décroisement des flux est unanimement souhaité par l'ensemble des acteurs.

#### IV. La réorganisation de la filière

37. Le CSMP a instauré, par décision n° 2012-05 du 13 septembre 2012 rendue exécutoire par délibération de l'ARDP n° 2012-07 du 3 octobre 2012, un mécanisme de péréquation financière entre coopératives d'éditeurs tendant à faire financer en partie les coûts de la distribution de la presse quotidienne par la presse magazine. Ce mécanisme a vocation à perdurer tant que la presse magazine bénéficiera du système très coûteux mis en place pour la diffusion de la presse quotidienne.

38. Par ailleurs, face à la situation actuelle marquée par la baisse importante des volumes vendus et par les difficultés financières de Presstalis, la filière a engagé un ensemble de réformes visant à la rendre plus efficace, tout en préservant la capillarité nécessaire à la distribution de la presse. Ainsi, le décroisement des flux s'insère dans un cadre plus vaste de réformes, comprenant la création du schéma directeur de niveau 2 et l'évolution du schéma logistique de Presstalis. Ces réformes doivent être mises en place au cours des années 2013 et 2014.

#### **A. LE SCHÉMA DIRECTEUR DU NIVEAU 2**

39. On compte aujourd'hui 136 dépositaires de presse de niveau 2, qui sont chargés de distribuer la presse dans les 29 000 points de vente environ existant en France. Afin d'optimiser les coûts de distribution, la profession a engagé les dépositaires à accroître leur taille et à rationaliser leur process. Ainsi, le nombre de dépositaires est passé de 2 840 en 1987 à moins de 700 en 1995 et à 147 à fin décembre 2011. Le schéma directeur approuvé par décision du CSMP n° 2012-04 du 26 juillet 2012 vise à réduire encore le nombre de dépositaires pour arriver au chiffre de 99 dépôts au 31 décembre 2014.

#### **B. L'ÉVOLUTION DU SCHÉMA LOGISTIQUE DE PRESSTALIS**

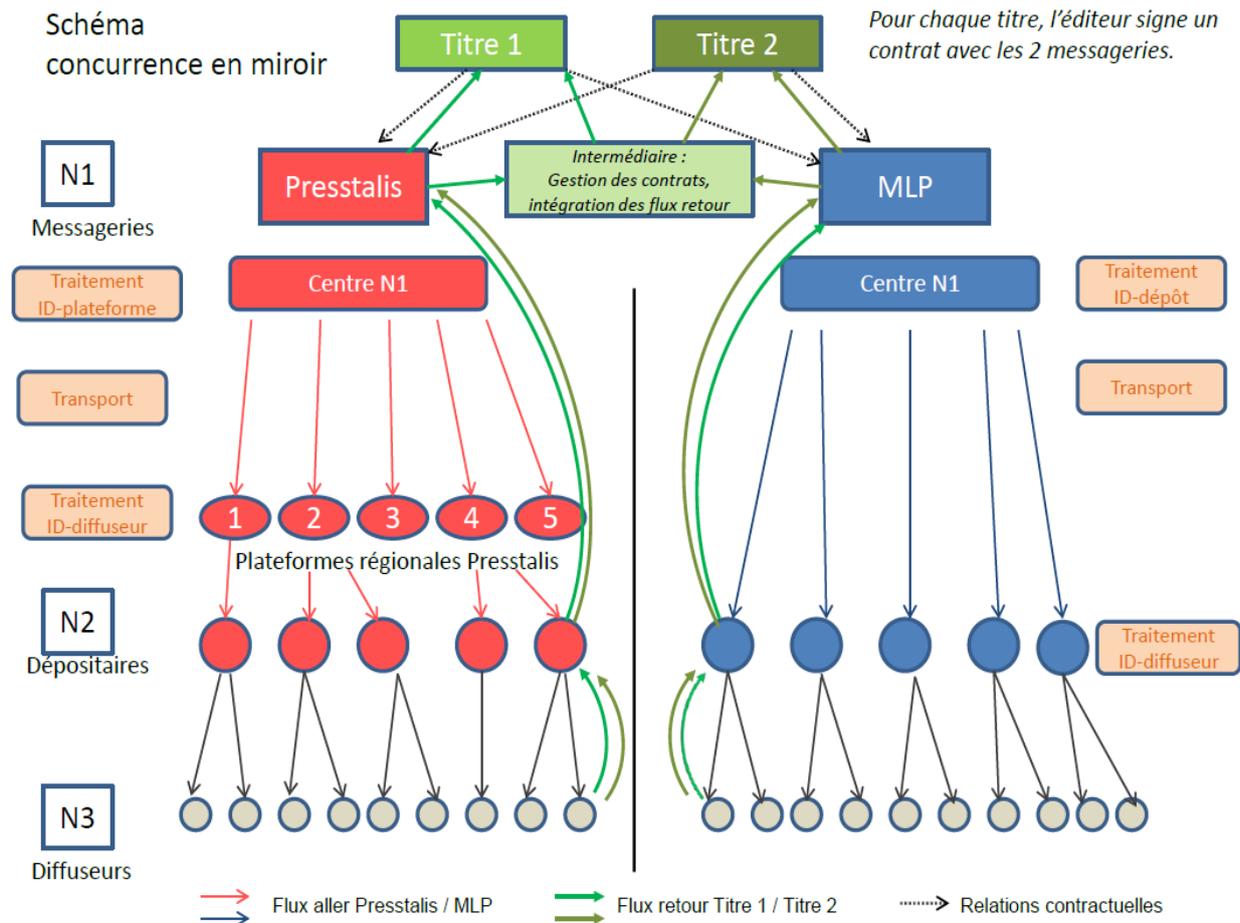
40. Afin de réaliser des économies sur la distribution, et en partant du schéma directeur de niveau 2, Presstalis souhaite restructurer son activité de niveau 2 en créant cinq plateformes régionales entourées des dépôts dits secondaires, qui prendront en charge le dernier kilomètre jusqu'au diffuseur. Dans un souci de rationalisation et de création de zones homogènes, Presstalis souhaite garder les dépôts qui font partie de ces cinq zones et céder ceux qui sont situés à l'extérieur de ces zones. Des négociations sont en cours, notamment avec les MLP, sur la cession de certains de ces dépôts.
41. Cette réorganisation de niveau 2 emporte des conséquences dans le traitement du niveau 1 de Presstalis. En effet, comme il a été souligné plus haut, aujourd'hui le traitement de niveau 1 se fait à l'« ID dépôt », sous forme de constitution de palettes à destination des dépôts de niveau 2. La nouvelle organisation de Presstalis avec les cinq plateformes régionales vient modifier le traitement de niveau 1, puisque dans le seul centre de traitement de niveau 1 de Presstalis situé à Bonneuil, les magazines seront traités à l'« ID plateforme », à destination des cinq plateformes régionales. Une fois les palettes arrivées dans les plateformes, elles seront traitées à l'« ID diffuseur » et non plus à l'« ID dépôt ». Les dépôts appartenant au groupe Presstalis ne seront donc plus en charge, pour ce qui concerne les magazines, que du transport vers le diffuseur, et non plus du traitement. La réorganisation de Presstalis aura également un impact sur les dépôts indépendants du niveau 2 qui ne peut pas être actuellement mesuré avec certitude.
42. MLP quant à elle gardera son schéma actuel de traitement, c'est à dire à l'« ID dépôt » au niveau 1 et à l'« ID diffuseur » au niveau 2.

### C. LES DIFFERENTS SCHÉMAS DE DÉCROISEMENT DES FLUX

43. Au delà des évolutions logistiques propres à Presstalis, les éditeurs souhaitent également réduire les frais de transport du niveau 1 au niveau 2, ce qui passe par une rationalisation des vecteurs de transport. L'idée avancée par les messageries est un partage des zones géographiques du niveau 2 en fonction des dépôts. Ainsi, Presstalis desservirait les dépôts situés autour de ces cinq plateformes (dites zones rouges, représentant environ 53 % des volumes) et les MLP tous les autres dépôts (dites zones bleues, représentant 47 % des volumes).
44. Si les éditeurs n'ont pas précisé au cours de l'instruction quelle était leur conception exacte de la mise en œuvre concrète du décroisement des flux, ils estiment de façon quasi unanime que le système mis en place doit permettre de :
- avoir un seul interlocuteur par titre,
  - conserver les deux messageries afin de faire jouer la concurrence,
  - mutualiser le transport,
  - mutualiser les vecteurs de transports avec d'autres types de produits et ceci au niveau national.
45. Le décroisement des flux, quelle que soit sa forme, permet de faire économiser à la filière un montant estimé à 8 millions d'euros.
46. Il peut cependant être opéré selon deux schémas différents, qui seront ici présentés successivement.

#### *Le schéma présenté par les MLP*

47. Le premier est soutenu par les MLP, qui souhaitent l'adoption d'un schéma dit de « concurrence en miroir », évitant toute relation entre messageries mais obligeant chaque titre à passer deux contrats, un avec chaque messagerie.

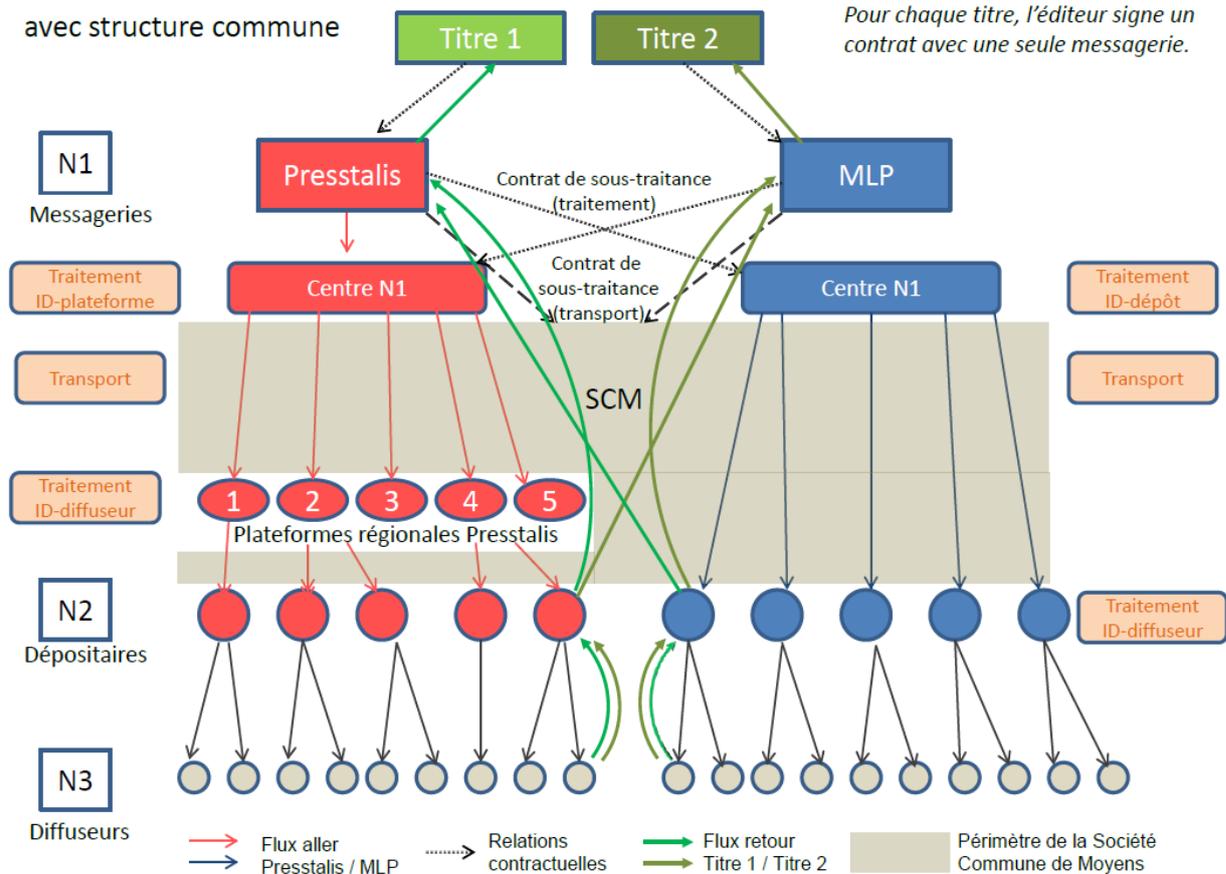


48. Dans le schéma proposé par les MLP, chaque titre doit signer un contrat avec les deux messageries à la fois et chaque messagerie est chargée du traitement et du transport des flux vers sa propre zone. Chaque messagerie est également chargée des flux de retour (informations, flux financiers, invendus).
49. Afin de maintenir une concurrence entre les deux messageries, les MLP estiment que le monopole d'une messagerie sur une région devrait être périodiquement remis en cause sur la base d'un appel d'offres dans un délai de trois à cinq ans. Ce système devrait permettre aux éditeurs de comparer l'efficacité de chaque messagerie sur ses propres zones et de réattribuer les zones à la plus efficace. La mise en concurrence devrait également permettre à des opérateurs tiers (presse quotidienne régionale, logisticiens...) de venir concurrencer les deux messageries actuelles sur le marché.

### *Le schéma alternatif*

50. Un deuxième schéma, consistant en un système de sous-traitance logistique mutuelle pour le traitement entre messageries, avec création d'une société commune de moyens chargée de gérer le transport, a été évoqué lors de l'instruction.

Schéma décroisement + sous-traitance avec structure commune



51. Dans ce deuxième schéma, chaque éditeur garde la messagerie de son choix pour chacun de ses titres. La messagerie sélectionnée sous-traite à l'autre messagerie le traitement des flux vers la zone de cette dernière et tous les flux de transport du niveau 1 vers le niveau 2 sont sous-traités à la structure commune.
52. La création de la structure commune, qui négociera l'ensemble des contrats de transport avec les opérateurs logistiques, doit permettre des économies supplémentaires estimées par Presstalis à 3 millions d'euros. Elle permet en outre d'envisager la mutualisation de cette structure logistique au niveau national en transportant d'autres types de produits comme les produits pharmaceutiques.

**D. L'ÉVALUATION PAR L'AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE DES SCHÉMAS ENVISAGÉS**

53. Les deux schémas présentés plus haut passent par une répartition des marchés pour le traitement et le transport, donnant à chaque messagerie environ la moitié du marché de la distribution de la presse. L'instruction n'a pas permis d'établir une autre proposition compatible avec les exigences propres à la distribution de la presse.

### *Un monopole régulé ?*

54. Il serait certes possible de se demander si dans une telle situation un monopole régulé ne devrait pas être envisagé, dès lors qu'en toute hypothèse, les deux scénarii envisagés reposent sur un partage de marché pour les prestations logistiques, ce qui réduit considérablement la concurrence en prix, ces services représentant plus de la moitié des coûts des messageries. Un monopole régulé aurait l'avantage de simplifier les relations avec les éditeurs et de mutualiser les coûts logistiques dans un secteur à forts coûts fixes, en déclin et pour lequel la massification est indispensable.
55. Le monopole régulé aurait en revanche le fort inconvénient d'anéantir la concurrence sur le niveau 1, enlevant ainsi aux éditeurs tout choix entre messageries, et ceci de façon pratiquement irréversible. L'Autorité de la concurrence est d'avis qu'il est encore possible et souhaitable de préserver un certain degré de concurrence au niveau 1, à partir des schémas présentés plus haut.

### *Appréciation du schéma présenté par les MLP*

56. Si le schéma proposé par les MLP consistant en une « concurrence en miroir » présente l'avantage apparent de permettre le maintien d'une concurrence pour le marché et garantit par ailleurs le maintien d'une totale indépendance entre les messageries, il présente deux inconvénients majeurs.
57. En premier lieu, la concurrence pour le marché consistant à mettre les deux messageries régulièrement en compétition dans un délai de trois à cinq ans pour gagner des zones géographiques à l'issue des appels d'offres paraît peu réaliste pour deux raisons.
58. D'une part, les techniques de traitement des deux messageries seront différentes dans un futur proche, ce qui n'est pas sans conséquences en termes d'organisation du niveau 1 et du niveau 2. En effet, MLP réalise son traitement à l' « ID dépôt » alors que Presstalis le fera à l' « ID plateforme » puis à l' « ID diffuseur ». Comme il a été signalé plus haut, le passage d'un système à l'autre ne peut aller sans difficultés.
59. D'autre part, la loi Bichet instaure un mécanisme de solidarité qui suppose que toutes les zones sont desservies au même tarif afin d'assurer sur tout le territoire un accès égal à la presse. Les appels d'offres pour le marché semblent ainsi ne pas avoir de sens alors que toutes les zones sont censées avoir le même prix de distribution.
60. En second lieu, et surtout, les éditeurs auraient l'obligation de passer par les deux messageries pour la totalité de leurs titres, ce qui leur enlèverait le choix de la messagerie et induirait en outre des coûts supplémentaires liés à la multiplication des contrats et à la nécessité pour les petits éditeurs de faire appel à une société intermédiaire pour gérer les contrats, agréger la remontée des flux financiers et d'information statistique. Ce schéma, qui confronte les éditeurs à deux monopoles régionaux, est globalement refusé par les éditeurs, qui souhaitent garder la messagerie de leur choix et conserver un seul interlocuteur sans nécessité d'ajouter des intermédiaires supplémentaires pour synthétiser les retours d'information.
61. Le schéma proposé par les MLP, qui supprime pratiquement toute concurrence entre messageries, ne pourrait donc recueillir un avis favorable de l'Autorité de la concurrence, alors qu'une autre solution, qui maintiendrait une certaine concurrence entre messageries, pour des gains d'efficacité au moins équivalents, apparaît possible.

### *Appréciation du schéma alternatif*

62. Le schéma alternatif, qui prévoit un système de sous-traitance mutuelle et la création d'une société commune de moyens chargée de gérer le transport, présente l'avantage de permettre aux éditeurs de choisir leur messagerie et de n'avoir qu'un seul interlocuteur pour la globalité du titre confié à l'une d'entre elles. Il permet en outre l'obtention de gains d'efficience supplémentaires si la société commune de moyens a la possibilité de négocier les contrats de transport au niveau national et de mutualiser les transports avec d'autres types de produits, ce qui est important dans une perspective de massification.
63. Ce schéma présente cependant deux inconvénients.
64. Le principal inconvénient réside dans le recours indispensable à cette sous-traitance mutuelle, refusée par les MLP, du traitement du niveau 1 entre messageries. La possibilité de se passer de la sous-traitance entre messageries est en effet peu réaliste en raison des techniques différentes de traitement et des contraintes liées aux délais de livraison de certains magazines, la combinaison des deux techniques impliquant des risques de retard dans la livraison et des coûts supplémentaires pour la filière.
65. La sous-traitance mutuelle entre les messageries pour le traitement et la sous-traitance de la gestion du transport à la société commune de moyens obligerait les deux messageries à coopérer étroitement et réduirait considérablement la concurrence entre elles sur la partie logistique de leur activité, qui représente plus de la moitié de leurs coûts.
66. Sur ce dernier point il convient cependant de noter que ces activités, sans véritable valeur ajoutée, sont déjà en grande partie sous-traitées par les messageries. En effet, MLP et Presstalis sous-traitent la totalité du transport et Presstalis sous-traite également la plus grande partie du traitement de la presse magazine. On peut également relever que cette absence de concurrence logistique est déjà présente aux niveaux 2 et 3 de la filière, chaque dépositaire étant en monopole local sur sa zone.
67. En revanche, ce schéma permettrait le maintien d'une concurrence résiduelle sur les services à valeur ajoutée commerciaux (conseil et réglage des titres consistant à définir très finement, par exemple selon les dates, les volumes de titres à distribuer par diffuseur), financiers (récupération des recettes auprès des dépositaires, mission du croire) et d'analyse d'information. Cette frange concurrentielle, certes réduite, mais qui inclurait notamment le réglage, principal élément de différenciation entre les messageries, maintiendrait une animation du marché pour la partie qualitative des opérations menées par celles-ci.
68. Un second inconvénient de ce schéma pourrait résider dans la création de la société commune de moyens, qui pourrait être regardée comme un accord d'achat groupé entre deux sociétés concurrentes. Ce type d'accord est analysé dans les lignes directrices de la Commission sur l'applicabilité de l'article 101 TFUE aux accords de coopération horizontale (JOUE 2011/C 11/01). Ces accords visent généralement à créer une puissance d'achat susceptible de conduire à une baisse de prix ou à une amélioration de la qualité des produits ou des services pour les consommateurs (§ 194) et peuvent dans cette mesure être regardés favorablement par les autorités de concurrence. Néanmoins, un des risques concurrentiels signalés dans les lignes directrices de la Commission est que les prix d'achat inférieurs obtenus grâce à l'accord d'achat groupé ne soient pas répercutés sur le consommateur (§ 201).
69. Mais il apparaît que les effets négatifs d'une absence de concurrence entre messageries dans le traitement et le transport peuvent être contrebalancés par des éléments de contexte propres au secteur de la distribution de la presse, fortement régulé et marqué par le droit coopératif.

70. D'une part, au niveau du traitement, une absence de concurrence pourrait théoriquement se traduire par une augmentation des barèmes des coopératives, chacune en monopole sur ses zones géographiques. Or, le fait que les éditeurs des coopératives soient également leurs propres clients supprime cette incitation. En effet, les messageries n'ont pas vocation à s'enrichir et rétrocèdent les gains obtenus aux éditeurs. Ainsi, une hausse des barèmes non justifiée se traduirait automatiquement par une restitution du trop perçu aux éditeurs.
71. En outre, la possibilité offerte par l'article 18-6-3° de la loi Bichet d'établir des liens directs entre les éditeurs et les dépositaires devrait théoriquement inciter les messageries à être plus compétitives si elles ne veulent pas que certains titres décident de livrer eux mêmes certains dépositaires. Pour que cette disposition devienne applicable, le CSMP devrait édicter les modalités de cette livraison directe. Il ressort cependant des déclarations faites en séance que les éditeurs, actuellement dans une recherche de mutualisation, ne semblent pas intéressés par cette possibilité, qui pourrait fragiliser les messageries.
72. D'autre part, tant que la société commune de moyens sera contrôlée à parts égales par Presstalis et les MLP, la société, certes en monopole sur cette activité, n'aura pas d'incitation à augmenter ses marges de manière injustifiée ou à réduire sa qualité de service, car elle n'opèrera que pour les besoins et les intérêts de ses sociétés mères.
73. La conclusion pourrait être différente si elle venait à être rachetée par une société tierce ou si une des deux messageries en perdait le contrôle. Le risque identifié par la Commission dans ses lignes directrices sur les accords de coopération horizontale, notamment en matière d'achat groupé, pourrait survenir dans de telles circonstances. Dans ce cas, une régulation du prix pratiqué par la société serait éventuellement nécessaire.
74. En conclusion, il est souhaitable, et les éditeurs se sont prononcés en ce sens, qu'une concurrence subsiste sur les services à valeur ajoutée des messageries que sont les prestations commerciales, financières et informationnelles, et que chaque éditeur puisse déterminer librement la messagerie de son choix. Le schéma consistant en une sous-traitance mutuelle du traitement au niveau 1 et la sous-traitance du transport à la société commune de moyens permet de garantir cette concurrence entre messageries sur les prestations à valeur ajoutée et préserve la possibilité pour les éditeurs de choisir librement entre les messageries.
75. Dans la mesure où le choix par un éditeur de sa messagerie n'impliquerait plus que celle-ci assure le traitement de niveau 1 et le transport, il serait en revanche souhaitable que le délai de préavis pour passer d'une messagerie à l'autre soit raccourci, les motifs ayant présidé à un rallongement du délai par la décision du 21 février 2012 précitée, qui étaient tirés de la désorganisation des flux entre messageries du fait d'un délai trop court de préavis, n'étant plus opérants.
76. Dans le cas où la réorganisation de la filière devrait passer par un accord entre les messageries susceptible de faire l'objet d'un décret, l'Autorité de la concurrence appelle l'attention du ministre de l'économie sur le fait que, en vertu de l'article L 420-4 II du code de commerce, ce projet de décret devrait lui être soumis pour avis conforme.

## Conclusion

L'Autorité de la concurrence est d'avis que, en dépit de la réduction de concurrence au niveau 1, le schéma de décroisement des flux consistant en la sous-traitance mutuelle du traitement au niveau 1 et la sous-traitance du transport à une société commune de moyens créée par les messageries existantes, pourrait, s'il est accompagné d'une réduction des délais de préavis prévus pour le changement de messagerie, apporter à la filière de la distribution de la presse magazine des gains d'efficacité réels sans supprimer toute possibilité de concurrence entre messageries. La réunion de l'ensemble des conditions fixées par l'article L 420-4-I du code de commerce ne pourrait cependant être appréciée que sur la base d'un projet de décret précisant les modalités concrètes du schéma de décroisement retenu.

Délibéré sur le rapport oral de Mme Eliezer Garcia-Rosado, rapporteure, et l'intervention de Mme Carole Champalaune, rapporteure générale adjointe, par Mme Elisabeth Flüry-Hérard, vice-présidente, présidente de séance, M. Emmanuel Combe, vice-président et M. Noël Diricq, membre.

La secrétaire de séance,  
Caroline Orsel-Sébès

La vice-présidente,  
Elisabeth Flüry-Hérard

---

© Autorité de la concurrence