

CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

Avis du Président du CSMP sur le barème de la *Coopérative de distribution des magazines* adopté le 28 février 2017 par l'assemblée générale de cette coopérative

14 avril 2017

Le Président du Conseil supérieur des messageries de presse

Vu l'article 12 de la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 modifiée *relative au statut des entreprises de groupage et de distribution des journaux et publications périodiques* ;

Vu le règlement intérieur du Conseil supérieur des messageries de presse ;

Vu la décision n° 2016-02 *relative à la mise en œuvre du droit d'opposition prévu au 11° de l'article 18-6 de la loi du 2 avril 1947*, adoptée le 21 décembre 2016 par l'assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse ;

Vu le barème adopté le 28 février 2017 par l'assemblée générale de la *Coopérative de distribution des magazines*, transmis par une lettre du président de cette société coopérative en date du 7 mars 2017, reçue le 14 mars 2017 par le Secrétariat permanent du Conseil supérieur ;

Rend l'avis suivant :

Procédure

1. L'article 12 de la loi du 2 avril 1947 (la « **loi Bichet** »), dans sa rédaction issue de la loi du 17 avril 2015, prévoit que les barèmes des tarifs adoptés par l'assemblée générale d'une société coopérative de messageries de presse doivent être homologués par l'Autorité de régulation de la distribution de la presse (**ARDP**). Pour ce faire, les barèmes votés par les assemblées générales des coopératives doivent être transmis au président du Conseil supérieur des messageries de presse (**CSMP**) et à l'ARDP dans un délai de quinze jours suivant leur adoption. Le président du CSMP dispose d'un délai de quatre semaines, à compter de la réception d'un barème, pour émettre sur celui-ci un avis motivé qu'il adresse à l'ARDP.
2. L'assemblée générale de la *Coopérative de distribution des magazines (CDM)* a adopté, le 28 février 2017, un barème qui a été soumis à cette procédure d'homologation.
3. Par une **lettre en date du 7 mars 2017, reçue le 14 mars 2017** au Secrétariat permanent du CSMP, le président de la CDM a transmis, une demande d'homologation de ce barème. La lettre de saisine du président de la CDM était accompagnée des documents suivants :
 - (i) Projet de barème soumis à l'assemblée générale de la coopérative et approuvé par elle ;
 - (ii) Procès-verbal de par l'assemblée générale du 28 février 2017, accompagné du discours introductif du président de la CDM et de la copie de la feuille de décompte des votes ;
 - (iii) Texte des résolutions votées par l'assemblée générale ;
 - (iv) Etude des cabinets Wavestone / Postmedia en date du 20 février 2017 concernant le projet d'actualisation du barème de la CDM ;
 - (v) Un tableau comparatif entre le barème précédent et le barème adopté le 28 février par l'assemblée générale ;

- (vi) Procès-verbaux des conseils d'administration de la CDM tenus les 25 janvier 2017 et 20 février 2017 ;
 - (vii) Copie de l'ordre du jour du conseil d'Administration de Presstalis tenu le 2 mars 2017 au cours duquel le projet de barème de la CDM a été examiné ;
 - (viii) Composition et dates de réunion des divers groupes de travail Editeurs/Consultants/Presstalis qui ont préparé le projet de barème ;
 - (ix) Composition du conseil d'orientation de la CDM qui a été consulté sur le projet de barème.
4. La lettre du président de la CDM et les documents joints sont annexés au présent avis (**annexe n° 1**).
 5. Par une lettre en date du 10 mars 2017, adressée au Président du CSMP, la présidente de Presstalis a indiqué que le projet de barèmes présenté par la CDM résultait « *d'un travail de construction mené en commun entre les représentants de la coopérative, le cabinet Postmedia, les équipes commerciales et financières et la direction générale de Presstalis* ». Une copie de cette lettre est annexée au présent avis (**annexe n° 2**).
 6. Ainsi que le législateur l'a souhaité lors de l'adoption de la loi du 17 avril 2015, le Président du CSMP s'est entouré des membres de la *Commission de suivi de la situation économique et financière des messageries (CSSEFM)* pour émettre un avis sur le barème transmis. Il a également fait appel à l'assistance technique de M. Laurent Inard (Mazars) et de Me Rémi Sermier (Carlara).
 7. A l'issue d'une première réunion de travail de la CSSEFM consacrée à l'analyse des documents reçus, le Président du CSMP a adressé au président de la CDM une lettre en date du 21 mars 2017 pour l'inviter à venir présenter oralement le barème adopté par l'assemblée générale de sa coopérative. Dans cette lettre, le président du CSMP a rappelé que, compte tenu des dispositions de l'article 12 de la loi du 2 avril 1947, la CSSEFM entendait structurer l'analyse des barèmes des messageries de presse au regard des trois questions suivantes :
 - (i) Quelle a été la procédure d'élaboration et d'adoption du barème ?
 - (ii) Quel est l'impact du barème sur l'équilibre de la messagerie et, plus largement, sur l'équilibre du système collectif de distribution de la presse ?
 - (iii) Le barème permet-il une répartition équitable et solidaire des coûts ?Pour préparer l'audition, prévue le 27 mars 2017, le président de la CDM a été invité à fournir des informations complémentaires et à répondre à un certain nombre de questions techniques.
 8. Une copie de la lettre du Président du CSMP au président de la CDM est annexée au présent avis (**annexe n° 3**).
 9. Le président de la CDM a répondu à la demande d'éléments complémentaires par une note en date du 24 mars 2017. Une copie de cette note est jointe au présent avis (**annexe n° 4**).
 10. L'**audition de M. Hubert Chicou, président de la CDM**, par la CSSEFM est intervenue le **27 mars 2017**. Au cours de cette audition, le président de la CDM a développé les éléments contenus dans sa lettre de saisine et dans sa lettre complémentaire du 24 mars 2017, et a répondu aux questions des membres de la CSSEFM.

Avis

11. Selon le discours introductif du président de la CDM à l'assemblée générale de la coopérative, le barème adopté le 28 février 2017 répond aux objectifs suivants :
 - (i) Répondre à l'engagement pris en 2014 d'actualiser le barème de manière à tenir compte de la transformation industrielle de Presstalis ;
 - (ii) Mettre fin à l'application des accords particuliers, faisant suite à la décision n° 2016-02 adoptée le 21 décembre 2016 par l'assemblée du CSMP ;
 - (iii) Proposer des barèmes et des tarifs compétitifs ;
 - (iv) Soutenir les ventes au travers d'une politique de l'offre incitative.
12. Dans son discours introductif, le président de la CDM souligne également que **ce barème présente un caractère transitoire** et qu'un nouveau barème sera soumis au vote des éditeurs membres de la coopérative pour application en 2018. Le barème objet du présent avis ne serait donc appliqué que pendant une période de temps inférieure ou égale à une année.
13. Le caractère transitoire de ce barème est confirmé dans la lettre de saisine du président de la CDM adressée au Président du CSMP :

Les prochaines étapes consisteront à étalonner à la lumière du budget 2017, le coût des unités d'œuvre et donc de la valeur au barème des différentes unités d'œuvre et les règles d'actualisation. C'est un travail méticuleux et complexe qu'il faut mener.

Un soin particulier sera porté à l'analyse des coûts des unités d'œuvre pour le niveau 2 et la tarification correspondante.

Enfin, nous vérifierons le sens économique des « boni structurants » pour s'assurer que ce principe n'alimente pas une déflation des barèmes des publications nuisible à la filière.

Une fois ces travaux réalisés, nous simulerons les différents résultats pour les soumettre au conseil d'administration de la CDM et à son assemblée générale en vue d'une mise en œuvre courant 2018.

14. Dans ce contexte, **la structure du barème adopté le 28 février 2017 est restée inchangée** par rapport au barème actuellement en vigueur, qui est mis en œuvre depuis le 1^{er} juillet 2014. Seules les modifications apportées au barème actuel ont fait l'objet d'explications.
15. Rappelons que, dans le barème actuel, il existe trois « packs » tarifaires (standard, optimum, premium) entre lesquels les éditeurs membres de la coopérative doivent opter en fonction du niveau de qualité de service qu'ils souhaitent pour la distribution de leurs titres. La tarification différenciée des « packs » vise à prendre en compte les niveaux différenciés de prestations fournies par la messagerie et les contraintes plus ou moins fortes qui en résultent pour elle (jour de mise en vente, services associés). Ainsi, par exemple, pour les publications relevant du « pack standard », Presstalis peut décaler leur distribution dans le temps afin de lisser ses pics d'activité.
16. Les **modifications apportées au barème actuel** par la résolution de l'assemblée générale de la CDM votée le 28 février 2017 **peuvent se résumer comme suit** :
 - (i) *Frais d'approche logistique* : augmentation des remises liées aux volumes annuels de ventes d'un titre donné, tant du fait de la modification des taux de remise que de la baisse du seuil d'octroi des remises, qui débiterait désormais dès 100.000 exemplaires vendus dans l'année ;
 - (ii) *Frais de réassort* : les réassorts seraient désormais gratuits pour les parutions en cours (cette option tarifaire, catégorisée sous le vocable « frais annexes au barème », était précédemment facturée 165 € par parution faisant appel au réassort) ;

- (iii) *Tarification des nouveautés* : augmentation des remises sur les crédits nouveautés, par application d'une remise complémentaire de 25 points en sus des remises actuellement prévues ;
- (iv) *Introduction d'un élément de flexibilité dans le choix des « packs » tarifaire* : le choix d'un « pack » tarifaire pour un titre demeurera irrévocable durant un an mais, pour une parution par an, l'éditeur pourra accéder aux prestations du « pack » supérieur afin de bénéficier d'un effet d'actualité ou d'accompagner une campagne promotionnelle.
17. Dans la suite du présent avis, les trois premières mesures tarifaires seront désignées par les termes « *Frais d'approche logistique* », « *Frais de réassort* » et « *Crédits nouveautés* ».
18. **S'agissant des travaux préparatoires au barème**, et de l'information des éditeurs membres de la coopérative sur la teneur et la portée exacte du barème qu'ils sont appelés à approuver, le président de la CDM a détaillé, dans sa lettre de saisine du 24 mars 2017, les modalités selon lesquelles le barème a été élaboré.
19. La décision de lancer les travaux de préparation du barème a été prise par le conseil d'administration de la CDM lors de sa séance du 25 janvier 2017. A cette occasion, le président de la coopérative a notamment proposé de suivre les orientations suivantes :
- Ne pas remettre en cause fondamentalement la structure actuelle du barème ;
 - Modifier certaines valeurs unitaires ;
 - Retenir un certain nombre de principes, comme la non-augmentation du coût d'intervention au niveau I et la garantie pour la messagerie d'une ressource globale en lien avec le Plan Moyen Terme de Presstalis ;
 - Intégrer de façon plus importante dans le barème l'apport des volumes structurants.
20. Le projet de barème a été préparé avec l'assistance des consultants de Postmedia/Wavestone. Un groupe de travail de sept éditeurs, présidé par M. Hubert Chicou, a tenu quatre réunions (les 2, 7, 14 et 16 février 2017) avec le directeur des coopératives associées à Presstalis (M. Erik Boursier) et les consultants pour valider les hypothèses et les orientations proposées.
21. Le conseil d'administration de la CDM s'est à nouveau réuni, le 20 février 2017, pour examiner le résultat des travaux et a approuvé la proposition de barème présentée par le président de la coopérative.
22. Le projet de barème a ensuite été présenté au conseil d'orientation de la coopérative qui s'est réuni le 23 février 2017. Le conseil d'orientation est une instance de concertation entre les éditeurs à laquelle peuvent participer tous les membres de la coopérative qui le souhaitent. En pratique, une vingtaine d'éditeurs ont assisté à la séance du conseil d'orientation qui a examiné le projet de barème. Il s'agissait d'éditeurs qui n'avaient pas siégé dans le groupe de travail ayant supervisé la préparation du projet.
23. Il résulte des indications données par le président de la CDM que l'étude réalisée par Postmedia/Wavestone a été présentée (i) aux membres du conseil d'administration de la coopérative, (ii) aux participants à la séance du conseil d'orientation tenue le 23 février 2017, et (iii) aux membres de l'assemblée générale de la coopérative. En outre, les éléments principaux de cette étude ont été reproduits dans le rapport du conseil d'administration à l'assemblée générale, joint à la convocation de celle-ci, ainsi qu'un tableau comparatif faisant apparaître les modifications proposées par rapport au barème actuel.
24. Il apparaît ainsi que les travaux de préparation du projet de barème ont été menés en association avec des représentants des éditeurs membres de la coopérative et que les éditeurs non directement associés à ces travaux ont eu accès à la documentation disponible dans le cadre de ces travaux.

25. **Le niveau de transparence du processus d'élaboration du barème** peut donc être regardé comme globalement satisfaisant, sous la réserve des insuffisances mentionnées aux points 30 et suivants.

26. Il convient par ailleurs de noter, comme l'a confirmé la présidente de Presstalis dans sa lettre en date du 10 mars 2017 adressée au Président du CSMP, que l'élaboration du projet de barème a été effectuée en coopération avec les équipes commerciales et financières et la direction générale de cette messagerie.

27. Le barème adopté par l'assemblée générale de la CDM a également fait l'objet d'un point d'information lors du conseil d'administration de Presstalis qui s'est tenu le 2 mars 2017. **Il n'a cependant pas fait l'objet d'un vote formel de la part du conseil d'administration** de la messagerie.

28. Dans sa délibération n° 2016-01 en date du 1^{er} juillet 2016 concernant une demande d'homologation du barème de la Coopérative des quotidiens (CDQ), l'ARDP a indiqué que :

(...) eu égard, notamment à la circonstance que les coopératives de distribution des quotidiens et des magazines sont seules actionnaires de la messagerie, [les] dispositions de l'article 12 [de la loi Bichet] impliquent, pour l'élaboration d'un barème de tarifs, l'engagement d'un dialogue entre la coopérative et la messagerie et, du fait de la coopération en vigueur, entre les deux coopératives ; que, lorsque le projet de barème porte sur une modification de paramètres structurants, tels que le périmètre d'activité couvert par le barème, la définition de nouvelles clefs de répartition des coûts ou encore la modification des modes de détermination du tarif par référence aux unités d'œuvre ou par application d'un pourcentage ad valorem, ces mêmes dispositions impliquent, en outre, que le conseil d'administration de Presstalis délibère sur ces choix et sur l'application de ces paramètres structurants, eu égard à leur incidence sur l'économie de la messagerie et sur ses modalités d'organisation et de fonctionnement ; (...)

29. Dans le cas du barème présentement soumis à homologation, il ressort des informations communiquées par M. Chicou et par Mme Couderc que le tarif voté le 28 février 2017 par l'assemblée générale de la CDM a bien été précédé d'un « dialogue entre la coopérative et la messagerie ». Ce tarif n'a pas donné lieu à une délibération formelle du conseil d'administration de Presstalis. On admettra néanmoins qu'une telle formalité a pu ne pas apparaître nécessaire, dès lors qu'il s'agit d'un barème transitoire ne comportant pas de « modification des paramètres structurants » au sens de la délibération précitée de l'ARDP.

30. En revanche, il ne semble pas qu'un dialogue ait été conduit entre les deux coopératives associées de Presstalis préalablement à l'adoption du barème et aucune indication n'a été donnée à ce propos par le président de la CDM. Compte tenu des circonstances ayant présidé à l'adoption du barème, marqué par l'obligation de mettre un terme à l'existence « d'accords privilégiés », un dialogue entre les deux coopératives associées de Presstalis aurait pourtant été éminemment souhaitable. Il appartiendra à l'ARDP d'indiquer si l'absence éventuelle d'un tel dialogue pourrait être de nature à vicier la procédure d'élaboration du barème.

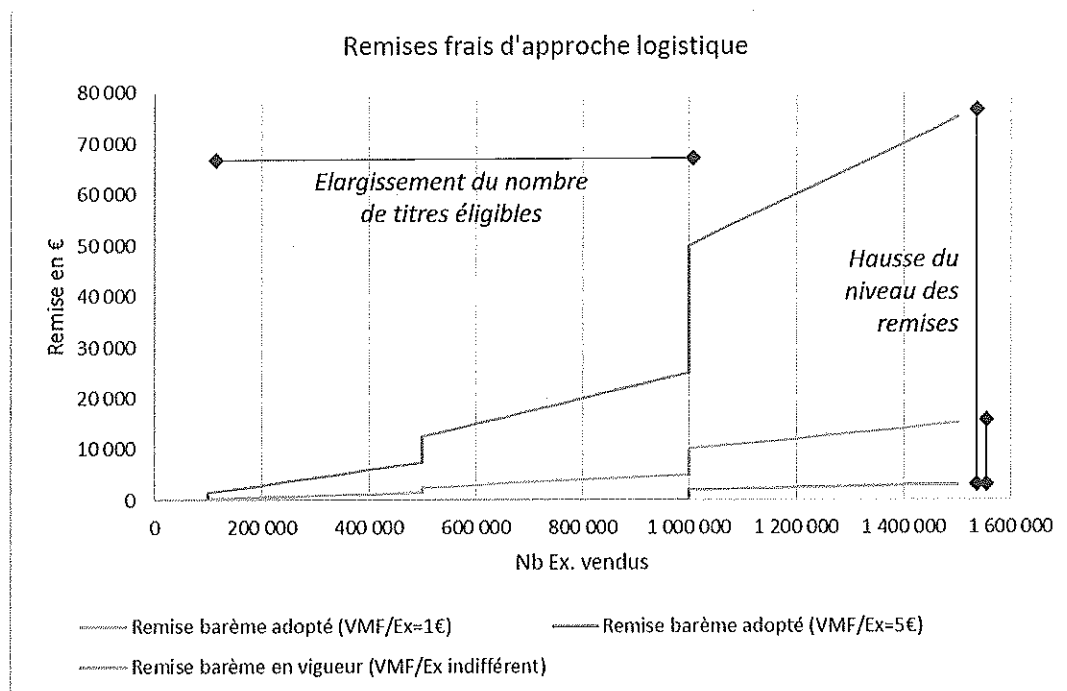
31. **En ce qui concerne la documentation fournie** dans le cadre de la procédure d'homologation, on doit constater que **son contenu est très limité**. Comme cela a été dit précédemment, les travaux menés par la coopérative ont été exclusivement focalisés sur les évolutions à apporter au barème actuel et n'ont pas porté sur l'analyse du barème dans son ensemble.

32. De ce fait, les éléments suivants ne sont pas fournis :

- a) Définition du périmètre des prestations incluses dans le barème, faisant clairement apparaître les prestations obligatoires et les prestations optionnelles, et des prestations « hors barème », en cohérence avec le contrat de groupage ;

- b) Compte de résultat aux bornes de la coopérative (incluant les recettes issues du barème et des prestations « hors barème » et excluant le « hors presse » et les éléments relevant de la Coopérative de distribution des quotidiens) et compte de résultat aux bornes du seul barème (objet de l'homologation) ;
 - c) Données analytiques permettant d'appréhender les coûts complets liés à la fourniture d'une prestation donnant lieu à tarification (de manière à mesurer l'adéquation entre le tarif fixé pour chaque unité d'œuvre et les coûts liés à l'exécution de la prestation correspondante) ou, au minimum, rendant compte des coûts directs avant allocation des coûts communs (permettant de vérifier les niveaux de marge sur coûts directs par prestation)¹ ; en effet, lorsqu'un acteur économique pratique une tarification à l'unité d'œuvre, il doit être en mesure de savoir si le prix qu'il fait payer pour une prestation couvre bien les coûts qu'il expose pour fournir celle-ci ;
 - d) Plan moyen terme et/ou budget prévisionnel, en résultat et en flux de trésorerie, permettant de s'assurer de l'équilibre financier et de la continuité de l'exploitation des activités de distribution déléguées par la coopérative à Presstalis.
33. On a vu plus haut que, dans sa lettre de saisine du 7 mars 2017, le président de la CDM indique qu'il va conduire dans les mois qui viennent des travaux visant à « *étalonner à la lumière du budget 2017, le coût des unités d'œuvre et donc de la valeur au barème des différentes unités d'œuvre et les règles d'actualisation* ». Dans sa note complémentaire du 24 mars 2017, il précise que : « *Dès la production par Presstalis d'une nouvelle comptabilité analytique (au plus tard le 30 juin 2017), nous avons prévu de mener de concert une étude approfondie des coûts associés aux tarifs des prestations du barème. C'est un élément essentiel pour mener à son terme la structuration des barèmes de la CDM.* »
34. Le président de la CDM a ainsi reconnu les carences documentaires actuelles et identifié les analyses fondamentales qui doivent être menées sans tarder.
35. **Le caractère éminemment regrettable de la situation de carence documentaire n'en demeure pas moins.** Il est clair que cette situation ne saurait perdurer au-delà de la période transitoire proposée pour l'application de ce barème.
36. **S'agissant du barème proprement dit,** on a vu qu'il a été construit en conservant la structure du barème actuel, et en y apportant un nombre limité de modifications.
37. La **première modification** concerne **les remises sur Frais d'approche logistique**. Celles-ci seraient accordées dès que la vente d'un titre a dépassé 100.000 exemplaires dans l'année (contre un seuil de déclenchement à 1.000.000 d'exemplaires vendus dans le cadre du barème actuel). Le taux de remise serait également augmenté puisqu'il passerait d'un taux uniforme de 0,2% à un taux différencié allant de 0,3% (à partir de 100.000 exemplaires vendus) à 1% (à partir d'un million d'exemplaires vendus).
38. Selon les informations apportées par l'étude Postmedia/Wavestone, l'incidence de cette mesure s'élèverait à -4,3 M€ pour la messagerie, et concernerait 67 éditeurs (292 titres) alors que, dans le cadre du barème actuel, seuls 15 éditeurs bénéficient de ces remises.

¹ Le Président de la CDM précise dans sa note du 24 mars 2017 que les dernières études disponibles en la matière datent de 2013 et ne sont, selon lui, plus pertinentes « *compte tenu de la fusion des niveaux N1 et N2 menée par Presstalis* ».



39. Les remises varient en fonction de tranches exprimées en nombre d'exemplaires vendus, et donnent lieu à une remise exprimée en % des ventes montants forts (dans le barème actuel, la remise est exprimée en % du nombre d'exemplaires vendus, ce qui revient à prendre en compte chaque exemplaire pour un 1€ plutôt que pour sa valeur faciale de vente). Or, lorsqu'un éditeur pour un titre donné passe d'une tranche à l'autre, le taux de remise de la tranche considérée ne s'applique pas seulement au nombre incrémental d'exemplaires relevant de ladite tranche (barème progressif) mais à l'intégralité des ventes (barème à effet de seuil). Il en résulte des « marches d'escalier » mises en évidence dans le graphique ci-dessus.
40. Les remises du barème actuel présentaient déjà un effet de seuil, mais le ressaut était unique (situé à 1.000.000 d'exemplaires vendus), et son amplitude était relativement modeste. Dans le cadre du nouveau barème, un titre dont les ventes dépassent de quelques exemplaires le seuil du million de ventes, bénéficiera d'une remise de 1 % sur la totalité de ses VMF, soit le double de la remise auquel aura droit un titre qui se situerait légèrement sous le seuil du million.
41. Lorsque les « marches d'escalier » sont significatives, comme c'est le cas dans l'exemple ci-dessus, les effets de seuil risquent d'induire un **traitement non équitable** des éditeurs/titres puisque cela peut conduire à ce que deux éditeurs/titres placés dans des situations pratiquement identiques se voient appliquer des tarifs très différents (compte tenu des différences de taux de remise) sans justification objective.
42. A contrario, l'application de taux progressifs (les augmentations des niveaux de remise n'impactant que les exemplaires de la tranche considérée) ne présente pas de tels inconvénients. C'est d'ailleurs la pratique qui a été retenue pour deux autres composantes du barème, à savoir les frais de traitement du niveau 2 et la remise pour accroissement de chiffre d'affaires².
43. Il est possible, en jouant sur les paramètres, d'effacer les effets de seuil sans pour autant modifier les masses globales en jeu. Mais cela demanderait d'augmenter les taux de remise des tranches pour offrir un avantage financier équivalent en valeur absolue.

² La note du Président de la CDM du 24 mars 2017 confirme que ces deux composantes tarifaires suivent le principe de taux progressifs.

44. En termes de quantum des remises sur *Frais d'approche logistique*, celui-ci augmente sensiblement par rapport au barème en vigueur. Pour un titre dont les ventes se situent entre 100.000 et 500.000 exemplaires vendus, la remise est de 0,3% des VMF, et pour un titre dont les ventes se situent entre 500.000 et 1.000.000 exemplaires elle est de 0,5%, alors que ces titres ne bénéficient d'aucune remise dans le barème actuel. Au-delà d'un million d'exemplaires vendus, l'augmentation du niveau de remise est également substantielle (1 % des VMF contre 0,2 % du nombre d'exemplaires vendus [valorisés à 1 € par exemplaire] dans le barème actuel).
45. L'absence dans la documentation fournie de toute étude sur le caractère structurant des titres à fort volume ne permet pas de mettre en regard de ce nouveau quantum de dégressivité tarifaire, les gains d'échelle auxquels la messagerie accède grâce à ces titres.
46. **Il n'est donc pas possible**, en l'état des informations dont nous disposons, **de mesurer la proportionnalité entre**, d'une part, **l'ampleur des avantages tarifaires accordés aux « éditeurs à fort tirage »** par le barème **et**, d'autre part, **les gains économiques que le caractère structurant des titres à tirage élevé génère** pour la CDM.
47. A défaut d'étude, il convient néanmoins de remarquer que la tendance à l'augmentation des effets de dégressivité a également été observée dans le cadre du barème récemment adopté par la coopérative des Messageries lyonnaises de presse (au travers notamment des Frais de traitement par exemplaire et des Remises de fidélité Groupe), qui a fait l'objet de la décision d'homologation n° 2017-01 de l'ARDP en date du 24 mars 2017.
48. Cette tendance peut éventuellement s'expliquer par l'arrêt des « accords privilégiés », dont une partie introduisait probablement une forme de dégressivité implicite (même si les « accords privilégiés » ne concernent pas exclusivement les titres à gros tirage).
49. Cela étant, en l'absence d'analyse documentée de ces pratiques tarifaires, il existe un risque que les coopératives procèdent à un calibrage de la dégressivité tarifaire par comparaison mutuelle, dans le seul souci de maintenir leur compétitivité par rapport à leur concurrente, engendrant alors une tendance déflationniste qui pourrait se révéler à terme mortifère pour l'ensemble de la filière en ce qu'elle pourrait déstabiliser les équilibres économiques du système collectif.
50. La **deuxième modification** apportée au barème actuel concerne les **Frais de réassort**, faisant partie des « frais annexes au barème ».
51. Selon le barème actuel ces frais s'élèvent à 165 € pour la parution en cours. La prestation serait désormais gratuite. Selon les informations apportées par l'étude Postmedia/Wavestone, l'incidence de cette mesure s'élèverait à -0,8 M€ sur les recettes de la messagerie en considérant les volumétries de 2016, qui concernait 143 éditeurs (787 titres).
52. Le Président de la CDM a précisé, dans sa note du 24 mars 2017, que la gratuité de la prestation ne devrait pas engendrer de recours abusifs à ce service. Il considère qu'au regard du nombre relativement faible d'exemplaires traités en réassort (6,2 millions d'exemplaires en 2016), l'accès gratuit de tous les éditeurs à ce service comporte « *un risque économique extrêmement faible* ». La possibilité que cette gratuité incite certains éditeurs à adopter un comportement d'optimisation non vertueux, par exemple en minimisant les fournis de première mise en place pour recourir aux réassorts en tant que de besoin, ne lui n'apparaît pas crédible en pratique, compte tenu du risque de perdre des ventes : « *Il n'est pas apparu par le passé qu'un éditeur compte sur le réassort pour réduire son taux d'invendus lors de la première mise en place* ».
53. La lettre de saisine du président de la CDM fait néanmoins état d'une conséquence potentielle, à savoir le doublement de l'équipe réassort, pour un surcoût de l'ordre de 0,4 M€. La mesure représenterait par conséquent un gain de +0,8 M€ pour les éditeurs et, pour la messagerie, un

impact négatif total de -1,2 M€ (perte de recettes plus surcoût lié à l'accroissement de l'équipe dédiée).

54. La gratuité d'un service dont la fourniture comporte un coût directement affectable pose la question du financement indirect de la prestation. En effet, en l'absence de paiement de la prestation par ceux qui y recourent, son financement est assuré par l'ensemble des recettes du barème. Ainsi, les éditeurs financent implicitement le coût de ce service, selon des quotes-parts individuelles qui dépendent de leurs poids respectifs vis-à-vis des autres composantes du barème, et non en fonction de leur consommation en réassort.
55. Une telle pratique tarifaire pourrait poser problème au regard du principe d'équité. Elle peut néanmoins être regardée comme s'apparentant à une « offre d'abondance »³ (fourniture d'une prestation en quantité illimitée contre paiement d'un abonnement, dont le montant serait, en l'espèce potentiellement, inclus dans les tarifs des « packs »). Ce choix tarifaire aurait néanmoins pu être assorti d'une alternative, ouverte à chaque éditeur souhaitant maintenir un paiement à l'acte pour le recours au réassort. L'éditeur optant pour cette alternative se verrait alors accorder une remise sur son « pack », représentative du tarif implicite de l'offre d'abondance.
56. Il est vrai, cependant, que le montant des VMF liées à des opérations de réassort était relativement modeste (24 M€ en 2016) et que les modalités d'application du barème sont transparentes et ne présentent pas de caractère discriminatoire (le service est accessible à tous aux mêmes conditions).
57. La **troisième modification** apportée au barème actuel est relative aux **Crédits nouveautés** par lesquels la coopérative accepte de prendre en charge une quote-part des frais sur invendus pour les premiers numéros d'une publication (cette quote-part étant dégressive).
58. Le barème actuel prévoit un « crédit » de 75% pour les 4 premiers numéros d'un hebdomadaire ou d'un mensuel. Ce crédit passe à 50% pour les 4 numéros suivants puis à 25% pour les 4 numéros suivants. Le nouveau barème majore ces « crédits » de 25 points de base. Ainsi, la prise en charge sera égale à 100% des frais d'invendus pour les 4 premiers numéros d'un hebdomadaire ou d'un mensuel. Selon les informations apportées par l'étude Postmedia/Wavestone, l'incidence de cette mesure serait de -0,3 M€ sur les recettes de la messagerie en considérant les volumétries de 2016, qui concernaient 44 éditeurs (147 titres nouveautés).
59. Seul le quantum de la remise est modifié, de manière uniforme par rapport aux modalités du barème actuellement en vigueur. Cette remise tarifaire constitue une incitation au développement de l'offre au lectorat, dans un souci de développement de la filière. Elle n'est pas liée à des gains directs et immédiats pour la messagerie. L'absence de documentation par la comptabilité analytique ne constitue donc pas une problématique particulière pour l'appréhension de cette remise.
60. Le président de la CDM a précisé, dans sa note du 24 mars 2017, que le concept de « titre nouveauté » ne s'appliquait qu'aux créations et non aux transferts de titres d'une messagerie à l'autre. Cette mesure n'est donc pas susceptible d'engendrer des effets d'aubaine non vertueux pour la filière.
61. La **quatrième modification** apportée au barème est relative aux « frais à la parution et à l'édition » des « packs ».
62. Le choix par un éditeur d'un « pack » pour un titre donné est effectué de manière irrévocable pour une année. Le nouveau barème vise à permettre l'accès aux services du « pack » supérieur, une fois par an, pour une parution du titre.
63. Il s'agit d'une mesure visant à introduire un peu de flexibilité dans les règles tarifaires qui n'appelle pas de commentaire particulier.

³ Cf. pratiques tarifaires des opérateurs de télécommunications.

64. **S'agissant des « accords privilégiés »**, il est prévu que leur mise en œuvre cesse de manière concomitante à l'entrée en vigueur du nouveau barème.
65. Selon les informations apportées par l'étude Postmedia/Wavestone, complétées par la note du président de la CDM en date du 24 mars 2017, l'incidence nette du nouveau barème pour la messagerie, exprimée sur la base de l'activité constatée en 2016, s'élèverait à +1,2 M€. Cet impact positif résulterait du fait que les moins-values de recettes générées par les conditions tarifaires plus favorables aux éditeurs résultant des mesures exposées ci-dessus (-5,4 M€) ne compenseraient pas entièrement les majorations de recettes induites par l'arrêt des « accords privilégiés » (+6,6 M€).

Incidence barème et arrêt des conventions particulières pour la messagerie	Editeurs avec convention	Editeurs sans convention	TOTAL
<i>Poids relatifs des deux populations (en VMF)</i>	62,9%	37,1%	100,0%
Remises sur frais d'approche logistique	nc	nc	-4,3
Gratuité des frais de réassort	nc	nc	-0,8
Majoration des crédits nouveauté	nc	nc	-0,3
Evolution barème	-3,5	-1,9	-5,4
<i>Evolution du coût d'intervention</i>	-1,8%	-1,5%	
Arrêt des conventions particulières	6,6	0,0	6,6
TOTAL (barème adopté s/volumes 2016)	3,1	-1,9	1,2
<i>Evolution du coût d'intervention</i>	1,6%	-1,5%	

66. La CDM a donc fait le choix de ne pas « rétrocéder » intégralement aux éditeurs, par des baisses tarifaires, les avantages qu'elle leur avait précédemment accordés sous forme d'« accords privilégiés » auquel il doit être mis fin.
67. Globalement, l'incidence nette de +1,2 M€ pour la messagerie est à nuancer en fonction des deux considérations suivantes :
- L'utilisation de données budgétaires 2017 (au lieu des données 2016) conduirait, compte tenu de l'attrition du marché, à une incidence nette légèrement plus basse, de l'ordre de +0,9 M€ (selon la lettre de saisine du président de la CDM) ;
 - Les services de réassort pourraient voir leur coût augmenter de 0,4 M€, diminuant d'autant les gains pour la messagerie.
68. **S'agissant de l'évolution du coût d'intervention pour les éditeurs**, on observera que les gains nets pour la messagerie proviendront exclusivement des éditeurs bénéficiaires d'« accords privilégiés ». Pour les autres éditeurs, les évolutions du barème engendreront une diminution des recettes de la messagerie à volume constant de titres distribués.
69. La question qui se pose est de savoir quelle sera la réaction des éditeurs bénéficiaires d'« accords privilégiés » face au renchérissement de leur coût d'intervention. Ceux-ci pourraient chercher des compensations, au moins sur le court terme, au travers d'une renégociation des tarifs qui leur sont appliqués sur les prestations « hors barème ». Il est vrai que le barème présentement soumis à homologation n'a vocation à être appliqué que sur une courte période et que les éditeurs seront sans doute essentiellement attentifs aux évolutions qu'apportera le barème pérenne ayant vocation à se substituer à ce barème transitoire. En toute hypothèse, si les négociations de gré à gré sont permises sur les prestations « hors barème », la messagerie ne devra pas perdre de vue qu'elle est tenue d'assurer la couverture de ses coûts de distribution.

70. L'étude Postmedia/Wavestone a procédé à la simulation de l'incidence du passage du barème actuel au nouveau barème adopté sur plusieurs typologies de titres, de manière à appréhender les variations individuelles et vérifier qu'elles ne révélaient pas d'effets de bord indésirables.
71. Par ailleurs, la note du président de la CDM du 24 mars 2017 fournit des précisions quant aux évolutions les plus importantes, et leur caractère globalement raisonnable :
- S'agissant du décile subissant la plus forte hausse du coût d'intervention (+1,6 % en moyenne), l'incidence globale des modifications tarifaires s'élève à 3,1 M€ pour la messagerie⁴, certains éditeurs appartenant à ce décile conserveraient un coût d'intervention stable (ce qui indique que les hausses se concentreront sur une population d'éditeurs inférieure à la population du décile) ;
 - S'agissant du décile bénéficiant de la plus forte baisse du coût d'intervention, l'incidence globale des modifications tarifaires s'élève à -0,5 M€ pour la messagerie, avec une évolution moyenne à -2,6% (l'étude Postmedia/Wavestone met en évidence des typologies théoriques de titres pour lesquels le coût d'intervention pourrait connaître une baisse allant jusqu'à -3,3%).
72. Les évolutions du coût d'intervention par éditeur se situeraient donc dans une fourchette comprise -2,6 % à +1,6 % (fourchette probablement plus large sur les cas extrêmes intra-déciles), ne faisant pas apparaître de cas où un éditeur serait excessivement favorisé ou défavorisé par le nouveau barème.
73. S'agissant de l'**impact du barème sur la situation de la CDM et de la messagerie**, il a été indiqué ci-dessus que la situation de carence documentaire ne permet pas d'appréhender l'équilibre financier, ni en compte de résultat (résultat d'exploitation ou résultat net), ni en trésorerie (cash-flow libres ou totaux), ni sur le périmètre du barème, ni sur un périmètre élargi au « hors barème » et/ou au « hors presse », ni sur le dernier exercice constaté, ni sur le budget prévisionnels ou sur un plan à moyen terme.
74. La seule information à caractère financier disponible concerne la variation par rapport aux ressources 2016 de la messagerie, mentionnée ci-dessus : les ressources devraient progresser de +1,2 M€ à volumes constants, ou plus vraisemblablement de +0,9 M€ compte tenu du budget 2017, et sans tenir compte des éventuelles augmentations de coûts au titre du renforcement des équipes de réassort. Ces quantifications sont établies sous hypothèse d'absence de renégociation à la baisse des tarifs « hors barème » par les éditeurs qui verront leur coût d'intervention augmenter.
75. De manière générale, le barème soumis à homologation présente des carences documentaires importantes, notamment sur les plans de (i) l'analyse financière (comptabilité analytique, coûts par unité d'œuvre, marges directes par prestations, marges variables par titre,...), (ii) l'analyse du caractère structurant des gros tirages (justifiant l'amplitudes des dégressivités tarifaires envisagées), (iii) l'impact sur l'équilibre économique et financier de la coopérative à court et moyen terme (compte de résultat et flux de trésorerie prévisionnels selon les différents périmètres indiqués ci-dessus), (iv) l'analyse de la robustesse des prévisions (exposition à des entrées/sorties par rapport aux prévisions, durabilité du barème eu égard à l'attrition annuelle du marché).
76. Le président de la CDM a affirmé à plusieurs reprises combien il était conscient de ces carences documentaires. C'est la raison pour laquelle il a été explicitement indiqué aux éditeurs que ce barème, dont l'objet essentiel est d'acter la fin des « accords privilégiés », ne serait appliqué que durant quelques mois. L'objectif de la coopérative est de soumettre un nouveau barème, revu le cas échéant dans sa structure même, en 2018, dès que les études nécessaires auront été conduites.
77. **Cette insuffisance de documentation ne permet pas de s'assurer du respect des principes d'équité, de couverture des coûts et de pérennité de la filière, posés par le législateur.** S'il

⁴ On notera que ce montant est équivalent à celui constaté sur les éditeurs bénéficiant « d'accords privilégiés ».

s'agissait d'homologuer un barème ayant vocation à s'appliquer sur une période de temps indéterminée, une telle situation ne permettrait pas à l'ARDP d'exercer son contrôle sur le tarif adopté.

78. Toutefois, sur un horizon de temps limité à un an, il est possible de porter une appréciation sur ce barème provisoire, dont l'objet essentiel est de mettre fin aux « accords privilégiés » et qui ne comporte que quelques modifications limitées du barème en vigueur depuis 2014, en se fondant sur les seuls éléments fournis.
79. S'agissant de la couverture des coûts et de la pérennité de la filière, il ressort des informations communiquées par la coopérative que le supplément de recettes induit par l'arrêt des conditions favorables accordées aux bénéficiaires « d'accords privilégiés » ne sera pas entièrement absorbé par les baisses tarifaires figurant dans le nouveau barème (sous forme de remises additionnelles et de gratuite du réassort). Par conséquent, la mise en œuvre de ce nouveau barème générera des ressources additionnelles pour la messagerie (de l'ordre de +0,5 M€ à +0,9 M€ en 2017). L'application du nouveau barème ne devrait ainsi pas mettre la situation financière de Presstalis davantage en risque, sur une période d'un an maximum, que le barème actuel.
80. En matière d'équité, si la stabilité de la structure tarifaire ne permet pas de déduire automatiquement que celle-ci respecte ce principe, elle permet à tout le moins de considérer qu'aucune aggravation de la situation ne devrait résulter de ce barème transitoire. Les effets de seuil mis en évidence sur l'une des évolutions de barème sont assumés et n'ont pas été dissimulés aux éditeurs membres de la coopérative. Ils ne semblent pas créer d'effets d'aubaine maîtrisables par un éditeur (car exclusivement liés aux volumes de ventes au numéro, sans transferts de volumes possibles). Il appartiendra à l'ARDP d'apprécier leur caractère acceptable sur les quelques mois de leur application.
81. En définitive, compte tenu du caractère éminemment transitoire du barème adopté le 28 février 2017, une approche pragmatique peut sans doute être envisagée. Ce barème permet en effet à la CDM d'augmenter un peu ses ressources tout en mettant fin aux « accords privilégiés » avec certains éditeurs. Toutefois, l'ARDP devrait veiller à ce que son application ne puisse excéder une année.

Paris, le 14 avril 2017

Le président du CSMP



Jean-Pierre ROGER