

**RAPPORT PUBLIC D'ACTIVITE
DU CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE**

2011



JUIN 2012

CSMP

**Conseil supérieur
des messageries de presse**

99, boulevard Malesherbes - 75008 PARIS
Téléphone : 01.55.34.75.80 - Télécopie : 01.42.56.23.55 - Site Internet : www.csmpresse.fr

Sommaire

Préambule

1 Le Conseil supérieur des messageries de presse

1.1	L'évolution de la régulation de la distribution de la presse et du Conseil supérieur des messageries de presse	P.6
1.2	Le Conseil supérieur issu de la loi du 20 juillet 2011	P.8
1.2.1	Les missions du Conseil supérieur	P.8
1.2.2	La composition du Conseil supérieur	P.9
1.2.3	L'organisation et le fonctionnement du Conseil supérieur	P.10
1.2.4	La communication et l'information délivrées par le Conseil supérieur	P.18
1.2.5	Les moyens budgétaires du Conseil supérieur	P.19

2 Les travaux du Conseil supérieur des messageries de presse

2.1	Le suivi comptable économique et financier des sociétés de messageries de presse	P.20
2.1.1	Le contrôle de la comptabilité et de la documentation financière des sociétés de messageries de presse	P.20
2.1.2	La distinction clairement opérée entre la distribution des quotidiens d'information politique et générale et celle des autres publications	P.20
2.1.3	L'examen des éléments prévisionnels des sociétés de messageries de presse	P.21
2.2	Le respect des principes de solidarité coopérative et des équilibres du système collectif de distribution de la presse	P.24
2.2.1	La mise en place d'une péréquation inter-coopératives pour le financement de la presse quotidienne d'information politique et générale	P.24
2.2.2	La suspension provisoire des transferts de titres de presse entre sociétés de messageries de presse	P.28
2.2.3	La fixation de nouvelles règles de préavis à respecter par les éditeurs qui retirent un titre de presse à une société de messageries de presse ou qui se retirent d'une société coopérative de messageries de presse dont ils sont associés	P.29
2.2.4	L'alerte sur les menaces pesant sur le système de distribution de la presse	P.32
2.3	Les conditions de rémunération des agents de la vente de presse	P.34
2.3.1	La fixation de la rémunération des agents de la vente de presse	P.34
2.3.2	La contribution transport exceptionnelle et l'évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse	P.35
2.3.3	La rémunération des diffuseurs de presse	P.37
2.4	Les conditions d'approvisionnement des diffuseurs de presse	P.39
2.5	La restructuration du réseau des dépositaires de presse	P.41
2.6	Le suivi du réseau des agents de la vente de presse	P.42
2.6.1	L'agrément des agents de la vente de presse	P.42
2.6.2	Le fichier des agents de la vente de presse	P.42
2.7	Le règlement des différends	P.43
2.7.1	La médiation	P.43
2.7.2	La conciliation	P.43
3	Quelques données sectorielles de référence	
3.1	Les aides à la presse	P.44
3.1.1	Le programme Presse inscrit à la loi de finances pour 2012	P.44
3.1.2	Les aides spécifiques à la distribution	P.44

3.2	Les sociétés de messageries de presse	P.46
3.2.1	Les évolutions des coopératives	P.46
3.2.2	L'activité des sociétés de messageries de presse	P.49
3.2.3	La distribution de la presse à l'export	P.50
3.3	Les agents de la vente de presse	P.51
3.3.1	L'évolution du réseau des agents de la vente de presse	P.51
3.3.2	Le réseau des kiosques	P.53
3.3.3	La formation professionnelle	P.54
3.4	La distribution de la presse à l'étranger	P.55
3.4.1	Les principales caractéristiques de la distribution de la presse à l'étranger	P.56
3.4.2	Les principales évolutions à l'étranger	P.56

Annexes

Préambule

La loi du 2 avril 1947 (ci-après la « Loi » ou la « loi Bichet ») qui institue la liberté de la diffusion de la presse et organise sa distribution a rendu effectifs les principes constitutionnels de la liberté de la presse et de sa distribution. Elle a institué le Conseil supérieur des messageries de presse comme l'autorité garante du pluralisme de la presse, de l'impartialité de sa distribution et du respect de ses principes.

La loi Bichet confère 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 assumer 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 leurs comptabilités. Les sociétés coopératives de messageries de presse et les entreprises commerciales qui assurent l'exécution des opérations matérielles de groupage et de distribution constituent le niveau 1 du système collectif de la distribution de la presse vendue au numéro.

Pour que tout quotidien ou publication bénéficie de garanties contre le risque de toute partialité ou arbitraire dans sa distribution, la Loi a confié aux éditeurs la maîtrise et le contrôle de la distribution de leurs titres. Cette maîtrise s'exprime notamment dans l'organisation du réseau de distribution concourant au système collectif de vente des journaux et publications, lequel se caractérise par une chaîne de contrats de mandat entre les sociétés coopératives de messageries de presse, les sociétés commerciales de messageries de presse (le cas échéant), les dépositaires de presse et les diffuseurs de presse, conférant statut de mandataires commissionnaires du croire aux agents de la vente de presse, les journaux et publications demeurant la propriété des éditeurs jusqu'à leur vente au lecteur.

Les dépositaires de presse assurent, dans le réseau de vente de diffuseurs de presse qu'ils desservent, la bonne diffusion des journaux et publications qui leur sont confiés par les éditeurs à travers les sociétés coopérative ou commerciales de messageries de presse . Ils se voient confier des zones de desserte exclusives. Ils constituent le niveau 2 du système collectif de la distribution de la presse.

Les diffuseurs de presse assurent la vente au public des journaux et publications périodiques confiés par les dépositaires de presse. Ils constituent le niveau 3 du système collectif de la distribution de la presse.

Depuis plusieurs années, les équilibres économiques du système collectif de distribution se sont trouvés fragilisés par l'aggravation de la baisse des ventes des journaux et publications constatée avec la survenance de la crise économique et financière, par les retards pris dans l'accomplissement des réformes indispensables pour améliorer son efficacité et par une organisation de la distribution insuffisamment régulée.

A la suite des Etats généraux de la presse écrite, la profession ayant été appelée à témoigner de sa capacité à s'auto-réformer dans le cadre du droit existant, le Conseil supérieur s'est attaché à mettre en œuvre avec volontarisme, pragmatisme et détermination, les recommandations issues de la très large réflexion conduite par la profession à l'initiative des Pouvoirs publics.

La loi Bichet n'ayant toutefois pas conféré au Conseil supérieur des pouvoirs de régulation de manière explicite, celui-ci a dû conduire son action en faveur des évolutions nécessaires du système collectif de distribution dans le cadre d'une approche consensuelle qui en était la limite. Seule l'intervention du législateur pouvait permettre de donner au Conseil supérieur les moyens d'assurer une efficace régulation du système de distribution de la presse.

La loi du 20 juillet 2011, qui a emporté une large adhésion de la profession, est venue préciser les missions de régulation du Conseil supérieur, instance professionnelle qu'elle a renforcé.

1 Le Conseil supérieur des messageries de presse

1.1 L'évolution de la régulation de la distribution de la presse et du Conseil supérieur des messageries de presse

La loi du 2 avril 1947 a institué le Conseil supérieur des messageries de presse comme l'autorité garante du pluralisme de la presse, de l'impartialité de sa distribution et du respect de ses principes. Elle lui a confié les missions particulières de contrôler la comptabilité des sociétés de messageries de presse, de veiller au respect de leur caractère coopératif, de coordonner l'emploi des moyens de transport à longue distance utilisés par les sociétés coopératives de messageries de presse et la mission générale de faciliter l'application de la Loi.

Le Conseil supérieur a exprimé depuis 1947 son autorité auprès des éditeurs, des sociétés coopératives de messageries de presse, des sociétés commerciales de messageries de presse, des agents de la vente de presse, dépositaires et diffuseurs de presse, et des Pouvoirs publics, par un mode d'expression consensuel. Le Conseil supérieur exerçait une fonction normative, instaurait des usages professionnels et accompagnait les éditeurs dans la mise en œuvre des adaptations constantes de la distribution de la presse imposées par les contraintes économiques et les développements techniques.

La Loi n'ayant toutefois pas conféré au Conseil supérieur des pouvoirs de régulation de manière explicite, cette approche consensuelle dans les évolutions s'est trouvée contrariée, voire empêchée, par l'irruption de rapports concurrentiels entre les sociétés de messageries de presse.

Les Etats généraux de la presse écrite ont mis en avant la nécessité et l'urgence d'évolutions dans le système de distribution de la presse et de son efficace régulation. Rappelant l'indispensable maintien du pluralisme de la presse et de l'impartialité de sa distribution, les Etats généraux ont confirmé que la loi Bichet devait être conservée et que les évolutions nécessaires devaient être réalisées dans le respect de ses principes.

Le Conseil supérieur s'est alors attaché, par une série de réformes structurelles, à mettre en œuvre les recommandations restituées par le Livre vert : constitution et adoption des règles de fonctionnement d'une Commission des normes et bonnes pratiques professionnelles, d'une Commission de conciliation, d'une Commission du réseau. Le Conseil supérieur a aussi engagé la réforme du niveau 2 de la distribution : adoption d'un schéma directeur du réseau de niveau 2 ; d'une méthodologie d'évaluation de l'activité de dépositaire ; évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse. Il a également engagé la réforme sur l'approvisionnement des diffuseurs de presse.

Pour leur part, les éditeurs ont entrepris à l'été 2010, à travers leurs organisations professionnelles, le Syndicat de la presse quotidienne nationale (SPQN), le Syndicat de la presse magazine & d'information (SPMI), le Syndicat professionnel de la presse magazine et d'opinion (SPPMO), la Fédération nationale de la presse spécialisée (FNPS) et le Syndicat de la presse quotidienne régionale (SPQR), une démarche commune et unifiée auprès des Pouvoirs publics pour exprimer leurs attentes sur l'évolution du Conseil supérieur.

Prenant en compte le souhait de maintenir le cadre législatif existant, notamment le Titre I^{er} de la loi du 2 avril 1947 qui confère aux éditeurs la maîtrise de la distribution de leurs journaux et publications, ces attentes résidaient dans un renforcement du rôle et des missions du Conseil supérieur et dans une évolution permettant de favoriser l'autonomie de ses décisions et donc une plus grande rapidité d'exécution, avec des garanties d'indépendance.

Cette évolution devait s'inscrire dans le respect de la liberté de la presse, qui constitue un principe constitutionnel né de l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789 et de ses corollaires consacrés par la loi du 29 juillet 1881, qui institue la liberté de l'imprimerie et de la librairie, et par la loi du 2 avril 1947, qui institue la liberté de la diffusion de la presse et confie aux éditeurs la maîtrise de la distribution de leurs journaux et publications.

C'est dans ce sens que la constitution d'une autorité administrative indépendante, ayant des missions bien définies et complémentaires, agissant aux côtés du Conseil supérieur a été utilement envisagée par la profession, ce que le Président du Conseil supérieur précisait à son rapport moral présenté à l'Assemblée du Conseil supérieur du 10 juin 2011. Il précisait aussi que pour assurer le fonctionnement harmonieux de la distribution de la presse, le Conseil supérieur devait élaborer, en concertation avec les différents acteurs, les recommandations, normes et bonnes pratiques professionnelles, les adopter, définir les conditions de leur mise en œuvre, s'assurer des évolutions nécessaires, favoriser le règlement des conflits entre les différents acteurs de la distribution de la presse en vente au numéro.

L'intervention du législateur pouvant seule permettre ces évolutions nécessaires de nature à assurer une efficace régulation du système de distribution de la presse, la proposition de loi *relative à la régulation du système de la distribution de la presse* présentée par le Président de la Commission de la culture, de l'éducation et de la communication du Sénat, M. Jacques LEGENDRE, est venue inscrire dans le respect des principes posés par le cadre législatif une évolution déterminante de la régulation du système de la distribution de la presse.

Les travaux de la Commission de la culture, de l'éducation et de la communication du Sénat ont été nourris des auditions réalisées par le Rapporteur, M. David ASSOULINE, qui a notamment entendu les représentants des organisations professionnelles représentatives des éditeurs, les directions des sociétés de messageries de presse, les représentants des dépositaires de presse, des diffuseurs de presse, des personnels occupés dans les entreprises de messageries de presse, le Président et le Directeur du Conseil supérieur.

Lors de sa séance du 27 avril 2011, la Commission de la culture, de l'éducation et de la communication du Sénat a examiné la proposition de loi présentée par M. Jacques LEGENDRE. Dans son Rapport fait au nom de la Commission, M. David ASSOULINE a notamment souligné : « *Votre Commission a souhaité consacrer le respect des principes de solidarité coopérative et des équilibres économiques du système collectif de distribution de la presse comme l'un des objectifs fondamentaux de la régulation sectorielle assurée par le Conseil supérieur et l'Autorité de régulation de la distribution de la presse* ». La Commission de la culture, de l'éducation et de la communication a amendé le texte initial qui a été soumis à l'examen de la Séance publique.

Lors de la Séance publique du 5 mai 2011, le Sénat après y avoir apporté de nouveaux amendements a adopté le texte de la proposition de loi, qui a été transmis à l'Assemblée nationale.

Le Président du Conseil supérieur a souligné auprès de la Présidente de la Commission des affaires culturelles et de l'éducation de l'Assemblée nationale, Mme Michèle TABAROT, des Vice-présidents MM. Michel HERBILLON et Christian KERT, toute l'importance que la profession portait à l'examen de ce texte par l'Assemblée nationale dans les délais les plus rapides, au regard du contexte professionnel.

Une table ronde ouverte à la presse, a permis à la Commission des affaires culturelles et de l'éducation de l'Assemblée nationale d'entendre, dans sa séance du 21 juin 2011, le Conseil supérieur et les sociétés de messageries de presse. Au-delà de cette table ronde, les travaux de la Commission ont été nourris des auditions réalisées par le Rapporteur, qui a notamment entendu des représentants des organisations professionnelles représentatives des éditeurs, des dépositaires de presse, des diffuseurs de presse, des personnels occupés dans les entreprises de messageries de presse.

Lors de sa séance du 29 juin 2011, la Commission des affaires culturelles et de l'éducation de l'Assemblée nationale a examiné la proposition de loi adoptée par le Sénat. Dans son Rapport, M. Jean-Christophe BAGUET a souligné : « *Devant le rapporteur et la Commission, l'ensemble des acteurs a souhaité une mise en œuvre très rapide de la présente proposition de loi. En l'espèce la rapidité ne saurait être confondue avec la précipitation : en effet, les orientations de cette proposition de loi ont fait l'objet d'un travail aussi long qu'approfondi depuis la fin de l'année 2008, et un large accord s'est fait autour de la stratégie qui la sous-tend. C'est pourquoi considérant le texte proposé comme satisfaisant, il est proposé d'adopter cette proposition de loi sans modification.* » A l'issue de la discussion générale et de l'examen des articles, notamment à travers des amendements portant sur les articles 2, 3 et 4, la Commission a adopté l'ensemble de la proposition de loi sans modification.

Lors de la Séance publique du 5 juillet 2011, l'Assemblée nationale a adopté le texte de la proposition de loi sans modification. Voté en des termes identiques par les deux assemblées, ce texte est ainsi devenu loi *relative à la régulation du système de distribution de la presse*.

La loi du 20 juillet 2011 *relative à la régulation du système de distribution de la presse* a modifié les dispositions du Titre II de la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 et abrogé son Titre III. Elle a abrogé également l'article 11 de la loi du 27 janvier 1987.

Le décret n° 2012-373 du 16 mars 2012 *relatif aux décisions de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse et du Conseil supérieur des messageries de presse* pris pour l'application des articles 18-12 et 18-13 de la Loi a précisé la procédure suivie devant l'Autorité de régulation de la distribution de la presse pour le règlement des différends entre les acteurs de la distribution et fixé les règles de procédure devant la Cour d'appel de Paris pour les recours contre les décisions prises par l'Autorité de la régulation de la distribution de la presse et le Conseil supérieur.

1.2 Le Conseil supérieur issu de la loi du 20 juillet 2011

1.2.1 Les missions du Conseil supérieur

La loi du 20 juillet 2011 a précisé et complété les missions de régulation du Conseil supérieur qu'elle a doté d'une personnalité morale de droit privé.

Selon l'article 17 de la Loi, le Conseil supérieur a pour mission générale d'assurer « *le bon fonctionnement du système coopératif de distribution de la presse et de son réseau* ».

Le Conseil supérieur veille « *au respect de la concurrence et des principes de liberté et d'impartialité de la distribution* ». Il est garant « *du respect des principes de solidarité coopérative et des équilibres économiques du système collectif de distribution de la presse* ».

Le Conseil supérieur assure ces dernières missions conjointement avec l'Autorité de régulation de la distribution de la presse, autorité administrative indépendante créée par la loi du 20 juillet 2011, qui est composée de trois membres, nommés par arrêté du Ministre chargé de la communication : un conseiller d'État désigné par le vice-président du Conseil d'État ; un magistrat de la Cour de cassation désigné par le premier président de la Cour de cassation ; un magistrat de la Cour des comptes désigné par le premier président de la Cour des comptes.

L'Autorité de régulation de la distribution de la presse rend exécutoire les décisions de portée générale prise par le Conseil supérieur. Elle arbitre les différends qui n'ont pu être conciliés par le Conseil supérieur.

Pour l'exécution de ses missions, selon l'article 18-6 de la Loi, le Conseil supérieur :

1° Détermine les conditions et les moyens propres à garantir une distribution optimale de la presse d'information politique et générale ;

2° Fixe pour les autres catégories de presse, selon des critères objectifs et non discriminatoires définis dans un cahier des charges, les conditions d'assortiment des titres et de plafonnement des quantités servis aux points de vente ;

3° Définit les conditions d'une distribution non-exclusive par une messagerie de presse, dans le respect des principes de solidarité coopérative et des équilibres économiques des sociétés coopératives de messageries de presse, et les conditions d'une distribution directe par le réseau des dépositaires centraux de presse sans adhésion à une société coopérative de messageries de presse ;

4° Fixe le schéma directeur, les règles d'organisation et les missions du réseau des dépositaires centraux de presse et des diffuseurs de presse répondant à l'efficacité économique et à l'efficacité commerciale ;

5° Établit un cahier des charges du système d'information au service de l'ensemble des messageries de presse et de leurs mandataires, garantissant à tout éditeur, quelle que soit sa messagerie, l'accès aux informations relatives à l'historique des ventes et des fournitures pour chacun de ses titres, au niveau de chaque point de vente. Ce cahier des charges inclut le schéma d'organisation des flux financiers dans l'ensemble de la chaîne de distribution et les conditions de leur sécurisation ;

6° Délègue, dans des conditions fixées par son règlement intérieur, à une commission spécialisée composée d'éditeurs le soin de décider, selon des critères objectifs et non discriminatoires définis dans un cahier des charges, de l'implantation des points de vente de presse, des nominations et des mutations de dépositaires centraux de presse avec ou sans modification de la zone de chalandise ;

7° Délivre un certificat d'inscription aux agents de la vente de presse et assure la gestion du fichier recensant les agents de la vente de presse déclarés ;

8° Homologue les contrats-types des agents de la vente de presse au regard des dispositions de la présente loi et des règles qu'il a lui-même édictées ;

9° Fixe les conditions de rémunération des agents de la vente de presse, après consultation de leurs organisations professionnelles ;

10° Exerce le contrôle comptable des sociétés coopératives de messageries de presse, conformément aux dispositions de l'article 16 de la loi. Il s'assure en particulier que les sociétés coopératives de messageries de presse et les entreprises commerciales mentionnées à l'article 4 de la loi qui distribuent des quotidiens d'information politique et générale opèrent une distinction claire, le cas échéant dans le cadre d'une comptabilité par branche, entre la distribution de ces quotidiens et celle des autres publications. Tous les documents utiles à cette fin lui sont adressés sans délai après leur approbation par leur assemblée générale.

Il peut également demander communication, en tant que de besoin, des comptes prévisionnels des sociétés coopératives de messageries de presse ;

11° Dispose d'un droit d'opposition sur les décisions des sociétés coopératives de messageries de presse susceptibles d'altérer leur caractère coopératif ou de compromettre leur équilibre financier, ainsi que sur celles des entreprises commerciales mentionnées à l'article 4 de la loi dans lesquelles les coopératives de messageries de presse auraient une participation majoritaire, qui auraient pour conséquence d'altérer le caractère coopératif de ces dernières ou de compromettre leur équilibre financier. Ce droit d'opposition ne s'exerce pas si le commissaire du Gouvernement émet un avis défavorable ;

12° Définit, après consultation des acteurs de la distribution de la presse et notamment des organisations professionnelles représentatives des agents de la vente de presse, les bonnes pratiques professionnelles de la distribution de la presse vendue au numéro.

Lorsque, dans le cadre des dispositions de la Loi, le Conseil supérieur envisage d'adopter des mesures ayant une incidence importante sur le marché de la distribution de la presse, il rend publiques les mesures envisagées avant leur adoption et recueille, dans le cadre d'une consultation publique, les observations qui sont faites à leur sujet. Les résultats d'une consultation sont rendus publics, à l'exclusion des informations couvertes par le secret des affaires.

1.2.2 La composition du Conseil supérieur

Le Conseil supérieur comprend vingt membres, nommés pour quatre ans par arrêté du Ministre chargé de la communication :

- 1° Neuf représentants des éditeurs de journaux et publications périodiques sur proposition des organisations professionnelles les plus représentatives ;
- 2° Trois représentants des sociétés coopératives de messageries de presse sur proposition des assemblées générales des sociétés coopératives de messageries de presse ;
- 3° Deux représentants des entreprises commerciales et des messageries de presse concourant aux opérations matérielles de distribution de la presse sur proposition des assemblées générales de ces entreprises ou messageries ;
- 4° Deux représentants des dépositaires de journaux ou publications périodiques sur proposition des organisations professionnelles les plus représentatives ou, à défaut, d'une assemblée générale des dépositaires ;
- 5° Deux représentants des diffuseurs de presse sur proposition des organisations professionnelles les plus représentatives ou, à défaut, d'une assemblée générale des diffuseurs ;
- 6° Deux représentants du personnel occupé dans les entreprises de messageries de presse sur proposition des organisations syndicales les plus représentatives.

Un commissaire du Gouvernement, désigné par le Ministre chargé de la communication, siège auprès du Conseil supérieur avec voix consultative.

Ont été nommés par arrêté du Ministre chargé de la communication en date du 25 octobre 2011 :

- En qualité de représentants des éditeurs de journaux et publications périodiques :
 - M. Olivier BONSART - Syndicat de la presse quotidienne régionale
 - M. Marc FEUILLEE - Syndicat de la presse quotidienne nationale
 - M. Alfred GERSON - Syndicat professionnel de la presse magazine et d'opinion
 - M. Rolf HEINZ - Syndicat de la presse magazine
 - M. Bruno LESOUF - Syndicat de la presse magazine
 - M. Francis MOREL - Syndicat de la presse quotidienne nationale
 - M. Jean-Louis REDON - Fédération nationale de la presse d'information spécialisée
 - M. Jean-Pierre ROGER - Syndicat de la presse magazine
 - M. Jean VIANSSON PONTE - Syndicat de la presse quotidienne régionale
- En qualité de représentants des sociétés coopératives de messageries de presse :
 - M. Philippe CARLI - Coopérative de distribution des quotidiens
 - M. Jean-Claude COCHI - Coopérative Messageries lyonnaises de presse
 - M. Hubert CHICOU - Coopérative de distribution des magazines
- En qualité de représentants des entreprises commerciales et des messageries de presse concourant aux opérations matérielles de distribution de la presse :
 - M. Patrick ANDRE - Coopérative Messageries lyonnaises de presse
 - Mme Anne-Marie COUDERC - Presstalis
- En qualité de représentants des dépositaires de journaux ou publications périodiques :
 - M. Stéphane d'ALTRI o DARDARI - Syndicat national des dépositaires de presse
 - M. Edouard DAMIDOT - Syndicat national des dépositaires de presse
- En qualité de représentants des diffuseurs de presse :
 - M. Gérard PROUST - Union nationale des diffuseurs de presse
 - M. Daniel PANETTO - Union nationale des diffuseurs de presse
- En qualité de représentants du personnel occupé dans les entreprises de messageries de presse :
 - M. Laurent JOURDAS - SGLCE - Confédération générale du travail (Presstalis)
 - Mme Françoise ZILBER - Confédération française démocratique du travail (Coopérative Messageries lyonnaises de presse)

Le Ministre chargé de la communication a désigné commissaire du Gouvernement : Mme Laurence FRANCESCHINI - Direction générale des médias et des industries culturelles ; Mme Sylvie CLEMENT CUZIN (suppléante) - Direction générale des médias et des industries culturelles.

1.2.3 L'organisation et le fonctionnement du Conseil supérieur

Le règlement intérieur du Conseil supérieur a été adopté par l'Assemblée du Conseil supérieur en séance du 1^{er} décembre 2011 conformément aux dispositions de l'article 18-4 de la Loi, il permet au Conseil supérieur de mettre en œuvre ses attributions. Ses dispositions essentielles sont les suivantes :

- L'article 1^{er} "*ELECTION DU PRESIDENT DU CONSEIL SUPERIEUR*" détermine les modalités d'élection du Président du Conseil supérieur. Il confère un rôle spécifique au Secrétariat permanent du Conseil supérieur et au doyen d'âge des représentants des éditeurs.

- L'article 2 "*REMPLACEMENT DE MEMBRES DU CONSEIL SUPERIEUR EN COURS DE MANDAT*" détermine les modalités d'information par le Secrétariat permanent du Ministre chargé de la communication, en cas de vacance d'un siège au sein du Conseil supérieur, afin qu'un membre en remplacement soit rapidement nommé.

- L'article 3 "*PRESIDENT DU CONSEIL SUPERIEUR*" précise les rôles, missions et attributions du Président du Conseil supérieur.

- L'article 4 "*ASSEMBLEE DU CONSEIL SUPERIEUR*" détermine les modalités de convocation des membres du Conseil supérieur en Assemblée, de tenue des séances de l'Assemblée, de ses délibérations et d'établissement des procès-verbaux qui en sont issus.

L'article 4 détermine aussi les modalités de transmission à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse des décisions adoptées par l'Assemblée qui doivent être rendues exécutoires en application de l'article 18-13 de la Loi et leurs modalités de publication.

- L'article 5 "*BUREAU DU CONSEIL SUPERIEUR*" détermine les règles de composition du Bureau, d'élection de ses membres et de tenue des réunions. Il définit les missions pouvant être confiées par le Président aux membres du Bureau.

- L'article 6 "*SECRETARIAT PERMANENT*" définit les modalités de direction du Secrétariat permanent, organe de gestion et d'administration du Conseil supérieur. Il détermine les modalités d'exercice de ses missions.

- L'article 7 "*BUDGET*" définit les modalités de préparation, de présentation et d'adoption du budget annuel du Conseil supérieur.

- L'article 8 "*PROCEDURE DE CONSULTATION PUBLIQUE*" définit les modalités de la consultation publique visée à l'article 18-7 de la Loi, lorsque le Conseil supérieur envisage d'adopter une mesure ayant une incidence importante sur le marché de la distribution de la presse.

- L'article 9 "*COMMISSION DU RESEAU*" définit les règles de composition, de désignation et de fonctionnement de la Commission du réseau, commission spécialisée du Conseil supérieur composée d'éditeurs, à laquelle il délègue, en application de l'article 18-6 (6°) de la Loi, le soin de décider, selon des critères objectifs et non discriminatoires définis dans un cahier des charges, de l'implantation des points de vente de presse, des nominations et des mutations de dépositaires centraux de presse avec ou sans modification de la zone de chalandise.

- L'article 10 "*CONCILIATION*" définit les modalités de la procédure de conciliation transparente, impartiale et contradictoire visée à l'article 18-11 de la Loi qui fait obligation aux acteurs de la distribution de la presse de soumettre au Conseil supérieur, avant tout recours contentieux, tout différend relatif au fonctionnement des sociétés coopératives de messageries de presse, des sociétés commerciales de messageries de presse, à l'organisation et au fonctionnement du réseau de distribution de la presse et à l'exécution des contrats des agents de la vente de la presse.

- L'article 11 "*COMMISSION DES BONNES PRATIQUES PROFESSIONNELLES*" définit les règles de composition, de désignation et de fonctionnement de la commission spécialisée permettant au Conseil supérieur de définir les bonnes pratiques professionnelles de la distribution de la presse vendue au numéro, mission confiée à l'article 18-6 (12°) de la Loi.

- L'article 12 "*COMMISSION DE SUIVI DE LA SITUATION ECONOMIQUE ET FINANCIERE DES MESSAGERIES*" détermine les règles de composition, de désignation et de fonctionnement de la commission spécialisée permettant au Conseil supérieur d'accomplir ses missions financières et économiques définies à l'article 17 et aux 10° et 11° de l'article 18-6 de la Loi.

Le Président du Conseil supérieur, élu par l'ensemble des membres du Conseil supérieur, parmi les membres ayant la qualité d'éditeur de presse, pour un mandat de quatre ans renouvelable, représente le Conseil supérieur. Il préside l'Assemblée du Conseil supérieur. Il exerce les attributions et prérogatives qui lui sont conférées par la Loi et par le règlement intérieur. Il peut agir en justice au nom du Conseil supérieur. Il délivre aux agents de la vente le certificat d'inscription mentionné au 7° de l'article 18-6 de la Loi. Il établit le projet de rapport public annuel prévu à l'article 18-10 de la Loi, présenté à l'Assemblée du Conseil supérieur.

Le Président du Conseil supérieur veille à ce que le Conseil supérieur se conforme aux principes et objectifs énoncés à l'article 17 de la Loi. Il s'assure des missions économiques et financières visées à l'article 18-6 (10° et 11°) de la Loi. Il préside la Commission de suivi de la situation économique et financière des messageries et en nomme les membres en raison de leurs compétences.

De ce fait, l'article 3.1 du règlement intérieur du Conseil supérieur institue le principe selon lequel le Président du Conseil supérieur ne peut exercer de fonctions exécutives ni être membre d'un organe de direction d'une société coopérative ou d'une entreprise commerciale de messageries de presse. Une telle disposition n'interdit pas à un éditeur occupant de telles fonctions de présenter sa candidature à l'élection du Président du Conseil supérieur, mais elle le contraint, s'il est élu, à renoncer à ses fonctions et mandats au sein de l'entreprise ou de la coopérative de messageries de presse concernée.

Le Président du Conseil supérieur peut confier l'examen de toute question à un groupe de travail composé de personnes qualifiées ou à un ou plusieurs experts.

Le Président du Conseil supérieur désigne le ou les conciliateurs pour mener à bien les conciliations dont le Conseil supérieur est saisi. A défaut de conciliation, il peut saisir l'Autorité de régulation de la distribution de la presse conformément à l'article 18-12 (I) de la Loi.

Le Président du Conseil supérieur désigne parmi leurs membres les présidents de la Commission du réseau et de la Commission des bonnes pratiques professionnelles.

L'Assemblée du Conseil supérieur en sa séance du 10 novembre 2011 a élu M. Jean-Pierre ROGER, Président du Conseil supérieur.

L'Assemblée du Conseil supérieur, composée des membres du Conseil supérieur délibère et adopte les décisions du Conseil supérieur en exécution des missions qui lui sont confiées par la Loi.

Les membres du Conseil supérieur sont convoqués en Assemblée par le Président du Conseil supérieur, qui en arrête la date et l'ordre du jour. La convocation écrite, mentionnant les questions inscrites à l'ordre du jour, est adressée à chacun des membres du Conseil supérieur et au commissaire du Gouvernement une semaine au moins avant la date de la séance, sauf cas d'urgence apprécié par le Président. Les projets de délibération soumis au vote de l'Assemblée, ainsi que tous documents nécessaires à la compréhension de ceux-ci, sont annexés à la convocation.

L'inscription d'une question à l'ordre du jour d'une séance convoquée par le Président peut être demandée par un tiers au moins des membres du Conseil supérieur. Une séance de l'Assemblée peut être convoquée à la demande d'un tiers au moins de ses membres.

Une feuille de présence est établie lors de chaque séance. A l'issue de chaque séance, un procès-verbal est établi par le Secrétariat permanent sous l'autorité du Président du Conseil supérieur. Il comporte le relevé des décisions adoptées. Une copie en est adressée aux membres du Conseil supérieur et au commissaire du Gouvernement.

L'Assemblée du Conseil supérieur délibère si au moins la moitié de ses membres sont présents ou représentés par un autre membre dans les conditions fixées par le règlement intérieur. Elle délibère à la majorité des membres présents. Le Président a voix prépondérante en cas de partage égal des voix.

Le Bureau du Conseil supérieur assiste le Président du Conseil supérieur dans l'exercice de ses fonctions. En particulier, le Président peut, à chaque fois qu'il l'estime nécessaire, soumettre au Bureau les projets de décisions, et notamment les nominations, qu'il envisage d'adopter ou de présenter au vote de l'Assemblée. Les membres du Bureau assurent les missions qui leur sont confiées par le Président.

Le Bureau est élu par l'Assemblée du Conseil supérieur, sur proposition du Président, parmi les membres du Conseil supérieur ayant qualité d'éditeur de presse. Il est renouvelé annuellement. Ses membres sont rééligibles. Le Président détermine le nombre de membres du Bureau qui ne peut être supérieur à neuf. Le Président du Conseil supérieur désigne un trésorier du Conseil supérieur parmi les membres du Bureau.

Le Bureau se réunit à tout moment sur convocation du Président du Conseil supérieur, qui le préside et en fixe l'ordre du jour. Le commissaire du Gouvernement est invité aux réunions du Bureau.

La composition du Bureau du Conseil supérieur, élu par l'Assemblée du Conseil supérieur en sa séance du 10 novembre 2011 est la suivante :

- M. Jean-Pierre ROGER - Président
- M. Marc FEUILLEE
- M. Alfred GERSON
- M. Rolf HEINZ
- M. Bruno LESOUËF
- M. Francis MOREL
- M. Jean-Louis REDON - Trésorier
- M. Jean VIANSSON PONTE

Le Bureau du Conseil supérieur s'est réuni, à l'initiative du Président du Conseil supérieur comme à son habitude, une fois par mois.

Le Secrétariat permanent du Conseil supérieur, assure les missions qui lui sont confiées par la Loi et l'administration du Conseil supérieur. Le Directeur général nommé par le Président du Conseil supérieur dirige les services du Secrétariat permanent sous l'autorité du Président.

Le Secrétariat permanent assure le contrôle de la comptabilité et de la documentation financière des sociétés coopératives de messageries de presse, dans les conditions définies à l'article 16 de la Loi, telles que précisées et complétées par l'article 18-6 (10°) de la Loi.

Le Secrétariat permanent assure le secrétariat des séances de l'Assemblée du Conseil supérieur, des commissions spécialisées du Conseil supérieur, des groupes de travail créés par le Président, des procédures de conciliation. Il met en œuvre les procédures de consultation publiques prévues par l'article 18-7 de la Loi.

Sous l'autorité du Président, le Secrétariat permanent assure la gestion du fichier recensant les agents de la vente déclarés, mentionné à l'article 18-6 (7°) de la Loi.

Le Secrétariat permanent assure la transmission à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse des décisions adoptées par l'Assemblée du Conseil supérieur qui doivent être rendues exécutoires en application de l'article 18-13 de la Loi.

Le Secrétariat permanent prépare chaque année un projet de budget prévisionnel du Conseil supérieur pour l'exercice à venir. Il informe trimestriellement le trésorier du Conseil supérieur de l'évolution des dépenses et des recettes du Conseil supérieur.

Le Secrétariat permanent est composé de six personnes :

- M. Guy DELIVET - Directeur général
- Mme Nathalie BONPAPA - Chargée d'étude
- M. Bertrand HOULE - Chargé de mission
- Mme Géraldine JEANJEAN - Chargée de mission
- Mme Brigitte SEGUIN - Assistante de direction
- Mme Lilia BEN KHALIFA - Secrétaire

La Commission du réseau, constitue la commission spécialisée du Conseil supérieur composée d'éditeurs, à laquelle il délègue, en application de l'article 18-6 (6°) de la Loi, le soin de décider, selon des critères objectifs et non discriminatoires définis dans un cahier des charges, de l'implantation des points de vente de presse, des nominations et des mutations de dépositaires centraux de presse avec ou sans modification de la zone de chalandise. Elle examine tout événement susceptible d'affecter substantiellement l'exécution d'un contrat de diffuseur ou de dépositaire. Elle veille à la bonne organisation, à la pertinence, à l'efficacité et au développement équilibré du réseau. Elle veille au bon fonctionnement du système coopératif de distribution de la presse et de son réseau.

La presse étant spécifique par sa nature, fragile et d'une durée de vie extrêmement limitée, sa distribution requiert un traitement impartial, rapide, performant, instantané et simultané, justifiant d'un réseau de distribution adapté et de l'agrément des agents de la vente par les éditeurs. Depuis 1948, les éditeurs agrément les agents de la vente de presse à travers la Commission d'organisation de la vente (Cov).

Dans le cadre des recommandations issues des Etats généraux de la presse écrite, les missions assurées par la Commission d'organisation de la vente devaient être prises en charge par le Conseil Supérieur. L'Assemblée du Conseil supérieur du 5 novembre 2009 a donc décidé d'intégrer les missions de la Commission d'organisation de la vente et d'instituer au sein du Conseil supérieur une Commission du réseau composée d'éditeurs. Cette même Assemblée du Conseil supérieur a adopté les missions, les règles de fonctionnement et de composition de la Commission du réseau.

La loi du 20 juillet 2011 en son article 18-6 (6°) a consacré le principe de l'agrément des agents de la vente par les éditeurs et de la Commission du réseau.

Le Président du Conseil supérieur établit, après consultation des conseils d'administration des sociétés coopératives de messageries de presse, la liste des membres de la Commission du réseau choisis pour leur expertise, parmi les éditeurs représentatifs du pluralisme de la presse. Il soumet cette liste à l'approbation de l'Assemblée du Conseil supérieur. Les membres de la Commission du réseau sont désignés pour un mandat de deux ans renouvelable. Le Président du Conseil supérieur désigne le président et le vice-président de la Commission du réseau, parmi les membres de cette dernière. Leur mandat est renouvelable.

Pour l'année 2011, la Commission du réseau a été présidée par M. Philippe ABREU, Directeur général des Editions en Direct. Le mandat de Vice-président a été assuré dans un premier temps par M. Bertrand HOULÉ, Directeur commercial réseau de Prisma presse (mandat assuré jusqu'en avril 2011), puis dans un second temps par Mme Pascale MAURIN, Directeur des ventes, Bayard (mandat assuré à partir de juin 2011). La Commission a siégé en 2011 dans la composition suivante :

- M. Philippe ABREU - Directeur général, Editions en Direct (Président de la Commission)
- M. Hervé BONNAUD - Directeur de la diffusion, Le Monde
- M. Jean-Luc BRETONNET - Directeur de la diffusion, Editions Nuit et Jour
- M. Xavier COSTES - Directeur des ventes, Uni-Editions
- Mme Paule COUDERAT - Directeur des ventes, Groupe Nouvel Observateur
- M. Michel DELBORT - Directeur commercial presse, L'Equipe
- M. Jean-Luc FILEGON - Directeur de la diffusion, Groupe Marie-Claire
- M. Jean GIRAULT - Directeur des ventes, Le Point
- M. Vincent HAM - Directeur exécutif, Groupe Alain Ayache
- M. Bertrand HOULE - Directeur commercial réseau, Prisma presse (Vice-président de la Commission et membre de la Commission du réseau jusqu'en avril 2011), remplacé par M. Bruno RECURT, Directeur des ventes de Prisma média (à partir de juin 2011)

- Mme Catherine MASSABUAU - Directeur des ventes, Groupe Les Echos
- Mme Pascale MAURIN - Directeur des ventes, Bayard (Vice-présidente de la Commission à partir de juin 2011)
- M. Stéphane LEMOINE - Directeur Commercial presse magazine France, Lagardère Active (jusqu'en février 2011), remplacé par Mme Valérie MEYER-CAZEAUX, Directrice déléguée au sein de Lagardère Active Média (à partir de mars 2011)

La loi du 20 juillet 2011 ayant prévu en son article 18-6 (6°) que le Conseil supérieur délèguait à une commission spécialisée, composée d'éditeurs de presse, le soin d'adopter les décisions concernant l'implantation des points de vente ainsi que les nominations et mutations des dépositaires centraux de presse, il appartenait au Conseil supérieur de désigner les membres de la Commission du réseau dans le cadre législatif nouveau. Mais il ne fallait pas cependant qu'en attendant cette désignation, les travaux d'examen des propositions des dépositaires et diffuseurs de presse s'interrompent. Une telle interruption aurait été très dommageable à l'économie du système de distribution de la presse. Il était donc nécessaire de confier aux membres de la Commission du réseau la charge de prendre ces actes pour le compte de la commission spécialisée, et ce jusqu'à l'installation de cette dernière.

L'Assemblée du Conseil supérieur en sa séance tenue le 21 juillet 2011 a dès lors décidé que les membres de la Commission du réseau, dans sa composition existante, continueraient à examiner les propositions présentées par les dépositaires et diffuseurs de presse jusqu'à la désignation par le Conseil supérieur des membres de la commission spécialisée mentionnée au 6° de l'article 18-6 de la Loi et que les délibérations adoptées par celle-ci durant cette période transitoire seraient soumises à ratification lors de la première réunion de ladite commission spécialisée.

Les membres de la Commission du réseau, commission spécialisée mentionnée au 6° de l'article 18-6 de la Loi, désignés par l'Assemblée du Conseil supérieur en sa séance du 1^{er} décembre 2011 sont les suivants :

- M. Philippe ABREU - Directeur général, Editions En Direct
- M. Hervé BONNAUD - Directeur de la diffusion, Le Monde
- M. Jean-Luc BRETONNET - Directeur de la diffusion, Editions Nuit et Jour
- M. Xavier COSTES - Directeur des ventes, Uni-Editions
- Mme Paule COUDERAT - Directeur des ventes, Groupe Nouvel Observateur
- M. Michel DELBORT - Directeur commercial presse, L'Equipe
- M. Jean-Luc FILEGON - Directeur de la diffusion, Groupe Marie-Claire
- M. Vincent HAM - Directeur exécutif, Groupe Alain Ayache
- Mme Catherine MASSABUAU - Directeur des ventes, Groupe Les Echos
- Mme Pascale MAURIN - Directeur des ventes, Bayard
- M. Philippe MERRIEN - Responsable Diffusion Pôle, Mondadori France
- Mme Valérie MEYER-CAZEAUX - Directrice déléguée, Lagardère Active
- M. Bruno RECURT - Directeur des ventes, Prisma médias

La Commission du réseau est présidée par M. Philippe ABREU, Directeur général, Editions En Direct ; Mme Pascale MAURIN, Directeur des ventes, Bayard a été désignée Vice-présidente.

La commission de suivi de la situation économique et financière des messageries constitue la commission spécialisée du Conseil supérieur chargée de l'accomplissement des missions économiques et financières définies aux 10° et 11° de l'article 18-6 de la Loi.

L'article 17 de la Loi prévoit que le Conseil supérieur est, aux côtés de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse, garant « *du respect des principes de solidarité coopérative et des équilibres économiques du système collectif de distribution de la presse* ». Ainsi que l'a indiqué le rapporteur de la Loi à l'Assemblée nationale, cette disposition « *assigne à ces deux instances une mission générale de régulation économique du secteur* ».

L'article 18-6 (10°) de la Loi précise que le Conseil supérieur dans l'exercice de sa mission de régulateur économique du secteur, outre l'accès aux documents retraçant les performances économiques et financières des sociétés de messageries de presse pour les exercices passés, accède « *également* » à leurs « *comptes prévisionnels* ».

Les dispositions de l'article 18-6 (10^e) de la Loi s'articulent non seulement avec la mission générale impartie au Conseil supérieur par l'article 17 de la Loi, mais aussi avec les dispositions de l'article 18-6 (11^e) de la Loi, qui donnent au Conseil supérieur le pouvoir de s'opposer aux décisions prises tant par les sociétés coopératives de messageries de presse que par les entreprises commerciales de messageries de presse dont le capital est détenu majoritairement par des coopératives, dès lors que celles-ci sont susceptibles d'altérer leur caractère coopératif ou de compromettre leur équilibre financier.

Les dispositions de l'article 18-6 (11^e) de la Loi constituent la reprise du droit d'opposition qui était prévu à l'article 21 de la Loi avant sa modification par la loi du 20 juillet 2011. Selon l'ancien article 21 de la Loi, le Conseil supérieur devait nommer « *auprès de chaque coopérative un commissaire pris en son sein parmi les représentants de l'État* », lequel disposait d'un droit d'opposition, après avis de l'Assemblée du Conseil supérieur, sur toute décision d'une société coopérative ou d'une entreprise commerciale concourant à la distribution de la presse dès lors qu'il estimait cette décision susceptible soit d'altérer « *le caractère coopératif de la société* » soit de compromettre son « *équilibre financier* »

La loi du 20 juillet 2011 transfère ce droit d'opposition au Conseil supérieur lui-même. Toutefois, le législateur précise que le commissaire du Gouvernement placé auprès du Conseil supérieur pourra s'opposer à l'exercice de ce droit.

Il est donc paru évident que la mission dont est désormais investi le Conseil supérieur par l'article 18-6 (11^e) de la Loi ne pouvait être menée à bien que dans la mesure où le Conseil supérieur dispose des informations nécessaires concernant tant les décisions qu'adoptent les organes dirigeants des sociétés de messageries de presse que la situation prévisionnelle de ces entités.

Il ne paraissait cependant pas possible de confier à l'Assemblée du Conseil supérieur le soin d'assurer le suivi régulier de la situation prévisionnelle des sociétés de messageries de presse et des décisions qu'elles prennent. D'une part, un tel travail ne peut être matériellement effectué en assemblée. D'autre part, et surtout, l'assemblée des membres du Conseil supérieur comprend des représentants des sociétés de messageries de presse. Or, les décisions prises par les organes dirigeants des sociétés de messageries de presse ainsi que leurs prévisions d'activité, dont il faut assurer le suivi et l'analyse, pourront comprendre des informations sensibles. Il ne paraissait donc pas opportun d'en assurer la communication intégrale à l'ensemble des membres du Conseil supérieur alors que cela pourrait aboutir à ce que les représentants des sociétés de messageries de presse aient connaissance d'informations sensibles concernant la société de messageries de presse concurrente. De tels échanges d'informations détaillées poseraient un problème évident au regard du droit de la concurrence.

Il est donc apparu nécessaire de confier au Président du Conseil supérieur le soin d'assurer, avec l'assistance du Secrétariat permanent, la collecte et l'analyse de l'ensemble des données prévisionnelles transmises par les sociétés de messageries de presse. Les autres membres du Conseil supérieur recevant des synthèses périodiques, à un niveau plus agrégé, de la part du Président.

Bien plus, pour éviter tout risque de conflit d'intérêt, comme évoqué ci-avant, le règlement intérieur du Conseil supérieur prévoit que le Président du Conseil supérieur ne pourra exercer aucune fonction de direction au sein des coopératives et des entreprises commerciales de messageries de presse, ni détenir de mandat dans leurs conseils de direction.

Il est paru également opportun que le Président du Conseil supérieur puisse baser son action dans le domaine de la supervision économique et financière des sociétés de messageries, non seulement sur les travaux d'analyse du Secrétariat permanent (avec le concours de conseils extérieurs), mais aussi sur un petit nombre de personnalités indépendantes qui lui permettront de disposer du regard extérieur nécessaire sur ces questions et qui garantiront que le travail d'analyse des données est effectué de manière impartiale et que les éventuelles conséquences à en tirer au niveau de l'action du Conseil supérieur ont été mûrement pesées.

C'est pourquoi le règlement intérieur du Conseil supérieur prévoit que le Président du Conseil supérieur s'entoure, pour l'analyse des données économiques et financières transmises par les sociétés de messageries de presse et pour proposer l'adoption de mesures prises sur le fondement de l'article 18-6 (11°) de la Loi, de deux personnalités extérieures. Le Président et ces deux personnalités qualifiées forment ainsi la Commission de suivi économique et financier des messageries, dont les réunions sont confidentielles. Les documents et informations communiqués par les sociétés de messageries de presse ne sont pas rendus publics, ni divulgués s'ils contiennent des informations couvertes par le secret des affaires.

La Commission de suivi économique et financier des messageries prend ainsi régulièrement connaissance des documents prévisionnels transmis par les sociétés de messageries de presse. Elle procède à leur analyse et, par l'intermédiaire du Secrétariat permanent, elle peut, le cas échéant, solliciter des informations complémentaires ou alerter les dirigeants des sociétés de messageries sur certaines questions qui lui paraissent préoccupantes.

Dans le cas où le Président du Conseil supérieur envisagerait de proposer à l'Assemblée du Conseil supérieur de faire usage du droit d'opposition à une décision des sociétés de messageries de presse de nature à altérer « *le caractère coopératif de la société* » ou de compromettre son « *équilibre financier* », la Commission de suivi économique et financier des messageries émet une recommandation motivée. L'exercice du droit d'opposition reste ainsi entre les mains de l'Assemblée du Conseil supérieur à qui le Président demande de confirmer l'opposition recommandée par la Commission.

La Commission de suivi économique et financier des messageries est composée du Président du Conseil supérieur, qui la préside, et de deux personnalités extérieures M. Bertrand du MARAIS - Conseiller d'Etat - Professeur détaché de Droit Public - Co-directeur des Masters Droit-Economie à l'Université de Paris Ouest Nanterre et M. Jean-Louis MULLENBACH - Expert comptable - Commissaire aux comptes - Associé du cabinet Bellot Mullenbach & Associés.

Le commissaire du Gouvernement est invité à assister aux séances de la Commission.

La Commission des bonnes pratiques professionnelles, constitue la commission spécialisée du Conseil supérieur qui peut être consultée par le Président du Conseil supérieur sur toute question relevant de la compétence du Conseil supérieur et en particulier sur les décisions à prendre en application des 2°, 3°, 5°, 8° et 12° de l'article 18-6 de la Loi.

La Commission des bonnes pratiques professionnelles comprend onze personnalités qualifiées dont la liste est soumise pour approbation par le Président du Conseil supérieur à l'Assemblée du Conseil supérieur. Les membres de la Commission des bonnes pratiques professionnelles sont désignés pour un mandat de deux ans renouvelable.

Le président de la Commission des bonnes pratiques professionnelles est désigné par le Président du Conseil supérieur parmi les membres de celle-ci. Son mandat est renouvelable.

Les membres de la Commission des bonnes pratiques professionnelles désignés par l'Assemblée du Conseil supérieur en sa séance du 28 juin 2012 sont les suivants :

- M. Frédérick CASSEGRAIN, Directeur délégué - Le Figaro
- M. Bertrand COUSIN, Membre honoraire - Conseil d'Etat
- M. Michel DELBORT, Directeur commercial presse - L'Equipe
- Mme Véronique FAUJOUR, Directrice générale - Uni-Editions
- M. Alfred GERSON, Administrateur - L'Humanité
- M. Lionel GUERIN, Président Lextenso-Editions
- M. Loïc GUILLOUX, Directeur général adjoint - Prisma média
- M. Eric MATTON, Directeur général adjoint - Express Roularta
- M. Eric de MONTLIVAULT, Directeur général - Rustica
- Mme Guillemette PAYEN, Présidente du directoire - Motor presse France
- M. Vincent VIGNEAU, Premier Vice-président - Tribunal de Grande instance de Nanterre

La Commission des bonnes pratiques est présidée par M. Vincent VIGNEAU, Premier Vice-président du Tribunal de Grande Instance de Nanterre.

Les conciliateurs, personnalités qualifiées désignées par le Président du Conseil supérieur mènent à bien la procédure de conciliation transparente, impartiale et contradictoire visée à l'article 18-11 de la Loi qui fait à présent obligation aux acteurs de la distribution de la presse de soumettre au Conseil supérieur, avant tout recours contentieux, tout différend relatif au fonctionnement des coopératives, des sociétés commerciales, à l'organisation et au fonctionnement du réseau de distribution de la presse et à l'exécution des contrats des agents de la vente de la presse.

Des experts extérieurs assistent le Conseil supérieur dans ses différents travaux pour mener à bien les missions qui lui sont confiés par la Loi. Ainsi le cabinet Ricol-Lasteyrie (évolution de la rémunération des dépositaires de presse ; méthodologie d'évaluation de l'activité de dépositaire ; travaux de la Commission de suivi de la situation économique et financière des messageries), le cabinet Kurt Salmon (élaboration du schéma directeur de niveau 2), le cabinet Mazars (élaboration d'un mécanisme de péréquation inter-coopératives), M. Pascal CHAUVIN (définition de nouvelles règles de préavis à respecter par les éditeurs qui retirent un titre de presse à une société de messagerie de presse ou qui se retirent d'une société coopérative de messageries de presse dont ils sont associés).

Le Conseil supérieur est aussi assisté dans ses travaux comptables et budgétaires par le cabinet Sefac, M. Philippe BLIN et dans ses travaux juridiques par le cabinet Brandford-Griffith & Associés, M. Rémi SERMIER, le cabinet Smilevitch & Associés, M. Serge SMILEVITCH.

1.2.4 La communication et l'information délivrées par le Conseil supérieur

Le site Internet du Conseil supérieur www.csmpresse.fr est dédié à l'information du public et des professionnels sur les travaux et missions accomplis par le Conseil supérieur dans le cadre de la Loi et plus largement sur la distribution de la presse vendue au numéro.

Support d'information librement accessible, le site Internet du Conseil supérieur renseigne sur le Conseil supérieur, son organisation, son fonctionnement, ses missions. Il donne connaissance de ses études et travaux. Plus largement, il donne accès aux publications ayant trait à la distribution de la presse vendue au numéro, il renseigne sur les différentes catégories de presse et sur les acteurs de la distribution. Il présente le système de distribution de la presse en France et les principes qui le régissent. Il renseigne également sur les systèmes de distribution de la presse dans différents pays européens. Il met à disposition les textes de référence du secteur (lois et règlements, décisions, déclarations, bonnes pratiques, accords interprofessionnels...). Il met enfin à disposition du public des éléments chiffrés sur la distribution de la presse vendue au numéro.

Support de procédure et de transparence dans le fonctionnement de la Commission du réseau, le site Internet du Conseil supérieur publie, outre les règles d'organisation de la Commission, le calendrier de ses séances, les propositions dépositaires et diffuseurs adressées à la Commission, la date de la séance au cours de laquelle ces propositions seront examinées, les décisions rendues par la Commission.

Un site Intranet du Conseil supérieur délimite un espace réservé, dédié aux dépositaires de presse et aux sociétés de messageries de presse. Il permet à ces acteurs d'adresser à la Commission du réseau les propositions diffuseurs à travers un formulaire rempli en ligne.

Le site Internet du Conseil supérieur est également, support de procédure et de transparence dans le cadre de la procédure de consultation publique prévue par l'article 18-7 de la Loi. Lorsqu'une consultation publique est ouverte par le Conseil supérieur, un avis de consultation est mis en ligne en page d'accueil du site. Cet avis décrit la teneur des mesures dont l'adoption est envisagée. Le cas échéant, il contient un résumé des travaux ayant conduit à proposer ces mesures. Il mentionne le délai dans lequel des observations peuvent être transmises au Conseil supérieur, ainsi que les modalités de cette transmission. Les résultats et la synthèse de la consultation sont publiés en page d'accueil du site Internet.

Le site Internet du Conseil supérieur a vu sa fréquentation sensiblement augmenter en 2011. En effet, 13 237 visiteurs (contre 5 259 en 2010 soit une hausse de 152 %) se sont connectés au site du Conseil supérieur avec 28 706 visites (11 606 en 2010) ayant généré un flux de près de 96 000 « pages vues » (18 596 en 2010). La forte augmentation enregistrée sur ces différents indicateurs est notamment liée à la mise en place des nouvelles procédures de la Commission du réseau.

Si, naturellement, l'essentiel des visites proviennent de France, le site Internet du Conseil supérieur a néanmoins également été fréquenté depuis de nombreux pays étrangers dont : le Maroc, la Belgique, l'Allemagne, le Royaume-Uni, les Etats-Unis, l'Irlande, L'Espagne, la Suisse.

Les communiqués de presse du Conseil supérieur participent à une large information du public et des professionnels sur les activités du Conseil supérieur. Ainsi, en 2011, huit communiqués de presse ont été publiés. Ces communiqués sont également mis en ligne sur la page d'accueil du site Internet du Conseil supérieur.

1.2.5 Les moyens budgétaires du Conseil supérieur

Les frais de fonctionnement du Conseil supérieur sont assurés par les sociétés coopératives de messageries de presse conformément à l'article 18-5 de la Loi.

Sous l'autorité du Président du Conseil supérieur, le Secrétariat permanent prépare chaque année avec l'assistance de l'Expert comptable du Conseil supérieur, un projet de budget prévisionnel du Conseil supérieur pour l'exercice à venir. Le Président soumet ce projet à l'Assemblée du Conseil supérieur. Le vote du budget prévisionnel par l'Assemblée rend celui-ci exécutoire.

Le budget prévisionnel du Conseil supérieur pour l'exercice 2011, adopté par l'Assemblée du 22 décembre 2010 s'élève à 1 500 000 €.

Chaque coopérative contribue aux frais de fonctionnement du Conseil supérieur au prorata du dernier chiffre d'affaires presse déclaré au Secrétariat permanent dans le cadre du contrôle de la documentation comptable et financière prévu par l'article 16 de la Loi. Le Secrétariat permanent notifie à chaque coopérative le montant de sa contribution dès que le budget prévisionnel a été voté par l'Assemblée du Conseil supérieur. Le règlement est effectué par tiers.

Le Secrétariat permanent informe trimestriellement le trésorier du Conseil supérieur de l'évolution des dépenses et des recettes du Conseil supérieur conformément à l'article 7.4 du règlement intérieur du Conseil supérieur. Le trésorier du Conseil supérieur peut poser toute question et demander à prendre connaissance de toute pièce justificative.

Le trésorier du Conseil supérieur, désigné à cette fonction par l'Assemblée du Conseil supérieur est M. Jean-Louis REDON.

Conformément à l'article 7.5 du règlement intérieur du Conseil supérieur, le Secrétariat permanent a établi un état retraçant l'exécution du budget pour l'année écoulée, que le trésorier du Conseil supérieur a examiné et dont il a rendu compte à l'Assemblée du Conseil supérieur tenue en séance du 28 juin 2012. Sur le rapport du trésorier du Conseil supérieur, l'Assemblée du Conseil supérieur a donné quitus au Président pour l'exécution du budget.

2 Les travaux du Conseil supérieur des messageries de presse

2.1 Le suivi comptable économique et financier des sociétés de messageries de presse

2.1.1 Le contrôle de la comptabilité et de la documentation financière des sociétés de messageries de presse

Le contrôle de la comptabilité et de la documentation financière des sociétés de messageries de presse visé aux articles 15, 16 et 18-6 (10°) de la Loi a été assuré par le Secrétariat permanent du Conseil supérieur. Ces contrôles ont eu pour objet de s'assurer que les obligations faites par la Loi aux différentes sociétés de messageries de presse sont respectées.

Ces missions confiées au Secrétariat permanent du Conseil supérieur en matière de contrôle comptable des sociétés coopératives de messageries de presse ont été confirmées dans le cadre de l'article 18-6 (10°) issu de la loi du 20 juillet 2011.

Le Secrétariat permanent a engagé dès le mois de juillet 2011, la mission de contrôle comptable prévue par la Loi, selon les modalités habituelles. Ses diligences ont porté sur les trois sociétés de messageries de presse recensées en 2010, à savoir : les sociétés commerciales de messageries de presse Presstalis et la S.A.E.M Transports-Presse et la société coopérative Messageries Lyonnaises de presse, dont les directions générales ont été sollicitées.

Dans le cadre de sa mission, le Secrétariat permanent a pu disposer de la documentation financière habituelle : comptes sociaux et consolidés détaillés et leurs annexes, rapports des Commissaires aux comptes, rapports de gestion annuels, procès-verbaux des Assemblées générales ayant approuvé les comptes. Les grilles d'informations comptables et financières, mises en place par le Conseil supérieur depuis plusieurs années, ont permis de compléter cette documentation, afin d'assurer la qualité de l'information qui est présentée, conformément aux dispositions de la Loi et du règlement intérieur du Conseil supérieur.

Le Secrétariat permanent, avec le concours du cabinet Sefac et de M. Philippe BLIN, Expert-comptable du Conseil supérieur, a pris connaissance de l'ensemble de ces documents et établi une synthèse pour chacune des sociétés de messageries de presse. Les résultats de ces travaux ont été communiqués aux membres du Conseil supérieur avec la convocation de l'Assemblée du Conseil supérieur réunie en séance le 22 décembre 2011.

Conformément à la Loi, le Secrétariat permanent a communiqué au Parquet territorialement compétent les résultats des vérifications conduites relatives aux comptes 2010 des sociétés de messageries de presse, lesquels ont aussi été adressés à la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC).

2.1.2 La distinction clairement opérée entre la distribution des quotidiens d'information politique et générale et celle des autres publications

L'article 18-6 (10°) issu de la loi du 20 juillet 2011 a précisé et complété les missions du Secrétariat permanent de contrôle comptable des sociétés coopératives de messageries de presse dans les termes suivants : *« le Conseil supérieur s'assure en particulier que les sociétés coopératives de messageries de presse et les entreprises commerciales mentionnées à l'article 4 qui distribuent des quotidiens d'information politique et générale opèrent une distinction claire, le cas échéant dans le cadre d'une comptabilité par branche, entre la distribution de ces quotidiens et celle des autres publications »*.

Cette nouvelle disposition législative a donc fait l'objet d'une démarche adaptée du Secrétariat permanent auprès de Presstalis, seule société de messageries de presse à assurer actuellement la distribution de titres quotidiens d'information politique et générale, laquelle a été engagée en octobre 2011.

Le Secrétariat permanent a, avec le cabinet Sefac, représenté par M. Philippe BLIN, expert-comptable du Conseil supérieur, rencontré la direction financière de Presstalis et examiné la documentation comptable relative à sa mission.

Le Secrétariat permanent a relevé que Presstalis dispose d'une comptabilité analytique scindant les revenus, les charges directes et indirectes entre la branche « Quotidiens » et la branche « Publications ». Dans l'état actuel du traitement de l'information, le Secrétariat permanent a relevé que Presstalis n'isole toutefois pas, au sein de la branche analytique « Quotidiens », les quotidiens d'information politique et générale. Le Secrétariat permanent a donc rappelé les termes de la loi du 2 avril 1947, lesquels précisent que la décomposition analytique doit se faire au niveau des quotidiens d'information politique et générale et non pas seulement au niveau des quotidiens. Il s'est enquis de la faisabilité de cette analyse ainsi que du calendrier d'application possible. Selon la direction financière de Presstalis, cette distinction est facilement réalisable et pourra être mise en œuvre au titre de l'exercice 2011.

Le Secrétariat permanent a noté aussi que la comptabilité, au sein de la branche « Quotidiens », distingue clairement les recettes et les charges liées à l'activité métropole (y compris les DOM/TOM), de celles de l'activité export et de celles des titres importés. Il ressort de cet examen que l'organisation actuelle de la comptabilité analytique de Presstalis doit permettre d'établir facilement un compte de résultat analytique propre aux quotidiens d'information politique et générale.

Il ressort également de la mission menée par le Secrétariat permanent que les clés de répartition, testées par les Commissaires aux comptes de Pressatlis et par le cabinet Ricol - Lasteyrie n'ont pas donné lieu à remarque sur la répartition des produits et des charges directes entre les branches « Quotidiens » et « Publications ». Quant aux charges indirectes, le cabinet Ricol - Lasteyrie remarque que *« celles qui sont le plus susceptibles de traduire l'activité réelle de la structure de Presstalis conduiraient à affecter davantage de coûts à l'activité quotidien et donc à aggraver le déficit de cette activité par rapport au résultat obtenu actuellement sur la base d'une clé de répartition - ventes montants forts »*.

Le Secrétariat permanent s'est assuré que les clés de répartition qui seront utilisées afin d'affecter, au sein de la branche « Quotidiens », les coûts directs et indirects aux quotidiens d'information politique et générale pourront faire l'objet d'une revue approfondie ultérieure.

2.1.3 L'examen des éléments prévisionnels des sociétés de messageries de presse

L'examen des éléments prévisionnels des sociétés de messageries de presse visé à l'article 18-6 (10°) de la Loi a été assuré par la Commission de suivi de la situation économique et financière des messageries.

A la suite de l'adoption du règlement intérieur du Conseil supérieur par l'Assemblée du Conseil supérieur réunie en séance le 1^{er} décembre 2011, le Secrétariat permanent a procédé auprès des sociétés de messageries de presse aux demandes d'informations prévues par le règlement intérieur, celles-ci ayant vocation à nourrir les travaux de la Commission de suivi de la situation économique et financière des messageries.

La Commission a tenu sa première séance le 16 mars 2012. Les membres extérieurs de la Commission ont été installés après avoir signé une déclaration écrite confirmant qu'ils remplissent les conditions d'indépendance par rapport aux sociétés de messageries de presse posées par l'article 12.1.2 du règlement intérieur du Conseil supérieur, et matérialisant leur engagement de respecter l'obligation de confidentialité concernant les informations couvertes par le secret des affaires dont ils pourraient prendre connaissance dans le cadre des travaux de la Commission, conformément à l'article 18-3 de la Loi.

La Commission a pris connaissance des informations transmises par Presstalis, concernant la situation de l'entreprise et ses perspectives d'évolution. Elle a notamment étudié le contenu du plan stratégique adopté par Presstalis en novembre 2011 et examiné les données communiquées par l'entreprise sur la mise en œuvre de celui-ci. Au regard des informations disponibles, la Commission a jugé nécessaire de procéder rapidement à l'audition de la direction générale de Presstalis.

La Commission a aussi constaté que la coopérative Messageries Lyonnaises de presse n'avaient pas répondu aux demandes d'informations formulées, le 14 décembre 2011, par le Secrétariat permanent du Conseil supérieur conformément aux dispositions du règlement intérieur, et ce nonobstant une lettre de rappel du Secrétariat permanent en date du 24 janvier 2012, puis d'une lettre adressée au Président de la coopérative Messageries Lyonnaises de presse par le Président du Conseil supérieur en date du 24 février 2012. La Commission a regretté cette situation et a demandé au Président du Conseil supérieur d'adresser au Président de la coopérative Messageries Lyonnaises de presse une dernière invitation à se conformer aux dispositions de la Loi telles que précisées par le règlement intérieur. La coopérative Messageries Lyonnaises de presse ayant partiellement répondu à la demande d'information formulée par le Président du Conseil supérieur, celui-ci l'a renouvelée le 11 juin 2012.

La Commission a tenu sa deuxième séance le 30 mars 2012. Cette séance était initialement programmée le 5 avril 2012 mais a été avancée à la demande expresse de la Direction générale de Presstalis, compte tenu des derniers développements intervenus concernant la situation économique et financière de cette entreprise.

Au cours de cette séance, la Commission a auditionné Mme Anne-Marie COUDERC, Présidente de Presstalis, et M. Vincent REY, Directeur général, mais également les présidents des deux sociétés coopératives actionnaires de Presstalis (M. Hubert CHICOU, Président de la Coopérative de distribution des magazines, et M. Philippe CARLI, Président de la Coopérative de distribution des quotidiens) ainsi que Mme Laurence LESSERTOIS, mandataire *ad hoc* désignée par le Président du Tribunal de commerce de Paris pour assister Presstalis.

La Commission a tenu sa troisième séance le 13 avril 2012. Au cours de cette séance, le Président du Conseil supérieur a rendu compte à la Commission des entretiens tenus avec M. Frank GENTIN, Président du Tribunal de commerce de Paris, et avec M. Gérard RAMEIX. Il ressortait de ces entretiens que ces deux personnalités partageaient l'analyse selon laquelle l'entrée de Presstalis dans une procédure collective déboucherait sur une crise majeure de l'ensemble de la filière presse et créerait bien plus de difficultés qu'elle n'en résoudrait. M. Gérard RAMEIX estimait également qu'il appartenait principalement aux éditeurs, sous l'égide du Conseil supérieur, de prendre les mesures qui s'imposent pour redresser la situation et dessiner un cadre viable pour la poursuite des activités de distribution de leurs titres.

La Commission a ensuite procédé à une nouvelle audition de Mme Laurence LESSERTOIS. Celle-ci a confirmé qu'une déclaration de cessation des paiements de Presstalis aurait pour effet de geler la remontée vers les éditeurs des recettes de ventes de leurs titres à hauteur d'au moins 150 M€. Elle a indiqué que Presstalis avait besoin de 15 à 20 M€ de recettes supplémentaires, par rapport à celles actuellement budgétées, pour pouvoir atteindre la fin de l'exercice 2012 sans un état de cessation des paiements. Si cet apport était effectué, le temps gagné pourrait permettre de mettre en place un nouveau cadre pérenne de l'activité de distribution.

La Commission a tenu sa quatrième séance le 20 avril 2012. Au cours de cette séance, la Commission a auditionné Mme Anne-Marie COUDERC et M. Vincent REY. Ceux-ci ont indiqué que M. Gérard RAMEIX avait fait part de ses premières conclusions au conseil d'administration de Presstalis tenu le 19 avril 2012. La Commission a souhaité procéder à l'audition de M. Gérard RAMEIX.

La Commission a donc tenu sa cinquième séance le 3 mai 2012, au cours de laquelle elle a auditionné M. Gérard RAMEIX.

M. Gérard RAMEIX a rappelé que deux objectifs avaient été fixés à sa mission : d'une part, faire le point sur la situation de trésorerie immédiate de Presstalis, d'autre part, s'assurer dans un second temps que le plan de restructuration de l'entreprise peut être financé. A ce stade, M. Gérard RAMEIX s'est entièrement focalisé sur la situation financière immédiate de Presstalis. Il a constaté qu'à défaut de mesures prises dans les semaines qui viennent, pour permettre de couvrir les charges courantes d'exploitation, l'entreprise serait acculée au dépôt de bilan. En effet, les efforts considérables de compression des coûts effectués par Presstalis depuis plusieurs années n'avaient pas pu aboutir au redressement de l'entreprise dès lors que la perte de recettes résultant de la baisse tendancielle des ventes de la presse avait été aggravée par le départ d'un certain nombre d'éditeurs.

Selon M. Gérard RAMEIX le scénario menant à la faillite était d'ores et déjà enclenché. Son issue était inéluctable sauf si, d'une part, des mesures étaient prises dans les quelques semaines qui viennent pour remettre l'entreprise à flot et, d'autre part, cette période était employée pour faire évoluer le plan initialement défini, afin de rendre sa mise en œuvre plus aisée. Dans un second temps M. Gérard RAMEIX estime que la filière devra, sous la conduite du Conseil supérieur, participer à la définition d'un plan d'ensemble.

M. Gérard RAMEIX était d'avis que, malgré la difficulté de l'exercice, les éditeurs devraient faire tout leur possible pour éviter la faillite de Presstalis dans la mesure où les dommages que cela leur causerait, ainsi qu'aux acteurs de la distribution de la presse, seraient incalculables. Non seulement la totalité des fonds détenus par l'entreprise seraient perdus, induisant pour les éditeurs des pertes dont certains ne se relèveraient pas, mais cela provoquerait sans doute des dommages supplémentaires (interruption de la distribution des quotidiens et des publications, pertes de recettes publicitaires) qui augmenteraient l'impact négatif du sinistre pour la profession.

M. Gérard RAMEIX estimait que le Conseil supérieur devrait catalyser les efforts des éditeurs pour éviter la disparition de Presstalis et assurer la restructuration de la filière. Pour sa part, si les éditeurs prenaient les mesures permettant d'assurer la continuité d'exploitation de l'entreprise pour les mois qui viennent, M. Gérard RAMEIX entendait mener activement la seconde partie de sa mission, consistant à accompagner la mise en place rapide d'un plan d'ensemble de restructuration.

Au vu des informations recueillies, la Commission de suivi de la situation économique et financière des messageries a adopté en une séance tenue le 3 mai 2012 un avis à l'intention de l'Assemblée du Conseil supérieur, conformément à l'article 12.3 du règlement intérieur du Conseil supérieur. Un résumé non confidentiel des travaux de la Commission a été présenté à l'Assemblée du Conseil supérieur en sa séance du 10 mai 2012, au cours de laquelle l'avis émis par la Commission a été porté à la connaissance des membres du Conseil supérieur. Cet avis est ci-après repris.

Commission de suivi de la situation économique et financière des messageries

AVIS
3 mai 2012

Après avoir pris connaissance, au cours de ses séances des 16 et 30 mars, 13 et 20 avril et 3 mai 2012, des informations relatives à la situation de Presstalis, la Commission rappelle qu'aux termes de l'article 17 de la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 modifiée (loi Bichet), le Conseil supérieur des messageries de presse est garant des équilibres économiques du système collectif de distribution de la presse. Par conséquent, il appartient au Conseil supérieur de contribuer à éviter que cette entreprise ne se déclare en cessation de paiements car un tel événement déboucherait sur une crise majeure de la filière dont l'ensemble des éditeurs de presse, ainsi que tous les acteurs de la distribution, subiraient les conséquences.

A cet effet, et compte tenu de l'urgence de la situation, la Commission recommande que le Président du Conseil supérieur assure une coordination entre éditeurs pour, en liaison étroite avec les Pouvoirs publics, fédérer les efforts nécessaires à la poursuite d'activité de Presstalis.

La Commission encourage vivement les coopératives actionnaires de Presstalis à adopter sans tarder les mesures d'ores et déjà, envisagées (augmentation du capital et modification des échéanciers de règlement des éditeurs). Elle considère qu'il faut également mettre en œuvre sans délai les mesures complémentaires recommandées par M. Gérard RAMEIX concernant la hausse générale d'un point des barèmes des messageries et l'augmentation de trois points du taux de commission versé aux agences SAD sur la distribution des quotidiens.

Ces efforts, s'ils sont effectués en urgence, permettront d'assurer la poursuite d'activité de Presstalis pour les 12 mois à venir et manifesteront clairement la volonté des éditeurs de contribuer à la pérennité du système collectif de distribution de la presse.

Par-delà ces mesures d'urgence, les mois prochains doivent être employés pour procéder à une refondation globale de la filière. Il apparaît à cet égard que les mesures actuellement en cours d'élaboration au sein du Conseil supérieur (refonte du schéma directeur du réseau de niveau 2 et mise en place d'une péréquation entre coopératives), si elles sont

indispensables, ne seront probablement pas suffisantes pour assurer un cadre viable et pérenne à ce système compte tenu de la forte baisse tendancielle de la vente au numéro. Ces mesures doivent dès lors être relayées par un plan industriel d'ensemble. En outre, la Commission recommande au Président du Conseil supérieur de mener une réflexion sur les autres mesures qui devraient être proposées pour permettre le maintien d'un système de distribution qui, tout en restant conforme aux principes fondamentaux de la loi Bichet (maîtrise des éditeurs sur la distribution de leurs titres, accès libre et équitable des éditeurs au système quelle que soit leur taille), pourrait fonctionner sur des bases profondément renouvelées. La Commission estime que ces mesures pourraient conduire le CSMP à proposer au Gouvernement et au Parlement certaines modifications de la loi Bichet.

Au regard du caractère essentiel des missions confiées par le législateur au Conseil supérieur en matière de contrôle et de suivi comptable, économique et financier des sociétés de messageries de presse et au regard de la situation économique des acteurs de la distribution dans un contexte de marché très difficile, le Conseil supérieur se devant de mettre en œuvre tous les moyens que lui a donnés le législateur en vue de lui permettre d'exécuter ses missions, l'Assemblée du Conseil supérieur, en sa séance du 28 juin 2012 a adopté une décision relative à la fourniture par les sociétés coopératives de messageries de presse et les entreprises commerciales mentionnées à l'article 4 de la Loi des documents et informations relatifs à leur situation économique et financière. Cette décision sera transmise à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse pour la voir rendre exécutoire.

2.2 Le respect des principes de solidarité coopérative et des équilibres du système collectif de distribution de la presse

2.2.1 La mise en place d'une péréquation inter-coopératives pour le financement de la presse quotidienne d'information politique et générale

La pérennité de la distribution de la presse quotidienne d'information politique et générale constitue l'un des objectifs primordiaux assignés par le législateur aux acteurs du secteur de la distribution de la presse.

Presstalis est la seule entreprise de messageries de presse à assurer la distribution de la presse quotidienne d'information politique et générale.

Après avoir examiné la possibilité de confier la distribution des titres de la presse quotidienne nationale au réseau de distribution de la presse quotidienne régionale, la Coopérative de distribution des quotidiens qui regroupe les éditeurs des quotidiens nationaux a fait le choix solidaire de maintenir celle-ci au sein de Presstalis. Ce choix de solidarité a été effectué au regard du plan de réforme adopté par Presstalis le 22 novembre 2011, de nature à assurer une pérennité de la distribution de la presse quotidienne. Ce plan, qui suppose un périmètre de clientèle constant pour l'entreprise, a été adopté avec l'accord des deux sociétés coopératives actionnaires de Presstalis.

Or, plusieurs entreprises de presse magazine ont annoncé fin 2011 vouloir retirer des titres de la Coopérative de distribution des magazines. Cette situation a conduit le président du Syndicat de la presse quotidienne nationale (SPQN) à adresser au Conseil supérieur des messageries de presse une lettre, en date du 15 décembre 2011, dans laquelle il indiquait que la mise en œuvre de ces retraits rendraient impossible l'exécution du plan de réforme de Presstalis car elle remettrait en cause une hypothèse essentielle sur laquelle il a été construit. Le président du SPQN a sollicité l'intervention du Conseil supérieur pour répondre à la menace qui pèse sur la distribution de la presse quotidienne nationale.

Presstalis a, pour sa part, demandé au président du Tribunal de commerce de Paris de désigner un mandataire *ad hoc* pour accompagner l'entreprise, conformément aux dispositions de l'article L. 611-3 du Code de commerce. A son tour, ce mandataire *ad hoc*, désigné par ordonnance du 2 décembre 2011, adressait au Conseil supérieur une lettre en date du 19 décembre 2011, signalant que les quatre entreprises de presse magazine qui avaient entrepris de résilier tout ou partie de leurs relations avec Presstalis représentaient ensemble un chiffre d'affaires de près de 160 millions d'euros, soit 15% des flux générés par Presstalis. Il y indiquait aussi que leur retrait compromettrait la mise en œuvre du plan de redressement de Presstalis, ainsi que l'avenir et l'équilibre du système de distribution de la presse dans son ensemble et notamment la distribution des quotidiens nationaux que Presstalis est la seule à assurer.

Au vu de ces éléments, le Président du Conseil supérieur a considéré qu'il y avait urgence à soumettre à l'Assemblée du Conseil supérieur, à l'occasion de sa réunion du 22 décembre 2011, diverses mesures, l'un des objectifs essentiels du système coopératif de distribution de la presse, institué par la loi 2 avril 1947 et conforté par la récente réforme de juillet 2011, étant d'assurer la distribution de la presse quotidienne d'information politique et générale, enjeu fondamental de la vie démocratique et condition de réalisation de l'objectif constitutionnel de pluralisme des quotidiens d'information politique et générale, rappelé par le Conseil constitutionnel dans sa décision n° 84-181 DC du 11 octobre 1984.

Le système de distribution de la presse doit non seulement être organisé de manière efficace, et dans de strictes conditions d'impartialité, mais il doit aussi, si nécessaire, comporter des mécanismes de solidarité permettant à l'ensemble des éditeurs de presse d'information politique et générale, et en particulier les quotidiens, d'accéder aux points de vente de presse.

La distribution des quotidiens d'information politique et générale et, plus généralement, des quotidiens, est en outre un élément structurant du réseau dans son ensemble. Cette conviction a été réaffirmée lors des débats évoqués concernant une éventuelle séparation de la distribution des quotidiens par rapport à la distribution des magazines. Il a été souligné, à cette occasion, que le système actuel est vertueux, fait la force et la qualité de l'outil de distribution, et offre de ce fait un avantage compétitif par rapport à d'autres solutions.

Le choix fait au mois de novembre 2011 par les deux sociétés coopératives actionnaires de Presstalis témoigne de ce que la grande majorité des éditeurs, et en particulier, les éditeurs des quotidiens, veulent le maintien de cette situation, qu'ils considèrent comme bénéfique à l'ensemble de la profession. A l'occasion de ces débats, l'ensemble des acteurs de la distribution se sont rejoints sur cette appréciation, notamment la coopérative Messageries lyonnaises de presse et le Syndicat national des dépositaires de presse qui ont souligné le caractère structurant de la distribution des quotidiens nationaux au sein du système collectif. C'est selon ce principe de solidarité, propre à la distribution coopérative, que les réformes nécessaires ont été engagées, et notamment le plan de restructuration de Presstalis.

L'échec de ce plan, qui aboutirait à l'incapacité de Presstalis à poursuivre ses activités, non seulement mettrait en péril la distribution des quotidiens, mais constituerait une crise majeure pour la presse magazine, pour l'ensemble des éditeurs et pour l'ensemble des acteurs de la chaîne de distribution, et en particulier les diffuseurs de presse dans la mesure où cette entreprise assure actuellement environ 60% de la distribution des titres de celle-ci.

L'interruption de la distribution des quotidiens serait un événement particulièrement grave, tant dans son principe que dans ses conséquences concrètes, et ce pour l'ensemble des acteurs, qu'ils soient éditeurs ou intervenants du système collectif de distribution.

Les éditeurs de quotidiens d'information politique et générale n'ont pas aujourd'hui la capacité d'assurer seuls l'intégralité des coûts liés à la distribution de la presse quotidienne. La situation économique de la presse écrite ne permet pas la prise en charge de ces coûts par une augmentation des tarifs de messagerie qui pèserait sur les seuls quotidiens et que ceux-ci ne pourraient pas répercuter sur le prix de vente au numéro de leurs titres. Ces mêmes éditeurs font valoir que les réformes engagées par Presstalis en vue d'une diminution de ses coûts ont jusqu'alors principalement porté sur la distribution des magazines pour répondre à l'offre concurrente de la coopérative Messageries lyonnaises de presse.

Le maintien de la distribution de la presse quotidienne d'information politique et générale dépend donc de la solidarité assumée, dans l'intérêt général, par les éditeurs d'autres types de titres, qui acceptent de supporter une partie des coûts de cette distribution.

L'Etat a d'ailleurs intégré cette logique de solidarité entre éditeurs en faisant bénéficier tous les titres ayant un numéro CPPAP, et non pas seulement les éditeurs de titres d'information politique et générale, du taux de TVA spécifique de 2,10%.

La solidarité entre éditeurs est depuis longtemps assurée *de facto*, au sein de Presstalis grâce à la péréquation sous-jacente à la structure tarifaire votée par les sociétés coopératives qui en sont actionnaires. Les tarifs de Presstalis aboutissent ainsi à ce que les coûts résultant de la distribution des quotidiens soient répartis entre les éditeurs membres de la Coopérative de distribution des quotidiens et de la Coopérative de distribution des magazines. En revanche, les éditeurs de presse magazine qui sont membres de la coopérative Messageries Lyonnaises de presse ne contribuent pas à la prise en charge des coûts de la distribution des quotidiens.

Cette situation crée une solidarité imparfaitement partagée entre les éditeurs qui bénéficient du système collectif de distribution. Elle crée aussi une distorsion de concurrence entre la coopérative Messageries Lyonnaises de presse et la Coopérative de distribution des magazines de Presstalis. Les éditeurs de presse magazine de Presstalis sont incités, s'ils raisonnent au niveau de l'intérêt immédiat de leur seule entreprise, à retirer des titres de la Coopérative de distribution des magazines de Presstalis pour échapper au surcoût lié à cette péréquation tarifaire. Ce faisant, ils accroissent le poids de la péréquation pour les éditeurs de magazines restant distribués par Presstalis, aggravant ainsi le déséquilibre concurrentiel.

L'aboutissement inéluctable d'un tel mouvement est de faire disparaître toute solidarité entre la presse quotidienne et la presse magazine pour la prise en charge partagée des coûts de distribution des quotidiens. Une telle évolution est inacceptable car, pour les raisons rappelées ci-avant, elle conduit à la disparition de la distribution des quotidiens, leurs éditeurs ne pouvant assumer seuls l'intégralité des coûts de cette distribution.

Alors que la crise de la presse a d'ores et déjà placé Presstalis dans une situation financière très difficile, les retraits de la Coopérative de distribution des magazines envisagés par plusieurs éditeurs risquaient d'accélérer le mouvement conduisant vers cette situation, Presstalis pouvant se retrouver très rapidement, du fait de ces départs, dans l'incapacité financière d'assurer la distribution de la presse quotidienne d'information politique et générale, et ce sans alternative crédible immédiatement disponible.

On pouvait donc craindre, à très brève échéance, que Presstalis soit entraînée dans une spirale descendante de plus en plus rapide, où le retrait progressif des éditeurs de presse magazine rendrait le poids de la péréquation plus lourd pour les éditeurs restants, jusqu'à ce que tous quittent l'entreprise. En réalité, un tel mouvement de fuite entraînerait la cessation de paiement de Presstalis, causant de très graves perturbations pour l'ensemble du secteur.

Une telle situation était inacceptable au regard des objectifs fixés par la loi du 2 avril 1947, des traditions et des exigences morales qui font la grandeur de la presse, comme des intérêts directs de l'ensemble des acteurs.

Selon l'article 17 de la Loi, dans sa rédaction issue du 20 juillet 2011, le Conseil supérieur « assure le bon fonctionnement du système coopératif de distribution de la presse et de son réseau [veille] au respect de la concurrence et des principes de liberté et d'impartialité de la distribution [et est garant] du respect des principes de solidarité coopérative et des équilibres économiques du système collectif de distribution de la presse ». A cet effet, le Conseil supérieur détermine notamment, selon l'article 18-6 (1^o) de la Loi, « les conditions et les moyens propres à garantir une distribution optimale de la presse d'information politique et générale ». Egalement, le Conseil supérieur est habilité à prendre des décisions de portée générale « dans le cadre de sa mission générale visant à assurer le bon fonctionnement du système coopératif de distribution de la presse et de son réseau », conformément à l'article 18-13 de la Loi.

Le Conseil supérieur dispose donc, sur le fondement de la rédaction actuelle de la loi du 2 avril 1947, des pouvoirs lui permettant d'adopter toute décision qui lui apparaît nécessaire pour assurer la pérennité du système coopératif de distribution de la presse, tout particulièrement en ce qui concerne la presse d'information politique et générale. Le Conseil supérieur a dès lors le devoir d'adopter de telles mesures lorsque la pérennité du système est menacée de manière grave et immédiate. Aussi, il convenait de mettre en œuvre ces pouvoirs, pour conformément aux missions confiées, prévenir la menace imminente d'un effondrement du système de distribution.

Conformément à l'article 1^{er} de la Loi, « *la diffusion de la presse imprimée est libre* », et il revient à toute entreprise de presse de décider librement des modalités de diffusion de ses titres. Cette exigence de liberté serait cependant vidée de tout sens si les conditions matérielles de sa réalisation venaient à disparaître, du moins pour une certaine catégorie de titres. C'est ce dont le législateur avait conscience en chargeant le Conseil supérieur ainsi que l'Autorité de régulation de la distribution de la presse, de garantir les principes de solidarité coopérative et les équilibres économiques du système collectif de distribution de la presse.

Dès lors que les mécanismes de solidarité en faveur de la presse quotidienne d'information politique et générale, qui existent actuellement au sein des sociétés coopératives actionnaires de Presstalis, ne semblent plus en mesure de perdurer, et posent en tout état de cause la question d'une solidarité imparfaitement partagée et d'une distorsion de concurrence entre les acteurs de la distribution, il est apparu nécessaire et urgent que le Conseil supérieur, organe d'expression de la volonté commune du secteur et garant de l'intérêt collectif, réfléchisse à la mise en place d'un mécanisme de solidarité de droit, applicable à l'ensemble des acteurs.

Ce mécanisme consisterait à assurer une péréquation d'une partie des coûts encourus au titre de la distribution de la presse quotidienne d'information politique et générale, entre l'ensemble des éditeurs qui distribuent leurs titres à travers le système collectif de distribution, quelle que soit leur coopérative d'appartenance. Ce mécanisme, qui devrait être établi sur des bases objectives, transparentes et non discriminatoires, devrait bien entendu conserver un caractère incitatif à la modération des coûts et à l'efficacité économique.

Ce mécanisme devrait par ailleurs permettre un contrôle de la proportionnalité des contributions aux coûts effectivement encourus. Ceci est d'ailleurs directement cohérent avec la séparation comptable imposée à l'activité de distribution de la presse quotidienne d'information politique et générale (article 18-6 (10^e) de la Loi).

Les modalités exactes d'un tel mécanisme restant à définir, il a été proposé à l'Assemblée du Conseil supérieur que le Président du Conseil supérieur soit chargé de réaliser les travaux d'analyse et de proposition, avec l'assistance de conseils indépendants, afin de soumettre à consultation publique, des mesures permettant d'instaurer un mécanisme de répartition équitable des coûts de distribution de la presse quotidienne entre tous les éditeurs de presse.

Ces mesures seront ensuite présentées à l'Assemblée du Conseil supérieur, après consultation publique, en vue de leur approbation. Cette expression de la responsabilité et de la solidarité du secteur sera alors soumise à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse, afin que celle-ci la rende exécutoire.

En son Assemblée réunie en séance le 22 décembre 2011, le Conseil supérieur a dès lors adopté une décision n° 2011-03 relative à « *l'élaboration d'un mécanisme de péréquation inter-coopératives* », chargeant le Président du Conseil supérieur de proposer, dans un délai maximum de neuf mois, les modalités d'un mécanisme de péréquation inter-coopératives permettant de répartir équitablement entre tous les éditeurs de journaux et de publications de presse les charges liées à la distribution de la presse quotidienne d'information politique et générale.

Le mécanisme de péréquation proposé devra permettre de répartir entre toutes les entreprises de presse, de façon objective, transparente et non discriminatoire, les efforts nécessaires pour assurer la couverture des coûts de distribution des quotidiens d'information politique et générale. Il devra rétablir des conditions d'équité concurrentielle entre les sociétés coopératives de messageries de presse qui assurent la distribution de titres de presse à périodicité non quotidienne.

Le Président du Conseil supérieur soumettra les mesures proposées à consultation publique, dans les conditions prévues par l'article 18-7 de la Loi et l'article 8 du règlement intérieur, avant de les présenter à l'approbation de l'Assemblée du Conseil supérieur.

La décision adoptée par le Conseil supérieur a été rendue exécutoire par l'Autorité de régulation de la distribution de la presse par une décision n°2012-0 1 du 10 janvier 2012.

Afin d'assister le Conseil supérieur dans l'élaboration d'un mécanisme de péréquation inter-coopératives, le Président du Conseil supérieur a sollicité le concours et l'expertise du cabinet Mazars, MM. Marc SCHWARTZ et Laurent INARD, associés au sein de ce cabinet assurent la conduite de cette mission.

2.2.2 La suspension provisoire des transferts de titres de presse entre sociétés de messageries de presse

Compte tenu du délai nécessaire à son élaboration et à son adoption après consultation publique, le mécanisme de péréquation inter-coopérative envisagé dont le principe a été arrêté par le Conseil supérieur en son Assemblée du 22 décembre 2011 ne pourra être mise en œuvre avant le second semestre de l'année 2012.

Or les risques immédiats que la situation existante faisait peser sur le système de distribution de la presse ont amené le Conseil supérieur à considérer qu'il serait vain de consacrer des mois à formaliser un mécanisme de solidarité entre éditeurs si, dans le temps nécessaire à l'élaboration de celui-ci, la presse quotidienne d'information politique et générale n'était plus distribuée ou si le principal acteur de niveau 1 de la distribution de la presse avait entre-temps disparu.

Il est dès lors apparu nécessaire, dans l'intérêt de tous les acteurs concernés, qu'une mesure provisoire de solidarité soit adoptée pour garantir dans l'intervalle la stabilité et la pérennité de l'ensemble du système coopératif de distribution.

Pour avoir un effet utile, il ne pouvait s'agir que d'une mesure imposant, pendant une période limitée, le maintien du secteur en l'état ; en d'autres termes, que les entreprises de presse ne puissent pas, pendant cette période transitoire, retirer des titres des coopératives de messageries de presse dont elles sont membres.

Cette restriction apparaissait nécessaire au respect des principes de solidarité et proportionnée aux risques très graves de déstabilisation auxquels le secteur fait face. Elle devait cependant être encadrée dans le temps. Elle viendrait donc à terme dès l'entrée en vigueur du futur mécanisme de péréquation et, en tout état de cause, au 30 septembre 2012. De la sorte, les entreprises de presse recouvriraient à brève échéance leur pleine liberté en la matière.

Telle est la mesure de responsabilité relative à la « *Suspension provisoire de tout transfert de titres entre sociétés coopératives de messageries de presse* » que l'Assemblée du Conseil supérieur a aussi adoptée en sa séance du 22 décembre 2011 à sa décision n° 2011-03 et consistant, jusqu'à la mise en place du mécanisme de péréquation inter-coopératives, et au plus tard jusqu'au 30 septembre 2012, à suspendre à titre provisoire les transferts de titres entre sociétés coopératives de messageries de presse, cette suspension s'appliquant à tous les titres dont la distribution est assurée par une société coopérative de messageries de presse à la date du 22 décembre 2011.

Cette décision du Conseil supérieur n'a toutefois pas été rendue exécutoire par l'Autorité de régulation de la distribution de la presse à sa décision n°201 2-01 du 10 janvier 2012.

2.2.3 La fixation de nouvelles règles de préavis à respecter par les éditeurs qui retirent un titre de presse à une société de messageries de presse ou qui se retirent d'une société coopérative de messageries de presse dont ils sont associés

A l'occasion de l'Assemblée du Conseil supérieur du 22 décembre 2011, le Président avait informé ses membres que dans l'intérêt d'une régulation plus efficace de la distribution de la presse au bénéfice de l'ensemble du secteur et en application de la loi du 2 avril 1947, le Conseil supérieur se saisirait de la question des préavis stipulés aux contrats de groupage et de distribution, un éditeur pouvant retirer la distribution confiée à une société coopérative de messageries de presse d'un journal ou d'une publication périodique qu'il édite, moyennant un préavis d'une durée uniforme de trois mois et ce, quelle que soit la durée de la relation ayant existé entre l'éditeur et la société de messageries de presse.

Dans sa décision n°2012-01 du 10 janvier 2012, l'Autorité de régulation de la distribution de la presse a aussi évoqué la définition par le Conseil supérieur « *de nouvelles règles de préavis qui prennent davantage en compte l'ancienneté des relations commerciales entre les parties, comme le prescrivent les dispositions du code de commerce et une jurisprudence bien établie* ».

La loi du 2 avril 1947 fait obligation aux entreprises de presse qui souhaitent grouper et distribuer en commun leurs journaux ou publications périodiques d'avoir recours à des sociétés de forme coopérative dont l'objet est limité aux opérations de distribution et de groupage des journaux et publications périodiques édités par leurs associés. La Loi fait parallèlement obligation aux sociétés coopératives de messageries de presse d'accepter l'adhésion de tout éditeur de journal ou de publication périodique qui offre de conclure avec elles un contrat de groupage et de distribution sur la base du barème des tarifs approuvé par leur assemblée générale.

La forme coopérative imposée par la Loi implique que les éditeurs recourant au système collectif de distribution ont la double qualité d'associé coopérateur et de client des sociétés coopératives de messageries de presse. La Loi induit ainsi une solidarité entre les éditeurs en tant que sociétaires coopérateurs des sociétés de messageries de presse auxquels ils adhèrent.

Au regard du principe coopératif impliquant cette double qualité, tout éditeur associé au sein d'une société coopérative de messageries de presse prend l'engagement d'utiliser les services de la société. Il souscrit au contrat de groupage et de distribution lequel comporte principalement à la charge de l'éditeur : l'engagement de confier à la société de messageries de presse l'exclusivité de la distribution des titres désignés ; à la charge de la société de messageries de presse : l'engagement d'acheminer ces titres jusqu'aux points de vente sur l'ensemble du territoire national.

Comme dans toute société coopérative, les sociétaires ont le droit de se retirer de la société lorsqu'ils le désirent. Ce droit de retrait se retrouve dans les statuts des trois sociétés coopératives de messageries de presse actuellement existantes. Le délai de préavis prévu à leurs statuts respectifs est de trois mois.

Egalement, les éditeurs ont le droit de retirer à tout moment, sous réserve du respect d'un délai de préavis, la distribution d'un ou des titres qu'ils éditent à la société de messageries de presse dont ils sont sociétaires, sachant que la Coopérative de distribution des quotidiens et la Coopérative de distribution des magazines ont confié la distribution des journaux et publications périodiques de leurs éditeurs sociétaires à Presstalis et que la coopérative Messageries lyonnaises de presse distribue directement les publications périodiques de ses sociétaires. Le délai de préavis prévu aux contrats de groupage et de distribution des trois sociétés coopératives de messageries de presse est uniforme et également de trois mois.

Les contrats de groupage et de distribution constituent des contrats à durée indéterminée puisqu'ils demeurent en vigueur tant que l'éditeur est adhérent à la société coopérative correspondante. L'article 1134 du Code civil consacre les engagements contractuels relatifs à la durée du contrat et la jurisprudence sanctionne, sous le visa de ce même article, la rupture abusive d'un contrat. Parallèlement, l'article L.442-6 I, 5° du Code de commerce a consacré la sanction, au-delà de la relation contractuelle, de la rupture brutale des relations contractuelles.

La faculté de résiliation unilatérale d'un contrat à durée indéterminée donnée à chacune des parties ne doit donc pas constituer une prérogative arbitraire, auquel cas la rupture pourrait être qualifiée d'abusives et engager la responsabilité de son auteur. Pour la jurisprudence « *si la partie qui met fin à un contrat de durée indéterminée dans le respect des modalités prévues n'a pas à justifier d'un quelconque motif, le juge peut néanmoins, à partir de l'examen des circonstances établies, retenir la faute faisant dégénérer en abus l'exercice du droit de rompre* ».

L'intensité des relations unissant deux contractants depuis de nombreuses années doit justifier certains égards. La jurisprudence tient compte du critère lié à la durée des relations contractuelles et s'attache à encadrer les principes juridiques applicables en cas de rupture qui, selon les circonstances, peuvent s'avérer inadaptés ou trop brutaux. Cette considération est d'autant plus importante pour les contrats qui s'avèrent indispensables à la survie d'une entreprise. Ainsi, nonobstant le principe de la liberté de rompre le contrat, la durée effective de la relation contractuelle a une incidence notable sur le régime de la rupture. L'ancienneté du contrat revêt donc une importance primordiale dans l'appréciation de la durée du préavis, lequel doit permettre au contractant de se réorganiser dans la perspective d'une fin imminente du contrat.

L'intensité de la relation contractuelle et ses implications économiques pour l'un des contractants influent également sur la durée du préavis. Ainsi, lorsque le contrat impose une exclusivité, il apparaît aussi normal que la durée du préavis soit plus longue que dans un contrat qui ne fixe pas une telle exigence et où le cocontractant « *reste libre d'assurer la diversification de ses activités* ».

L'équilibre économique du système collectif de distribution de la presse requiert que le délai de préavis permettant à un éditeur de retirer la distribution d'un journal ou d'une publication périodique à la société coopérative de messageries de presse dans laquelle il est sociétaire ou à une entreprise commerciale visée à l'article 4 de la Loi, soit un délai d'une durée raisonnable, en ligne avec les prescriptions légales, prenant davantage en compte la durée de la relation commerciale.

Le retrait par un éditeur de la distribution d'un journal ou d'une publication périodique à la société coopérative de messageries de presse qui le distribue ne doit pas être « brutal » au sens de la jurisprudence et doit permettre à la société de messageries de presse, notamment dans une période de crise, de disposer du temps nécessaire à en pallier les conséquences et ce, dans l'intérêt social, dans celui des autres coopérateurs et en respect des principes de solidarité coopérative et des équilibres économiques du système collectif de distribution de la presse.

Il relève aussi d'une bonne politique de régulation d'éviter les contentieux qui pourraient se multiplier relatifs à une rupture par un éditeur de sa relation commerciale avec une société de messageries de presse, qui pourrait être considérée comme « brutale ».

Le délai de préavis uniforme de trois mois existant actuellement aux contrats de groupage et de distribution souscrits entre les sociétés de messageries de presse et leurs éditeurs adhérents apparaissait manifestement insuffisant dès lors que la relation commerciale a duré plus de trois ans. Il apparaissait aussi non conforme aux prescriptions légales et aux décisions de jurisprudence.

Il a donc importé au Conseil supérieur de définir des durées de préavis davantage en ligne avec les prescriptions légales et en particulier, fonction de la durée de la relation commerciale ayant existé, tenant compte des caractéristiques du secteur de la distribution de la presse, de la nature spécifique de la relation existant entre l'éditeur et la société coopérative de messageries de presse et de la double qualité de client et d'associé coopérateur de la société de messageries de presse qui distribue le journal ou la publication périodique que l'éditeur édite, issue du principe coopératif de la distribution de la presse, qui accentue l'obligation de responsabilité et de loyauté des éditeurs vis-à-vis des sociétés coopératives auxquelles ils ont recours et dont ils déterminent collectivement les orientations en assemblée générale, dans un cadre démocratique, puisque chaque sociétaire ne dispose que d'une voix quel que soit le nombre de parts sociales dont il est titulaire.

Il devait aussi être pris en compte le fait que les sociétés coopératives de messageries de presse ne peuvent, de par la Loi, avoir d'autre objet que le groupage et la distribution de titres de presse et qu'on ne saurait par conséquent leur demander de se « reconvertir » en développant de nouvelles activités. De plus, l'activité de groupage et de distribution des journaux et publications de presse consistant à irriguer tout le territoire en transportant, sous forte contrainte de temps, des volumes importants de papier ayant une valeur individuelle relativement faible, est fortement consommatrice de moyens.

Ces durées de délai de préavis ne devaient toutefois pas constituer une entrave excessive à la liberté des éditeurs dans le choix de la société coopérative de messageries de presse à laquelle ils souhaitent adhérer et font appel pour distribuer leurs journaux et publications périodiques. Elles ne devaient pas plus faire exagérément obstacle à la libre concurrence entre les deux messageries de presse qui distribuent actuellement l'ensemble des journaux et publications périodiques à travers le système coopératif de distribution.

Outre que ces durées de délais de préavis devaient être fonction de la durée de la relation commerciale ayant existé entre l'éditeur et la société de messageries de presse, elles pouvaient aussi être déterminées en fonction du volume du titre retiré mis en distribution par l'intermédiaire de la société de messageries de presse, et ce pour, à travers ce critère, tenir compte des spécificités de l'activité et ne pas imposer aux « petits » éditeurs, des durées de délais de préavis trop importants, alors que leur départ ne représenterait qu'une perte d'activité faible pour la société de messageries de presse concernée.

L'introduction dans les contrats de groupage et de distribution de nouveaux délais de préavis devant être respecté lorsqu'un éditeur entend retirer la distribution d'un de ses titres à la société coopérative de messageries de presse dont il est adhérent, devait parallèlement s'accompagner d'une modification des statuts des sociétés coopératives de messageries de presse pour subordonner le retrait d'un associé coopérateur à de mêmes délais de préavis.

Les délais de préavis qui doivent être respectés lorsqu'un éditeur entend se retirer d'une société coopérative de messageries de presse devaient donc refléter ceux qui doivent être respectés lorsqu'un éditeur entend retirer la distribution d'un de ses titres à la société coopérative dont il est adhérent.

Le Président du Conseil supérieur a donc saisi, en qualité d'expert, M. Pascal CHAUVIN, Président de chambre à la Cour d'appel de Paris et qui a présidé la Commission des normes et bonnes pratiques professionnelles du Conseil supérieur instituée avant le vote de la loi du 20 juillet 2011, de l'examen de cette question juridique, avec pour mission d'étudier la définition de nouvelles règles de préavis qui prendraient en compte raisonnablement, conformément aux dispositions légales et à la jurisprudence, notamment l'ancienneté des relations commerciales entre l'éditeur et la société de messageries de presse, précisant qu'il importait aussi de tenir compte de la nature des relations contractuelles et des spécificités du secteur.

Conformément à l'article 18-7 de la Loi, la mesure envisagée a fait l'objet d'une consultation publique dans les conditions fixées par l'article 8 du règlement intérieur du Conseil supérieur et dont les résultats ont été rendus publics.

En son Assemblée réunie le 21 février 2012, le Conseil supérieur a adopté une décision n° 2012-01 relative à « *la durée du délai de préavis à respecter par les éditeurs qui retirent la distribution d'un titre de presse à une messagerie de presse ou qui se retirent d'une société coopérative de messageries de presse dont ils sont associés* ».

La décision adoptée par le Conseil supérieur a été rendue exécutoire par l'Autorité de régulation de la distribution de la presse par une décision n°2012-03 du 16 mars 2012.

2.2.4 L'alerte sur les menaces pesant sur le système de distribution de la presse

A l'occasion de la communication à l'Assemblée du Conseil supérieur des informations non confidentielles dont la Commission de suivi de la situation économique et financière des messageries avait pris connaissance, de l'avis que la Commission avait adopté le 3 mai 2012 à l'intention de l'Assemblée du Conseil supérieur et compte tenu des graves et imminentes menaces qui pèsent sur le système de distribution de la presse française et sur son avenir, en vue de garantir le respect des principes de solidarité coopérative, des équilibres économiques du système collectif de distribution de la presse et d'assurer le bon fonctionnement du système coopératif de distribution de la presse et de son réseau, l'Assemblée du Conseil supérieur en sa séance tenue le 10 mai 2012 a adopté la déclaration suivante :

Déclaration du Conseil supérieur des messageries de presse du 10 mai 2012

relative aux graves et imminentes menaces qui pèsent sur le système de distribution de la presse française et sur son avenir ; à l'intervention du Conseil supérieur en vue de garantir le respect des principes de solidarité coopérative, des équilibres économiques du système collectif de distribution de la presse et d'assurer le bon fonctionnement du système coopératif de distribution de la presse et de son réseau.

En application de l'article 17 de la loi du 2 avril 1947 (loi Bichet) récemment réformée par la loi du 20 juillet 2011, le Conseil supérieur des messageries de presse (CSMP) est, conjointement avec l'Autorité de régulation de la distribution de la presse (ARDP), garant du respect des principes de solidarité coopérative et des équilibres économiques du système collectif de distribution de la presse, le CSMP doit également assurer le bon fonctionnement du système coopératif de distribution de la presse et de son réseau.

Aujourd'hui, dans le cadre des missions qui lui sont confiées par la loi, il est de la responsabilité du CSMP d'alerter les éditeurs et les acteurs de la distribution sur les menaces graves et imminentes qui pèsent sur le système de distribution de la presse française et sur son avenir.

Les équilibres économiques de notre système de distribution sont aujourd'hui mis en péril et les trois niveaux de la distribution se trouvent gravement affectés, dans un temps où les estimations concordantes de la profession projettent une nouvelle baisse du marché de 25%, au terme des quatre prochaines années. La principale société de messageries de presse, qui assure les trois-quarts de la distribution de la presse en France et, seule, la distribution de la presse quotidienne nationale est dans une situation alarmante. Certains dépositaires de presse sont également touchés et voient leurs équilibres économiques compromis. Dans quelques zones de chalandise, la continuité territoriale de la distribution se trouve remise en question. Les diffuseurs de presse sont toujours dans une situation de grande précarité et le réseau de vente des éditeurs continue à s'éroder, tant en qualité qu'en capillarité.

Les causes de cette situation sont multiples. Elles tiennent, bien sûr, à l'aggravation de la baisse des ventes constatées depuis le second semestre 2008 avec la survenance de la crise économique et financière. Elles tiennent, aussi, aux retards pris dans l'accomplissement des réformes indispensables pour améliorer l'efficacité de notre système. Elles tiennent, enfin, à une organisation de la distribution insuffisamment régulée, qui après avoir favorisé la baisse des coûts de distribution, légitimement recherchée par les éditeurs dans les temps d'expansion, entraîne à présent ces derniers vers l'effondrement de leur système.

Le CSMP rappelle que le système collectif de distribution de la presse est une émanation des éditeurs, que la loi leur a confié la maîtrise de ce système, à charge pour eux d'en assurer le bon fonctionnement. Les éditeurs ont donc des responsabilités particulières à son égard, dont ils ne peuvent s'affranchir et qu'ils doivent prendre en conformité avec les principes de solidarité coopérative énoncés par la loi.

Aujourd'hui, la société de messageries de presse, qui de par ses activités et les volumes qu'elle traite, structure le secteur de la distribution de la presse est menacée, d'une déclaration de cessation de paiements. Certains envisagent une telle perspective comme une solution aux problèmes de la distribution : il est du devoir du CSMP de dire, avec gravité et solennité, qu'une telle défaillance, si elle survenait, entraînerait de façon irrémédiable dans le chaos, indistinctement, l'ensemble des éditeurs et des acteurs des trois niveaux de distribution. Le CSMP souligne que le problème auquel la profession doit aujourd'hui faire face avec la plus grande détermination n'est pas uniquement celui d'une entreprise en difficulté. Ce problème, concerne toute la filière. En effet, l'ouverture d'une procédure collective à l'encontre de l'acteur principal de la distribution, entraînerait par des réactions en chaîne immédiates, des défaillances d'éditeurs, puis celles des dépositaires de presse qu'il irrigue, au premier chef desquels ses filiales, qui réalisent la majeure part d'activité du niveau 2, précipiterait les fermetures de multiples points de vente et générerait une crise sociale majeure. Naturellement, la messagerie concurrente, ses sociétaires et ses filiales, ne seraient pas épargnés par les effets d'une telle crise, quelle que soit leur autonomie. Une telle situation signifierait la fin de la maîtrise collective par les éditeurs de leur distribution, la fin du principe coopératif de distribution de la presse, la fin des solidarités entre éditeurs et entre formes de presse.

Le CSMP assure les Pouvoirs publics qu'il usera de toutes les prérogatives que lui a confiées le législateur pour poursuivre et accélérer l'indispensable redressement des équilibres de la distribution. Le CSMP mènera notamment à leur terme, dans les meilleurs délais possibles, les réformes visant à restructurer le réseau des dépositaires de presse, faire évoluer la rémunération de ces derniers sur leur mission logistique, mettre en place une péréquation inter-coopératives pour le financement de la presse quotidienne d'information politique et générale.

C'est cette détermination collective des éditeurs à restaurer les équilibres de la distribution, par des actes immédiats, qui rendra possible l'indispensable accompagnement des Pouvoirs publics, attentifs à maintenir leurs efforts de soutien au pluralisme de la presse, à la diversité de l'offre éditoriale et à l'accès des citoyens aux titres de leur choix. C'est également cet engagement résolu et solidaire des éditeurs qui permettra de mobiliser les investisseurs et les financements nécessaires aux restructurations à conduire sur l'ensemble de la filière.

Dans ce contexte, le CSMP appelle les éditeurs et leurs organisations professionnelles représentatives à soutenir les actions qu'il entreprend pour assurer la sauvegarde des intérêts essentiels de la filière, dans le cadre législatif récemment rénové et, sans doute appelé à encore évoluer. Plus largement, le CSMP appelle à la responsabilité l'ensemble des acteurs de la distribution.

Dès aujourd'hui, l'Assemblée du CSMP se prononce sur les décisions les plus urgentes à mettre en œuvre.

Appelée à se prononcer sur les décisions les plus urgentes à mettre en œuvre, l'Assemblée du Conseil supérieur en cette même séance tenue le 10 mai 2012 a adopté une délibération par laquelle elle demande aux sociétés coopératives de messageries de presse de prendre, dans les délais les plus brefs, dès lors que l'Etat aura confirmé son engagement à accompagner la filière dans sa modernisation, les décisions, applicables pour les vingt-quatre mois à venir, permettant de rétablir l'équilibre de leurs comptes d'exploitation, telles que préconisées par M. Gérard RAMEIX, à savoir :

- une hausse d'un point applicable à l'ensemble des tarifs figurant aux barèmes de l'ensemble des sociétés coopératives ; étant entendu que cette hausse doit également être appliquée aux tarifs de distribution des produits hors presse ;
- une augmentation de trois points du taux de la commission versée aux agences de la SAD (niveau 2) pour la Coopérative de distribution des quotidiens.

La délibération a précisé que le Conseil supérieur réexaminera la situation économique et financière des messageries après que M. Gérard RAMEIX aura fait connaître les conclusions de sa mission concernant les voies et moyens permettant la restructuration durable de Presstalis.

La délibération du Conseil supérieur a été transmise pour information à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse.

2.3 Les conditions de rémunération des agents de la vente de presse

2.3.1 La fixation de la rémunération des agents de la vente de presse

Pour l'exécution des missions du Conseil supérieur, la loi du 2 avril 1947 dispose en son article 18-6 (9°) que le Conseil supérieur fixe les conditions de rémunération des agents de la vente de presse après consultation de leurs organisations professionnelles.

La loi du 20 juillet 2011 a abrogé en son article 6, l'article 11 de la loi n°87-39 du 27 janvier 1987 qui institue le principe d'une rémunération *ad valorem* des agents de la vente de presse et précisé que cette abrogation prenait effet à compter de l'entrée en vigueur de la première décision prise par le Conseil supérieur en application du 9° de l'article 18-6 de la Loi et au plus tard dans un délai de six mois à compter de la publication de la loi du 20 juillet 2011, soit le 21 janvier 2012.

L'abrogation de l'article 11 de la loi du 27 janvier 1987 a emporté abrogation des décrets du 9 février 1988 et du 25 novembre 2005 pris sur son fondement, lesquels fixent les conditions de rémunération des agents de la vente de presse.

Il a donc été nécessaire que le Conseil supérieur adopte une décision fixant les conditions de rémunération des agents de la vente de presse après consultation de leurs organisations professionnelles et que celle-ci devienne exécutoire avant le 21 janvier 2012 pour apporter la sécurité nécessaire au cadre juridique de la rémunération des agents de la vente de presse.

Inscrite dans le cadre des délais et procédures fixés par le législateur, la décision du Conseil supérieur ne pouvait revêtir qu'un caractère conservatoire, le Conseil supérieur étant nécessairement appelé à revenir sur la question de la rémunération des agents de la vente de presse dans le courant de l'année 2012.

Cette première décision du Conseil supérieur, fixant les conditions de rémunération des agents de la vente de presse, a donc visé à maintenir, à titre transitoire, les conditions de rémunération des agents de la vente de presse pratiquées jusqu'à ce que le Conseil supérieur soit en mesure d'exercer sa compétence de manière informée.

Après consultation des organisations professionnelles des dépositaires et diffuseurs de presse à savoir : le Syndicat national des dépositaires de presse (SNDP), l'Union nationale des diffuseurs de presse (UNDP) et le Syndicat national de la librairie et de la presse (SNLP), l'Assemblée du Conseil supérieur en sa séance du 1^{er} décembre 2011 a donc, en une décision n°2011-01 :

- fixé la rémunération des agents de la vente de presse selon un mode *ad valorem* qu'il a maintenu ;
- fixé les plafonds des taux de commission des agents de la vente de presse, lesquels correspondent à ceux issus du décret du 9 février 1988, la seule exception à cette reconduction concerne les agences de la SAD pour lesquelles la majoration du taux issue du décret a été limitée à trois points en conformité avec la pratique professionnelle en cours, le décret prévoyant une majoration pouvant aller jusqu'à six points ;
- précisé toutefois que ces plafonds s'entendent sous réserve, le cas échéant, des taux de commission issus des accords interprofessionnels souscrits entre les sociétés de messageries de presse et les organisations professionnelles représentant les agents de la vente de presse, qu'il a maintenu ;
- précisé également que ces plafonds s'entendent aussi sous réserve, pour les diffuseurs de presse, des taux spécifiquement appliqués à certaines catégories de publications périodiques ou quotidiennes (parutions dominicales, titres étrangers) qu'il a maintenu ;
- précisé, le cas échéant, les modalités de rémunération des diffuseurs de presse par référence aux accords interprofessionnels souscrits entre les sociétés de messageries de presse et les organisations professionnelles représentant les diffuseurs de presse ; les modalités de rémunération des diffuseurs de presse étant celles issues des accords interprofessionnels

- souscrits entre les sociétés de messageries de presse et les organisations professionnelles représentant les agents de la vente de presse ;
- précisé aussi les modalités de rémunération des concessionnaires globaux par référence aux barèmes qui leur sont propres, arrêtés par les sociétés de messageries de presse ; les modalités de rémunération des concessionnaires globaux étant celles issues des barèmes arrêtés par les sociétés de messageries de presse ;
 - précisé, le cas échéant, les modalités de rémunération des dépositaires de presse par référence aux accords interprofessionnels souscrits entre les sociétés de messageries de presse et l'organisation professionnelle représentant les dépositaires de presse ; les modalités de rémunération des dépositaires de presse étant celles issues des accords interprofessionnels souscrits entre les sociétés de messageries de presse et l'organisation professionnelle représentant les dépositaires de presse ;
 - précisé que, le cas échéant, la rémunération des dépositaires de presse est majorée de la contribution de 0,8 % mise en place par les sociétés coopératives de messageries de presse depuis le 1^{er} juillet 2010 ;
 - précisé aussi, pour les accords interprofessionnels concernés, que le taux de commission des dépositaires de presse s'entend le cas échéant d'un taux consolidé, c'est-à-dire incluant la part de rémunération fixe et la part de rémunération variable ;
 - fixé le principe et les modalités des « frais de port » par référence à la pratique instituée par le décret du 9 février 1988 : les dépositaires de presse peuvent retenir sur les taux de commission revenant aux diffuseurs de presse, des « frais de port » dans la limite de 1 % pour les quotidiens et de 2 % pour les autres publications périodiques, lorsque les fournitures font l'objet d'une livraison directe au domicile de ces derniers ;
 - rappelé que sont concernés par sa décision les agents de la vente de presse définis à l'article 18-6 dernier alinéa de la loi du 2 avril 1947 modifiée par la loi du 20 juillet 2011 : les concessionnaires globaux, les dépositaires centraux, les diffuseurs de presse et les vendeurs colporteurs de presse.

La décision du Conseil supérieur a été rendue exécutoire par l'Autorité de régulation de la distribution de la presse par une décision n°2011-01 du 19 décembre 2011.

2.3.2 La contribution transport exceptionnelle et l'évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse

Le Conseil supérieur qui s'est attaché depuis janvier 2009 à mettre en œuvre les recommandations formulées à la suite des États généraux de la presse écrite, a lancé depuis le mois de mars de la même année différents travaux sur la réforme du niveau 2 et s'est saisi en mai 2010 de la question de l'évolution de son mode de rémunération. Le Conseil supérieur a suivi en cela le Livre vert qui juge souhaitable que soient prises en compte de manière substantielle des unités d'œuvre, ajoutant que cette mesure pourrait nécessiter une réforme législative.

Dès l'ouverture des travaux conduits par le Conseil supérieur sur le niveau 2, la question des frais de transport a été abordée. Les acteurs du niveau 2 ont souligné un déséquilibre global apparu entre les charges de transport réellement engagées par les dépositaires de presse au titre de la livraison des marchands et les montants perçus par les dépositaires de presse à travers la réduction pratiquée sur la commission des diffuseurs de presse en application de l'article 5 du décret du 9 février 1988 (au titre de la « livraison directe au diffuseur »).

A l'occasion du travail conduit à la demande des Pouvoirs publics en vue de les éclairer sur l'économie de la réforme du niveau 2, le Conseil supérieur, entouré des conseils et de l'expertise du cabinet Ricol - Lasteyrie, avait mis en évidence que la conjugaison de l'augmentation des coûts de transport (frais de carburant notamment) et de la baisse des volumes vendus par le réseau des diffuseurs de presse conduisait à une prise en compte insuffisante du poste transport. Le Conseil supérieur rappelait également que le poste transport variait selon la nature et la situation du dépôt.

M. Bruno METTLING, dans son rapport remis au Premier Ministre le 29 mars 2010, a préconisé « *une hausse provisoire uniforme d'un point de la rémunération des frais de transport au niveau 2* ». Il a précisé qu'elle devrait s'appliquer immédiatement sur l'ensemble des fournitures des sociétés de messageries de presse afin de prévenir d'éventuelles défaillances et « *être reprise à la fin de l'année 2010 pour laisser place, au sein d'une enveloppe financière équivalente, à un barème différencié prenant en compte le différentiel des coûts de transport entre dépôts et maintenant une incitation à la réduction des coûts* ».

Le caractère d'urgence unanimement mis en avant quant à la mise en œuvre d'un tel dispositif a conduit le Conseil supérieur à inviter les acteurs à se rapprocher afin de répondre à la préconisation issue de la mission confiée à M. Bruno METTLING. Les sociétés coopératives de messageries de presse ont ainsi mis en œuvre cette hausse provisoire uniforme d'un point de la rémunération des frais de transport au niveau 2 à travers une contribution transport exceptionnelle et transitoire jusqu'à fin décembre 2010. Suivant la recommandation émise par l'Assemblée du Conseil supérieur en novembre 2010, les sociétés coopératives de messageries de presse ont reconduit celle-ci pour une nouvelle durée de six mois. Suivant la recommandation émise par l'Assemblée du Conseil supérieur en sa séance du 18 mai 2011, les sociétés coopératives de messageries de presse ont reconduit celle-ci à hauteur de 0,8 %, le cas échéant jusqu'au 31 décembre 2011 pour une nouvelle durée de six mois.

La décision du Conseil supérieur n° 2011-01 du 1^{er} décembre 2011 fixant les conditions de rémunération des agents de la vente de presse a enfin précisé que, le cas échéant, la rémunération des dépositaires de presse était majorée de la contribution de 0,8 % mise en place par les sociétés coopératives de messageries de presse depuis le 1^{er} juillet 2010.

Parallèlement, le Président du Conseil supérieur qui en avait informé l'Assemblée du Conseil supérieur, a missionné sur la question importante et technique de la rémunération des dépositaires de presse, le cabinet Ricol - Lasteyrie pour assister le Conseil supérieur. A cette fin et pour nourrir sa réflexion, celui-ci a auditionné les représentants des sociétés de messageries de presse et du Syndicat national des dépositaires de presse, analysé les propositions avancées par ces acteurs du niveau 2 et rencontré le groupe de travail du Conseil supérieur composé d'éditeurs.

En janvier 2011, ainsi que le Président du Conseil supérieur en avait également informé l'Assemblée du Conseil supérieur, il a saisi la Commission des normes et bonnes pratiques professionnelles (devenue Commission des bonnes pratiques professionnelles depuis la loi du 20 juillet 2011) d'une demande d'élaboration d'une norme ou bonne pratique professionnelle relative à l'évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse. La saisine de la commission a permis aux acteurs de la profession de participer au débat nécessaire à travers leurs auditions et leurs contributions. Dans le cadre de l'instruction de la saisine, la commission s'est adjoint l'expertise du cabinet d'audit Ricol - Lasteyrie et du cabinet d'avocats Brandford - Griffith & Associés.

Après instruction de la saisine, la Commission des normes et bonnes pratiques professionnelles a adopté une proposition de bonne pratique professionnelle relative à l'évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse par l'introduction d'unités d'œuvre dans la rémunération de la mission logistique transport. La commission a relevé aussi une indispensable réforme législative pour permettre cette évolution.

L'Assemblée du Conseil supérieur tenue le 18 mai 2011 a adopté la bonne pratique professionnelle relative à l'évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse proposée par la Commission des normes et bonnes pratiques professionnelles. Elle a aussi relevé la nécessaire réforme législative permettant cette évolution.

La loi du 20 juillet 2011 ayant abrogé l'article 11 de la loi du 27 janvier 1987 et donné mission au Conseil supérieur de fixer les conditions de rémunération des agents de la vente de presse, le Conseil supérieur a lancé une consultation publique sur la mesure envisagée d'une évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse par l'introduction d'unités d'œuvre et rendu publics ses résultats.

Le Conseil supérieur a inscrit l'évolution du mode de rémunération des dépositaires de presse par l'introduction d'unités d'œuvre dans ses travaux actuellement menés sur le schéma directeur du réseau de niveau 2, les règles d'organisation et les missions du réseau des dépositaires de presse que lui assigne l'article 18-6 (4) de la Loi.

2.3.3 La rémunération des diffuseurs de presse

Le Conseil supérieur a assuré le suivi de la mise en œuvre durant l'année 2011 des plans relatifs à la rémunération des diffuseurs de presse et des kiosquiers.

Concernant les éléments financiers relatifs au 1^{er} semestre 2011, toutes messageries confondues, il ressort que 21,1 millions € (22,4 millions € pour le 1^{er} semestre 2010) ont été versés, en application des 1^{er} et 2^{ème} plans (10,5 millions € au titre du 1^{er} plan et 10,6 millions € au titre du 2^{ème} plan). Presstalis ayant versé 15,9 millions € de rémunération complémentaire au réseau de vente et la coopérative Messageries Lyonnaises de presse 5,2 millions €.

Concernant les populations de marchands de la vente de presse concernées, il ressort que 11 900 diffuseurs qualifiés ont reçu un complément de rémunération au titre du 1^{er} plan unifié toutes messageries confondues, que Presstalis a qualifié 6 940 marchands de la vente de presse (6 260 diffuseurs et 680 kiosquiers) dans le cadre de son 2^{ème} plan, que la coopérative Messageries Lyonnaises de presse a qualifié 6 490 marchands de la vente de presse (5 890 diffuseurs et 600 kiosquiers) dans le cadre de leur 2^{ème} plan.

Concernant les éléments financiers relatifs au 2^{ème} semestre 2011, toutes messageries confondues, il ressort des éléments communiqués, que 21,8 millions € (23,1 millions € pour le 2^{ème} semestre 2010) ont été versés, en application des 1^{er} et 2^{ème} plans (10,8 millions € au titre du 1^{er} plan et 11 millions € au titre du 2^{ème} plan). Presstalis ayant versé 15,8 millions € de rémunération complémentaire au réseau et la coopérative Messageries Lyonnaises de presse 6 millions €.

Concernant les populations de marchands de la vente de presse concernées, il ressort pour le 2^{ème} semestre 2011 que 11 700 diffuseurs qualifiés ont reçu un complément de rémunération au titre du 1^{er} plan unifié toutes messageries confondues, que Presstalis a qualifié 6 980 marchands de la vente de presse (6 300 diffuseurs et 680 kiosquiers) dans le cadre de son 2^{ème} plan, que la société coopérative Messageries Lyonnaises de presse a qualifié 6 580 marchands de la vente de presse (6 010 diffuseurs et 570 kiosquiers) dans le cadre de leur 2^{ème} plan.

Concernant la rémunération des kiosquiers, le Conseil supérieur a relevé que 3,3 millions € avaient été mobilisés au titre de la rémunération complémentaire versée aux kiosquiers en 2011 (3,5 millions € en 2010). La contribution des éditeurs distribués par Presstalis s'est élevée à 3 millions €, celle des éditeurs distribués par la coopérative Messageries Lyonnaises de presse à 0,3 million €.

Durant l'année 2011, environ 80 magasins relevant d'un concept « d'enseigne culturelle » ont reçu un complément de rémunération au titre du 1^{er} plan ou du 2^{ème} plan de qualification, toutes messageries confondues. Ce sont ainsi près d'1,1 millions € qui ont été versés par les sociétés de messageries de presse en application des dispositifs entrés en vigueur le 1^{er} janvier 2010 (inclus dans les montants indiqués ci-dessus).

Ainsi pour l'année 2011, toutes messageries confondues, il ressort que 42,9 millions € ont été versés, en application des 1^{er} et 2^{ème} plans (21,3 millions € au titre du 1^{er} plan et 21,6 millions € au titre du 2^{ème} plan). Presstalis ayant versé 31,7 millions € de rémunération complémentaire au réseau de vente et la coopérative Messageries Lyonnaises de presse 11,2 millions €.

Les tableaux figurant ci-dessous présentent la synthèse des taux nets de rémunération des diffuseurs de presse et des kiosquiers (au 31 décembre 2011), avant impact de la performance commerciale pour les diffuseurs qualifiés au titre du 2^{ème} plan d'amélioration de la rémunération.

Pour la Province :

Type de diffuseurs	Lieu d'implantation	Rémunération quotidiens	Rémunération publications
Points de vente supplétifs (PVC, PVQ, PVT)	-	10 %	10 %
Diffuseurs ne répondant pas aux critères du 1 ^{er} plan	-	14 %	13 %
Diffuseurs répondant aux critères du 1 ^{er} plan	-	15 %	15 %
Diffuseurs répondant aux critères d'éligibilité du 2 ^{ème} plan	Galerie marchande d'hypermarché	15 %	De 16 à 21,5 %
	Galerie marchande de supermarché	15 %	De 16 à 19,5 %
	Aire urbaine	15 %	De 16 à 19,5 %
	Autres cas	15 %	De 16 à 18,5 %
Kiosques	-	19 %	20 %
Spécialistes petites surfaces	Galerie marchande d'hypermarché	21 %	21 %
	Galerie marchande de supermarché	19 %	19 %
	Aire urbaine	19 %	19 %
	Autres cas	18 %	18 %
Enseignes culturelles	Galerie marchande d'hypermarché	15 %	De 17 à 21,5 %
	Galerie marchande de supermarché	15 %	De 17 à 19,5 %
	Aire urbaine	15 %	De 17 à 19,5 %
	Autres cas	15 %	De 17 à 18,5 %

Taux de commission avant impact d'une éventuelle rémunération attachée à la performance commerciale

Pour Paris, Bordeaux, Lyon et Marseille :

Type de diffuseurs	Lieu d'implantation	Rémunération quotidiens	Rémunération publications*
Points de vente supplétifs (PVC, PVQ, PVT)	-	10 %	10 %
Diffuseurs ne répondant pas aux critères du 2ème plan	Paris	17 %	18,4 %
	Lyon, Bordeaux, Marseille	14 %	18 %
Diffuseurs répondant aux critères d'éligibilité du 2ème plan	Paris	17 %	De 18,4 % à 21,9 %
	Lyon, Bordeaux, Marseille	14 %	De 18 à 21,5 %
Kiosques	Paris	21 %	22 %
	Lyon, Bordeaux, Marseille	19 %	22 %
Spécialistes petites surfaces	Paris	19 %	22 %
	Lyon, Bordeaux, Marseille	18 %	22 %
Enseignes culturelles	Paris	17%	20,4 % à 21,9 %
	Lyon, Bordeaux, Marseille	14 %	20 % à 21 %

Taux de commission avant impact d'une éventuelle rémunération attachée à la performance commerciale

2.4 Les conditions d'approvisionnement des diffuseurs de presse

Le Conseil supérieur a relevé qu'une des priorités affirmée par les éditeurs depuis plusieurs années est de faciliter l'accès des lecteurs à l'offre de presse et d'adapter celle-ci à la capacité du point de vente à la présenter en fonction de son linéaire disponible.

A une époque où les questions de largeur de l'offre de presse et de linéaire disponible se posaient dans des termes différents de ceux observés aujourd'hui, les usages professionnels avaient retenu le principe selon lequel les diffuseurs de presse reçoivent et présentent à la vente la totalité des titres que les éditeurs décident de leur confier. Le Conseil supérieur a relevé que les usages professionnels devaient savoir s'adapter aux évolutions du secteur.

Les travaux menés par la profession sous l'égide du Conseil supérieur depuis 2004 ont souligné que la capacité d'exposition limitée des points de vente et l'encombrement des linéaires pénalisent les éditeurs qui voient les conditions d'exposition de leurs titres se dégrader et les taux d'invendus se détériorer. Egalement, ils ont souligné que le réseau de vente voit sa charge de travail s'alourdir à travers des tâches de manutention qui l'occupent de manière déraisonnable.

Les Etats généraux de la presse écrite ont à leur tour mis en avant la crise sérieuse qui affecte le réseau de vente de la presse depuis des années. Ils ont insisté sur la nécessité de faciliter l'acte de vente, d'améliorer l'attractivité du métier de diffuseur de presse et retenu l'assortiment des titres servis aux points de vente comme une des trois principales mesures à mettre en place.

Le Conseil supérieur a rappelé à plusieurs reprises la compatibilité de cette démarche avec les principes qui fondent le système de distribution et précisé qu'une telle évolution, conduite par les éditeurs, traçait la voie la plus certaine pour garantir durablement les prérogatives qui sont les leurs et qui constituent une des spécificités majeures du système.

Les tests réalisés par la profession ont permis de montrer que le dispositif d'assortiment des titres permettait d'améliorer l'exposition des titres et de mobiliser le réseau de vente autour de la richesse de l'offre de presse tout en préservant les ventes et en bénéficiant aux titres à centre d'intérêt à faible diffusion.

Dans le cadre de la mise en œuvre des recommandations issues des Etats généraux de la presse écrite, le Conseil supérieur a notamment organisé et tenu des réunions de travail avec les directions des sociétés de messageries de presse et des sociétés coopératives de messageries de presse qui ont permis de confirmer leur accord pour la gestion de l'assortiment des titres et le plafonnement des quantités. Leurs modalités techniques ont été reprises dans un document intitulé « *Plafonnement des quantités - Assortiment des titres - Groupe de travail « Assortiment et plafonnement » - Modalités du déploiement national - Mai 2009* » publié par le Conseil supérieur.

Par la suite, le Président du Conseil supérieur a saisi la Commission des normes et bonnes pratiques professionnelles d'une demande d'élaboration d'une norme ou bonne pratique professionnelle relative à l'adaptation de l'offre fournie aux points de vente. Après instruction, la Commission a adopté par consensus de ses membres un projet en ce sens.

Sur proposition du Président, l'Assemblée du Conseil supérieur du 18 novembre 2010 a adopté la norme professionnelle relative à l'adaptation de l'offre de presse aux points de vente proposée par la Commission des normes et bonnes pratiques professionnelles.

Le Conseil supérieur est intervenu auprès des sociétés de messageries de presse pour leur demander de mettre en œuvre la norme professionnelle relative à l'adaptation de l'offre de presse au point de vente adoptée par l'Assemblée.

La mise en œuvre de la norme professionnelle par les sociétés de messageries de presse et/ou les dépositaires de presse accusant cependant un retard, l'Union nationale des diffuseurs de presse (UNDP) a saisi le Tribunal de Grande instance de Paris.

La loi du 20 juillet 2011 est venue consacrer la démarche du Conseil supérieur et le principe de l'adaptation de l'offre de presse au point de vente. En son article 18-6 (2^o), la Loi dispose que le Conseil supérieur « *fixe, pour les catégories de presse autres que la presse d'information politique et générale, selon des critères objectifs et non discriminatoires définis dans un cahier des charges, les conditions d'assortiment des titres servis aux points de vente* ».

A la suite d'une procédure de consultation publique conforme à l'article 18-7 de la Loi, l'Assemblée du Conseil supérieur a donc adopté, en sa séance tenue le 22 décembre 2011, une décision n°2001-02 relative à l'assortiment des titres servis aux points de vente de presse, reprenant pour l'essentiel la norme professionnelle précédemment adoptée.

La décision du Conseil supérieur définit l'offre de presse fournie par le dépositaire de presse au diffuseur de presse, que le diffuseur de presse est tenu, dans l'exercice de son mandat, de recevoir et de présenter à la vente. L'offre de presse est exclusivement constituée de produits répondant aux conditions de qualification du produit presse définies par le Conseil supérieur.

La décision du Conseil supérieur précise que les journaux et publications périodiques d'information générale et politique tels que définis par le décret n°97-37 du 17 janvier 1997 ne peuvent faire l'objet d'un assortiment conformément à l'article 18-6 (2^o) de la loi du 2 avril 1947.

La décision du Conseil supérieur détermine les modalités d'assortiment des publications périodiques selon des critères objectifs et non discriminatoires et un dispositif fondé sur un principe de volontariat qui est mis en œuvre à la demande du diffuseur de presse ou à l'initiative du dépositaire de presse qui le fournit et qui aura recueilli son accord.

L'assortiment des titres servis aux points de vente repose sur un dialogue commercial encadré, qui vise à optimiser l'offre de presse, instauré avec le diffuseur de presse et sur des critères objectifs qui tiennent compte des caractéristiques du point de vente, en particulier de son linéaire développé, et des attentes de la clientèle.

La décision du Conseil supérieur a été rendue exécutoire par l'Autorité de régulation de la distribution de la presse par une décision n°2012-02 du 17 février 2012.

Depuis les sociétés de messageries de presse ont procédé aux dernières validations techniques et, après une nouvelle phase de tests menée durant le 1^{er} trimestre 2012, les sociétés de messagerie ont confirmé en avril 2012 être en mesure de lancer le déploiement national de la gestion de l'assortiment des titres. Un programme de formation des dépositaires de presse a été conçu par le CEFODIP et proposé à l'ensemble des acteurs de niveau 2. A ce jour, l'ensemble des dépôts Presstalis ont été formés. En revanche, les dépôts indépendants et associés au groupement de distribution Alliance restent à former. Fin juin 2012, 150 diffuseurs ont été assortis et 80 autres étaient en cours d'assortiment.

Dans ce nouveau contexte, l'Union nationale de diffuseurs de presse a informé le Secrétariat permanent du Conseil supérieur de son désistement à l'instance judiciaire qui avait été engagée à son initiative.

2.5 La restructuration du réseau des dépositaires de presse

Concernant le schéma directeur, les règles d'organisation et les missions du réseau des dépositaires centraux de presse, la Loi en son article 18-6 (4^e) donne mission au Conseil supérieur de fixer ces éléments, qui doivent répondre à l'efficacité économique et à l'efficacité commerciale.

Avant la loi du 20 juillet 2011, l'Assemblée du Conseil supérieur en sa séance du 5 novembre 2009 avait adopté des mesures importantes ayant trait à la réforme du niveau 2 de la distribution. Un schéma directeur du réseau de niveau 2 obéissant à une logique économique, commerciale et logistique clairement exprimée et ayant fait l'objet d'un large débat entre les acteurs du niveau 2 avait ainsi été entériné.

A fin juin 2012, le Conseil supérieur a relevé, au vu des travaux de la Commission du réseau, que 30 opérations prévues au schéma directeur ont été réalisées, soit un taux de réalisation de 44 %. Le détail de ces opérations est le suivant : regroupements de Colmar - Mulhouse, Noyon - Crepy en Valois/Amiens/Soissons, Saint-Germain-en-Laye - Cergy/Versailles/Argenteuil, Aix - Marseille, Guingamp - Saint-Brieuc, Flers - Argentan/Avranches, Saint Lo - Avranches, Villeneuve le Roi - Corbeil/Antony/Créteil, Mantes-la-Jolie - Versailles/Cergy, Annemasse - Bellegarde, Thonon - Bellegarde, Bellegarde - Bourg en Bresse/Lons Le Saulnier, Chelles - Meaux, Moutiers - Chambéry, Saint-Gervais - Annemasse, Saint-Nazaire - Nantes, Bruay-la-Buissière - Dunkerque, Corbeil-Essonnes - Longjumeau, Cannes - Fréjus/Nice, Maubeuge - Valenciennes, Moulins - Roanne, Le Havre - Rouen, Calais - Dunkerque/Berck, Cambrai - Saint-Quentin, Soissons - Saint-Quentin, Melun - Créteil, Narbonne - Béziers, Angers - Le Mans, Fontainebleau - Le Mans/Créteil/Montargis, Sèvres - Versailles. Le réseau des dépositaires de presse compte ainsi 133 dépôts et 3 plateformes à fin juin 2012.

Toutefois, la détérioration des ventes s'est révélée supérieure aux prévisions les plus défavorables retenues lors de l'élaboration de ce schéma directeur. Dès lors, relevant que la nécessité de l'actualisation du schéma directeur initialement adopté faisait consensus chez les acteurs du niveau 2, le Président du Conseil supérieur a estimé nécessaire de recourir à un expert extérieur pour assister le Conseil supérieur dans l'élaboration d'une actualisation du schéma directeur du réseau de niveau 2 permettant au système coopératif de distribution de la presse d'affronter au mieux les difficiles circonstances économiques de la période actuelle.

Le Président a saisi, en qualité d'expert, le cabinet Kurt Salmon d'une mission visant à l'élaboration d'un projet de schéma directeur et à la définition des procédures qui seront mises en œuvre pour faire évoluer rapidement les acteurs du niveau 2 vers la situation « cible » prescrite par ledit schéma. M. Hervé DIGNE, Senior partner au sein de ce cabinet, a assuré la conduite de la mission.

Le Conseil supérieur envisageant de prendre une décision sur cette question à brève échéance, ces travaux feront prochainement l'objet d'une consultation publique préalable.

2.6 Le suivi du réseau des agents de la vente de presse

2.6.1 L'agrément des agents de la vente de presse

L'agrément des agents de la vente de presse est délivré par la Commission du réseau. Celle-ci s'est réunie à 11 reprises durant l'année 2011.

Concernant le niveau 3 de la distribution, la Commission du réseau a agréé 923 propositions diffuseurs, soit un taux d'acceptation de 95 % réparti de la manière suivante :

- 27 magasins "concept presse" ;
- 245 magasins "traditionnels" ;
- 159 rayons intégrés (GMS) ;
- 31 kiosques ;
- 403 points de vente complémentaires (PVC) ;
- 58 points de vente quotidiens (PVQ).

Concernant le niveau 2 de la distribution, la Commission du réseau a agréé 17 propositions dépositaires, soit un taux d'acceptation de 89 % se répartissant en 10 rattachements, 3 mutations et 4 propositions conservatoires.

Par ailleurs, la Commission du réseau a enregistré 562 fermetures. Ce résultat n'est toutefois pas représentatif de la réalité des fermetures de points de vente, du fait d'une remontée insuffisante des informations par les dépositaires de presse. Les membres de la Commission ont attiré l'attention de ces derniers sur la nécessité d'assurer cette information régulièrement et rapidement, pour éclairer la profession sur cette question essentielle.

2.6.2 Le fichier des agents de la vente de presse

Pour accéder, notamment, au statut fiscal et social prévu par différents textes législatifs et réglementaires, les agents de la vente de presse doivent être en mesure de justifier de leur qualité de mandataires régulièrement inscrits auprès du Conseil supérieur.

Le fichier tenu par le Conseil supérieur recense donc les inscriptions des sociétés coopératives de messageries de presse, des sociétés commerciales de messageries de presse, des dépositaires de presse, des diffuseurs de presse, des vendeurs colporteurs de presse et des mandataires collecteurs d'abonnements, mandatés pour assurer la vente de la presse régionale ou de la presse nationale. La demande d'inscription d'un agent de la vente au fichier du Conseil supérieur, établie par le mandataire à l'occasion de son début d'activité, est transmise par son mandant. L'inscription concerne l'agent de la vente et non la structure de distribution ou de vente (dépôt ou magasin), aussi les mouvements enregistrés sur le fichier reflètent à la fois les flux relatifs aux mutations et ceux relatifs aux nouvelles installations.

Au 31 décembre 2011, le Conseil supérieur comptait 71 309 agents de la vente de presse des catégories dépositaires, diffuseurs, vendeurs colporteurs inscrits à son fichier. Soit une évolution globale de + 3,2 %, tirée par l'évolution du nombre des agents de la vente inscrits au titre de la presse régionale (+ 6,4 %). Pour l'année 2011, le Conseil supérieur a enregistré sur les catégories - dépositaires, diffuseurs, vendeurs colporteurs - 14 329 mouvements.

2.7 Le règlement des différends

2.7.1 La médiation

Faisant valoir la décision de l'Autorité de la concurrence du 27 janvier 2009, la coopérative Messageries lyonnaises de presse avait indiqué aux gérants de Presstalis et de la SAEM Transports-Presse souhaiter mettre en œuvre une médiation.

Le président du Conseil de gérance de Presstalis et le président du Conseil de gérance de la SAEM Transports-Presse, sans reconnaissance des allégations imputées, indiquaient à la coopérative Messageries lyonnaises de presse souhaiter privilégier un dialogue constructif attendu par les éditeurs-coopérateurs, sous l'égide du Conseil supérieur ou de toute personne qu'il désignerait à cet effet, conformément aux vœux exprimés par l'ensemble des organisations professionnelles représentatives des éditeurs.

Le Président du Conseil supérieur, conformément aux souhaits régulièrement exprimés par les éditeurs, a proposé d'organiser une médiation entre la coopérative Messageries lyonnaises de presse, Presstalis et la SAEM Transports-Presse, lesquelles ont accepté.

Le Président du Conseil supérieur a souhaité que cette médiation puisse être menée sous l'égide du Conseil supérieur par une personne qualifiée et de qualité. Il a donc proposé comme médiateur, M. Gérard PLUYETTE, Magistrat, Conseiller doyen de la 1^{ère} Chambre civile de la Cour de cassation, ce qui a recueilli l'accord de la coopérative Messageries lyonnaises de presse, de Presstalis et de la SAEM Transports-Presse.

M. Gérard PLUYETTE, après avoir accepté sa désignation a débuté sa mission de médiation. Il s'est fait assister de M. Guy DELIVET, représentant le Secrétariat permanent du Conseil supérieur, lequel a assuré également le secrétariat de la médiation.

M. Gérard PLUYETTE a remis au secrétariat de la médiation un constat de fin de médiation le 20 juin 2011 et en a informé le Président du Conseil supérieur.

2.7.2 La conciliation

Dès avant la loi du 20 juillet 2011, dans le cadre de la procédure de conciliation institué à son règlement intérieur, le Conseil supérieur avait été saisi par la coopérative Messageries lyonnaises de presse, avant toute action contentieuse, d'une demande de conciliation d'un différend l'opposant à la Société d'agences et de diffusion (SAD).

Avec l'assistance de la Commission de conciliation, alors composée du Président du Conseil supérieur et de MM. Gérard PLUYETTE et Frédérick CASSEGRAIN, dans le cadre d'une procédure transparente, équilibrée et contradictoire instaurée par le Conseil supérieur, le différend opposant la coopérative Messageries lyonnaises de presse à la SAD a fait l'objet d'un accord de conciliation, établi sous l'égide de la Commission de conciliation, y mettant fin amiablement.

Dans le cadre de la nouvelle procédure de conciliation instituée devant le Conseil supérieur par l'article 18-11 de la Loi, la coopérative Messageries lyonnaises de presse a saisi le Secrétariat permanent du Conseil supérieur d'une demande de conciliation d'un différend l'opposant conjointement à Presstalis, à la SAD et à SOPROCOM (société exerçant l'activité de dépositaire de presse gérée par Presstalis) sur la rémunération de la distribution de produits hors presse.

Le Président du Conseil supérieur a désigné M. Jean-Pierre ANCEL, Président de Chambre honoraire à la Cour de cassation, en qualité de conciliateur, pour mener à bien la conciliation.

La procédure de conciliation a permis d'aboutir à un accord de conciliation, établi sous l'égide du conciliateur, souscrit entre la coopérative Messageries lyonnaises de presse, Presstalis, la SAD et SOPROCOM, mettant fin amiablement au différend.

Les parties à l'accord de conciliation ont demandé la reconnaissance de celui-ci par l'Autorité de régulation de la distribution de la presse.

3 Quelques données sectorielles de référence

3.1 Les aides à la presse

3.1.1 Le programme Presse inscrit à la loi de finances pour 2012

La loi de finances pour l'année 2012 prévoit de consacrer un budget de 385,8 millions € (en autorisations d'engagement) au programme « Presse » de la mission *Médias, livre et industries culturelles**, soit une baisse de 8,5% par rapport à la loi de finances 2011 qui prévoyait un budget de 421,5 millions €. Le plan exceptionnel d'aide de l'Etat suite aux Etats généraux de la presse écrite, réparti sur trois ans, a pris fin en 2011, néanmoins les crédits inscrits sur le programme presse en 2012 restent à un niveau supérieur de plus de 36 % par rapport au niveau constaté avant les Etats généraux de la presse écrite.

* La presse bénéficie par ailleurs de l'aide au transport de la presse relevant de la mission *Economie* versée par l'Etat à La Poste (152 millions €) et d'aides indirectes, sous forme de dépenses fiscales (moins value fiscale estimée à 210 millions €, pour l'essentiel liée au taux de TVA).

Le budget de la mission Médias, livre et industries culturelles du programme Presse - hors abonnement de l'Etat à l'AFP - inscrit au projet de loi de finances pour 2012 s'élève à 268,3 millions € (en autorisations d'engagement).

Les aides à la diffusion de la presse ont diminué d'environ 12 %. Cet écart est principalement dû à la baisse des crédits dédiés à l'aide au transport postal et au portage, ces postes de budget étant les plus importants dans cette catégorie. Le montant des aides dédiées au transport postal s'élève à 107,2 millions €. Ces aides se répartissent entre les accords Presse-Poste d'un montant de 79,6 millions € et le report de ces mêmes accords pour 27,6 millions €. Concernant le développement du portage, rappelons que le montant des aides était passé en 2009 de 8,25 millions € à 70 millions € et maintenu à un niveau équivalent en 2010 et 2011. Ce plan d'aide a été reconduit au-delà des trois années prévues initialement, l'Etat acceptant de maintenir l'important soutien qui avait été initié lors des Etats généraux de la presse écrite en maintenant une enveloppe budgétaire dédiée au portage à hauteur de 45 millions €. Ce dispositif est complété par l'exonération des charges patronales pour les vendeurs colporteurs et porteurs de presse qui reste stable et financée à hauteur de 15,5 millions €. Cette aide devrait permettre la prise en charge des cotisations patronales d'environ 17 300 porteurs de presse vendue et 20 200 porteurs de presse gratuite. Rappelons que ce dispositif avait été institué lors de la loi de finances rectificative du 20 avril 2009. L'aide attribuée à la réduction du tarif SNCF pour le transport de presse (dans le cadre du ciblage) reste stable pour un montant s'élevant à 5,5 millions €. Quant à l'aide à la distribution et à la promotion de la presse française à l'étranger celle-ci a été regroupée avec d'autres aides dans le fonds stratégique pour le développement de la presse (cf. infra). Signalons qu'après le succès de l'opération « Mon journal offert » réservée aux 18-24 ans en 2009/2010 et en 2010/2011 (près de 220 000 abonnements attribués pour environ 300 000 demandes), une 3^{ème} édition a été mise en place pour la période 2011/2012. Rappelons que cette opération consiste à proposer une offre d'abonnement hebdomadaire gratuite d'une année à l'un des 61 quotidiens partenaires.

3.1.2 Les aides spécifiques à la distribution

L'aide à la distribution de la presse quotidienne nationale d'information politique et générale a été instituée par le décret du 25 avril 2002, lequel précise les conditions de son obtention.

L'Etat s'étant engagé à augmenter le montant de cette aide, le budget alloué à celle-ci était passé de 12 à 18 millions € entre 2010 et 2011. Les crédits inscrits au projet de loi de finances pour 2012 ont été portés à 18,9 millions €.

Comme chaque année depuis la mise en place de cette aide à la distribution de la presse quotidienne nationale d'information politique et générale, le Conseil supérieur a rempli la mission que lui a fixée le décret du 25 avril 2002.

Le Conseil supérieur a apporté son concours au recueil des informations destinées à renseigner les dossiers de demande présentés par les éditeurs. Il a également certifié les déclarations fournies par les titres, portant sur le nombre d'exemplaires ayant fait l'objet en France d'une vente effective au numéro, directement auprès de la clientèle, au cours de l'année qui précède l'attribution de l'aide. Pour ce faire, il s'est référé aux sources professionnelles habituelles, à savoir les comptes rendus de distribution délivrés pour 2011 par la société de messageries Presstalis.

Le Conseil supérieur a présenté les demandes des éditeurs et la certification des déclarations de diffusion, en temps utile, à la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC), pour que celle-ci soit en mesure de statuer sur l'attribution de l'aide.

Face aux difficultés rencontrées par Presstalis, l'Etat a accepté d'anticiper le versement de l'aide à la distribution des quotidiens nationaux d'information politique et générale au cours du 2^{ème} trimestre 2012.

L'aide à la modernisation des diffuseurs de presse, qui avait été instituée par la loi de finances rectificative pour 2004 (article 134), est une subvention directe. Elle a permis depuis sa création d'attribuer 12 691 subventions, pour un montant de 31,4 millions €. Pour l'année 2011, 2 278 subventions ont été attribuées pour un montant de 6,4 millions € et 2 532 subventions ont été versées pour un montant de 7,8 millions €.

Pour mémoire, depuis janvier 2006, les subventions peuvent être versées, soit dans le cadre d'investissements concernant la modernisation du linéaire, soit dans le cadre d'investissements relatifs à l'informatisation des points de vente. Ainsi, en 2011 ce sont 393 subventions qui ont été attribuées dans le cadre de projets de modernisation de l'espace de vente et 1 885 subventions qui l'ont été dans le cadre de projets de modernisation informatique.

Pour l'année 2011, le montant moyen des aides accordées ressort à 2 814 €, soit 3 791 € en moyenne pour un projet de modernisation de l'espace de vente et 2 610 € en moyenne pour un projet de modernisation informatique.

Le montant retenu dans le projet de loi de finances pour 2012 est de 6 millions €.

L'Etat réaffirme ainsi sa volonté d'accompagner dans la durée la modernisation du réseau de vente de la presse et d'accélérer son informatisation au service d'une meilleure efficacité de la distribution. Le Conseil supérieur s'en félicite et souligne la contribution remarquable de ce dispositif à l'amplification du mouvement d'informatisation du réseau de vente, souhaité par les éditeurs.

Au 1^{er} février 2012, on comptait 14 884 points de vente équipés d'un terminal communicant et d'un logiciel de gestion de la presse (+ 3,3 % par rapport à fin mai 2011). A ceux-ci s'ajoutent 569 diffuseurs équipés de l'outil Sc@net, qui permet au point de vente de communiquer, mais qui n'est pas porteur d'un logiciel de gestion de la presse (- 4,2 % par rapport à fin mai 2011). Enfin, on compte 735 magasins de l'enseigne Relay communicants.

Une demande d'aide renforcée à l'informatisation des kiosques est actuellement étudiée par les Pouvoirs publics.

L'aide exceptionnelle aux diffuseurs de presse, instituée par le décret n°2009-856 du 8 juillet 2009 à la suite des recommandations issues des Etats généraux de la presse écrite, a instauré une aide exceptionnelle aux diffuseurs de presse donnant lieu à un versement unique de 4 000 € par diffuseur de presse éligible, montant qui correspondait, en moyenne, à une exonération de 30 % des cotisations sociales personnelles des diffuseurs de presse.

Cette aide, versée en 2010, a été financée à hauteur de 57,2 millions € (lois de finances rectificatives pour 2009 et ouverture de crédits supplémentaires par décret d'avance).

Le Ministre de la culture et de la communication avait annoncé le 25 janvier 2011 le renouvellement de cette aide exceptionnelle. Le décret n° 2011-1086 du 8 septembre 2011 instituant cette aide exceptionnelle a été publié au Journal officiel du 10 septembre 2011.

Etaient considérés comme diffuseurs de presse spécialistes et à ce titre éligibles à l'aide : les kiosquiers, les diffuseurs de presse spécialistes en petites superficies et les diffuseurs de presse :

- exposant en vitrine, lorsqu'ils en disposent, la presse tant quotidienne que magazine, en assurant une rotation régulière des titres ;
- assurant l'ouverture du point de vente :
 - soit six jours par semaine dont obligatoirement le dimanche matin ;
 - soit six jours par semaine, à raison de neuf heures par jour ;
 - soit six jours par semaine en respectant l'un des horaires suivants : ouverture au plus tard à 6 h 30, sans interruption entre 12 heures et 14 heures, jusqu'à 19 h 30 ;
- consacrant à l'exposition de la presse une part importante du linéaire mural (cf. tableau ci-après) ;

Superficie du magasin	Part du linéaire mural au sol consacré à la presse
Jusqu'à 20 m ² inclus	58 %
> 20 m ² et jusqu'à 40 m ² inclus	51 %
> 40 m ² et jusqu'à 60 m ² inclus	47 %
> 60 m ² et jusqu'à 100 m ² inclus	44 %
> 100 m ² et jusqu'à 150 m ² inclus	33 %
> 150 m ²	25 %

- disposant d'un linéaire mural presse de 4 mètres au sol minimum ;
- possédant une enseigne presse en façade du magasin, sous réserve des réglementations applicables.

Cette aide exceptionnelle donne lieu à un versement unique de 1 500 € par diffuseur de presse éligible. Toutefois, pour prendre en compte les difficultés particulières rencontrées par les diffuseurs de la zone de distribution parisienne, du fait des mouvements sociaux intervenus en fin d'année 2010, l'aide a été bonifiée à leur intention pour atteindre la somme de 2 000 €. Le bilan définitif du versement de cette aide n'est pas encore établi.

3.2 Les sociétés de messageries de presse

3.2.1 Les évolutions des coopératives

Face à la situation financière très dégradée des sociétés de messageries de presse et plus largement de la fragilité de l'économie des acteurs de la distribution, le Conseil supérieur a été conduit, au mois de décembre 2009, à alerter les Pouvoirs publics. Cette alerte se justifiait particulièrement du fait des risques que cette situation fait peser sur la distribution de la presse d'information politique et générale, notamment à travers les titres de la presse quotidienne nationale particulièrement exposés et plus généralement sur le système de distribution.

Face à l'urgence imposée par la situation, les Pouvoirs publics ont immédiatement confié à M. Bruno METTLING une mission sur la pérennité de Presstalis, seule société de messageries de presse à assumer la distribution des quotidiens nationaux vendus au numéro, dont les difficultés pourraient avoir des implications pour la réforme du système de distribution dans son ensemble et plus généralement, sur l'avenir de la distribution de la presse.

M. Bruno METTLING a remis le 29 mars 2009 un rapport de mission à M. le Premier Ministre permettant d'éclairer le Gouvernement et de proposer les mesures adaptées à la situation de Presstalis.

M. le Premier Ministre a alors confié à M. Roch-Olivier MAISTRE une mission de médiation afin de rechercher un accord équilibré entre les éditeurs et le groupe Lagardère, permettant de mettre en œuvre les mesures proposées, lequel a été trouvé sous l'égide des Pouvoirs publics autour notamment :

- d'un plan d'urgence de Presstalis pour consolider durablement sa situation financière et créer les conditions de son développement futur ;
- du refinancement de l'entreprise par le groupe Lagardère à hauteur de 46 M€ et de sa sortie du capital en tant qu'actionnaire minoritaire ;
- de la constitution par les éditeurs d'un capital social à hauteur de 1% de leurs ventes métropole et de l'approbation de nouveaux barèmes ;
- de la confirmation et réévaluation des aides des Pouvoirs publics à la distribution des quotidiens nationaux ;
- d'une réforme institutionnelle pour simplifier la gouvernance de l'entreprise par son changement de statut et l'évolution de son actionariat.

Cet accord a été approuvé par le Conseil de gérance de Presstalis.

M. le Premier Ministre a confié à M. Roch-Olivier MAISTRE la mission de veiller à la mise en place et à la réalisation de ce plan. Le Conseil supérieur a précisé qu'il s'attacherait pour sa part et dans le cadre de ses missions à accompagner et à faciliter la mise en place des différents éléments du plan de réforme nécessaire.

Presstalis et la SAEM Transports-Presse se sont attachées à rapidement mettre en œuvre les premières mesures de ce plan de réforme : aménagement des barèmes voté par les assemblées générales des sociétés coopératives de messageries de presse associées réunies en juin 2010 ; réduction des charges d'exploitation et des coûts de structure.

Les sociétés coopératives de messageries de presse associées au capital de Presstalis et de la SAEM Transports-Presse se sont également rapprochées pour permettre une simplification des structures juridiques existantes, à travers une réduction du nombre des coopératives associées et la constitution de structures plus cohérentes et plus fortes. Cette évolution des sociétés coopératives associées devant ensuite favoriser une rénovation de la gouvernance de Presstalis.

Ce rapprochement s'est traduit par la disparition de huit sociétés coopératives de messageries de presse (la Coopérative des publications parisiennes, la Coopérative de la presse périodique, la Coopérative de distribution de la presse (hebdomadaires et périodiques), la Coopérative des publications hebdomadaires et périodiques, la Coopérative des quotidiens de Paris, l'Hebdomadaire, la Périodique, Coopé Presse) et par la création de deux sociétés coopératives de messageries de presse, l'une consacrée à la distribution des quotidiens, l'autre consacrée à la distribution des magazines.

Ainsi, la Coopérative de la presse périodique [le 14 octobre 2010], la Coopérative des publications parisiennes [le 21 octobre 2010], la Coopérative des publications hebdomadaires et périodiques [le 22 octobre 2010], la Coopérative de distribution de la presse (hebdomadaires et périodiques) [le 25 octobre 2010], la Périodique [le 4 novembre 2010], l'Hebdomadaire [le 5 novembre 2010], la Coopérative des quotidiens de Paris [le 16 décembre 2010], Coopé Presse [le 16 décembre 2010] ont chacune tenu une assemblée générale extraordinaire décidant de leur dissolution anticipée au 31 décembre 2010.

Pour clôturer leurs opérations de liquidation, la Coopérative de la presse périodique [16 juin 2011], la Coopérative des quotidiens de Paris [le 16 juin 2011], l'Hebdomadaire [le 16 juin 2011], la Périodique [le 16 juin 2011], Coopé Presse [le 16 juin 2011], la Coopérative des publications parisiennes [le 17 juin 2011], la Coopérative de distribution de la presse (hebdomadaires et périodiques) [le 17 juin 2011], la Coopérative des publications hebdomadaires et périodiques [le 17 juin 2011], ont chacune tenu une assemblée générale.

Parallèlement, deux nouvelles sociétés coopératives de messageries de presse ont été constituées : la Coopérative de distribution des quotidiens, laquelle regroupe des éditeurs de presse quotidienne nationale et la Coopérative de distribution des magazines, laquelle regroupe des éditeurs de publications.

La Coopérative de distribution des magazines [le 2 décembre 2010] et la Coopérative de distribution des quotidiens [le 20 décembre 2010] ont chacune tenu une assemblée générale constituante ayant notamment pour effet de constituer la société, de désigner les premiers administrateurs, d'approuver un contrat de groupage, d'approuver le barème applicable au 1^{er} janvier 2011.

La Coopérative de distribution des quotidiens et la Coopérative de distribution des magazines ont aussi constitué entre elles une société commerciale dénommée « Société commune de distribution de la presse » dont elles détiennent respectivement 25 % et 75 % du capital, à l'effet de porter les participations détenues par les deux sociétés coopératives de messageries de presse (51 %) dans le capital de Presstalis et de la SAEM Transports-Presses aux côtés du groupe Lagardère.

La gouvernance et la composition du capital de Presstalis ont aussi été réformées conformément à l'accord trouvé en mai 2010 entre les éditeurs et le groupe Lagardère et aux préconisations du rapport de M. Bruno METTLING.

Ainsi, le 1^{er} juillet 2011, la Société commune de distribution de la presse est elle devenue Presstalis SAS et a opéré une transmission universelle de patrimoine avec Presstalis et la SAEM Transports-Presses (transmettant ainsi les fonds de commerce de Presstalis et de la SAEM Transports-Presses) du fait de l'identité de leurs actionnaires à la suite de la cession par le groupe Lagardère de ses participations de 49 % dans le capital de Presstalis et de la SAEM Transports-Presses pour 1 € symbolique intervenue le 26 mai 2011.

Presstalis SAS, détenue à 75 % par la Coopérative de distribution des magazines et à 25 % par la Coopérative de distribution des quotidiens, est administrée par un Conseil d'administration composée de dix membres, six membres désignés par la Coopérative de distribution des magazines, trois membres désignés par la Coopérative de distribution des quotidiens et une personne qualifiée disposant de compétences reconnues dans le domaine de la presse et/ou de l'édition. Le Conseil d'administration élit son président et nomme un directeur général.

A l'occasion de leurs assemblées générales tenues les 28 et 29 juin 2011, la Coopérative de distribution des quotidiens et la Coopérative de distribution des magazines ont élu pour une durée de trois ans leurs Conseils d'administration, afin de donner suite aux élections transitoires organisées lors des assemblées générales constituantes. Ces Conseils d'administration ont élu leur président respectif, M. Philippe CARLI et M. Hubert CHICOU et également désigné leurs représentants au Conseil d'administration de Presstalis SAS. Lequel a tenu sa première réunion le 30 juin 2011, élu Mme Anne-Marie COUDERC en qualité de présidente et désigné M. Vincent REY en qualité de directeur général, rendant ainsi effective la nouvelle gouvernance de la société de messagerie de presse.

Cette restructuration juridique s'est accompagnée au plan financier des éléments issus de l'accord trouvé en mai 2010 entre les éditeurs et le groupe Lagardère, notamment à travers : pour l'ensemble des éditeurs coopérateurs, un appel en capital réalisé à l'occasion de la constitution des deux nouvelles sociétés coopératives à hauteur de 16 millions €, répondant à l'appel lancé par le Conseil supérieur à l'occasion de son Assemblée du 10 juin 2010, en faveur d'un renforcement des fonds propres des sociétés coopératives de messageries de presse ; pour le groupe Lagardère, la cession pour 1 € symbolique de ses participations de 49 % dans Presstalis et la SAEM Transports-Presses, l'apport de sa participation de 49 % dans la société Médiakiosk, le versement d'une subvention de 22,5 millions €.

3.2.2 L'activité des sociétés de messageries de presse

Le volume d'activité de chacune des deux sociétés de messageries se traduit par les chiffres suivants :

- En 2011, Presstalis a réalisé 1 milliard 972 millions € de ventes, dont 482 millions € pour les quotidiens et 1 344 millions € pour les publications.
- En 2011, la société coopérative Messageries Lyonnaises de presse a réalisé 549 millions € de ventes, dont 515 millions € pour les publications.

Un baromètre des mises en place et des ventes a été mis en place par le Conseil supérieur depuis 2005. Ce baromètre suit l'évolution du nombre des titres et des parutions, des fournis (en volume et en valeur), des ventes (en volume et en valeur) de la « presse coopératives » de la « presse import » et du « hors presse ». Les données sont transmises par les sociétés de messageries de presse (Messageries Lyonnaises de presse et Presstalis) selon un calendrier défini par le Conseil supérieur. Ces données font l'objet d'une consolidation par le Conseil supérieur et sont mises en ligne sur son site Internet.

Pour l'année 2011, l'évolution de l'offre titres est marquée par les éléments suivants :

Pour la « presse coopératives » :

- 4 609 titres distribués, soit une baisse de 0,9 % (+ 0,7 % en 2010)
- 506 nouveaux titres, soit une baisse de 1 % (- 3,4 % en 2010)
- 34 033 parutions, soit une baisse de 4,3 % (- 31,8 % en 2010)

Pour la « presse import » :

- 1 215 titres distribués, soit une baisse de 2,5 % (-3,8% en 2010)
- 29 354 parutions, soit une baisse de 8,5 % (-3,8 % en 2010)

Pour le « hors presse » :

- 2 308 produits distribués, soit une baisse de 12 % (-10,1 % en 2010)
- 7 322 parutions, soit une baisse de 8,7 % (-10,7 % en 2010)

Tous produits confondus :

- 8 132 "titres", soit une baisse de 4,6 % (-3,3 % en 2010)

L'ensemble des indicateurs de suivi d'évolution de l'offre est en baisse.

La « presse coopératives » dont le nombre de titres avait connu un accroissement entre 2009 et 2010 présente un solde négatif de 43 titres en 2011. Les lancements de titres, dont 91 % concernent des titres à périodicités longues (bimestriels et plus), continuent de ralentir. Le nombre de parutions poursuit également sa tendance baissière après une forte chute en 2010 liée à la baisse du nombre de quotidiens régionaux distribués par Presstalis.

La « presse import » avec une perte de 113 titres en nouveautés connaît une nouvelle année de baisse.

Le marché du « hors presse » confirme la forte contraction constatée en 2010. Le nombre de références est en forte diminution en particulier pour les produits multimédias dits « de charme » (-31 %) ainsi que les encyclopédies (-19,9 %).

Concernant les mises en place et les ventes, les éléments marquants sont les suivants :

Pour la « presse coopératives » :

- 1 745 971 K ex. fournis, soit une baisse de 4,9 % (- 4,6 % en 2010)
- 4 299 307 K € fournis, soit une baisse de 1,6 % (- 2,9 % en 2010)
- 980 945 K ex. vendus, soit une baisse de 6,3 % (- 6,2 % en 2010)
- 2 019 526 K € vendus, soit une baisse de 3,5 % (- 5 % en 2010)

Pour la « presse import » :

- 59 441 K ex. fournis, soit une baisse de 4,6 % (- 8,9 % en 2010)
- 204 862 K € fournis, soit une baisse de 3,3 % (- 7,4 % en 2010)
- 18 411 K ex. vendus, soit une baisse de 5,4 % (- 10,8 % en 2010)
- 63 150 K € vendus, soit une baisse de 4,3 % (- 9,4 % en 2010)

Pour le « hors presse » :

- 49 066 K ex. fournis, soit une baisse de 26,7 % (- 16,6 % en 2010)
- 490 796 K € fournis, soit une baisse de 20,2 % (- 16,2 % en 2010)
- 20 302 K ex. vendus, soit une baisse de 28,9 % (- 20 % en 2010)
- 180 108 K € vendus, soit une baisse de 23,8 % (- 17,8 % en 2010)

Tous produits confondus :

- 1 854 478 K ex. fournis, soit une baisse de 5,6 % (- 5,1 % en 2010)
- 4 994 966 K € fournis, soit une baisse de 3,9 % (- 4,7 % en 2010)
- 1 019 659 K ex. vendus, soit une baisse de 6,9 % (- 6,6 % en 2010)
- 2 262 784 K € vendus, soit une baisse de 5,5 % (- 6,4 % en 2010)

L'ensemble des indicateurs de mises en place et de vente sont en baisse. Tous produits confondus, la diminution de l'offre s'accompagne par une diminution des fournis, tant en exemplaires (- 5,6 %), qu'en valeur (- 3,9 %). De même les ventes ont poursuivi leur tendance négative en volume (- 6,9 %) et en valeur (- 5,4 %).

3.2.3 La distribution de la presse à l'export

Depuis le 1^{er} janvier 2011, la société coopérative Messageries lyonnaises de presse assure directement la distribution en Belgique des titres qui lui sont confiés ainsi que pour l'Espagne depuis le 1^{er} avril 2011.

La presse française a été exportée vers 97 pays en 2011. Les publications à l'export ont mieux évolué que celles du marché français, contrairement aux années passées où les résultats à l'export étaient comparables à ceux de la France Métropolitaine.

Les ventes en valeur à l'export sont restées stables par rapport à l'année 2010 (-0,5 %), tandis qu'elles baissent de 5,4% en volume. Elles ont représenté 189,8 millions € pour 58,3 millions d'exemplaires vendus. Les quotidiens à l'export représentent 25,4 millions € (+1,2%) pour 14,5 millions d'exemplaires vendus (-2%), quant aux publications, celles-ci représentent 164,4 millions € (- 1,5%) pour 43,8 millions d'exemplaires vendus (-7%).*

*Chiffres 2011 estimés à fin février 2012 comparés aux chiffres définitifs 2010

Pour les quotidiens, la baisse des volumes n'est que partiellement compensée par l'évolution des prix de vente locaux. En revanche, pour les publications, la forte baisse des volumes est pour l'essentiel compensée par une augmentation des prix de vente locaux, et sur certains marchés par un change favorable.

Le taux d'invendus en volume se dégrade une nouvelle fois cette année pour atteindre 52,8 % (+ 1 point).

L'Europe francophone reste la première zone d'export de la presse française, elle pèse en effet 55,7 % (54,1 % en 2010) des ventes en valeur. Le bilan de cette année est plutôt positif avec des hausses d'activité pour la Suisse et la Belgique (+3,5 % et 2,5 % respectivement).

L'Europe CEE, deuxième zone importatrice de presse française, connaît de nouveau un repli de ses résultats avec une diminution d'activité de 4 % (-8,2% en 2010). Les évolutions sont néanmoins très contrastées par zone, en Europe du sud l'Italie et la Grèce connaissent de bons résultats (+4,8 % et +1% respectivement), tandis que l'Espagne et le Portugal (-8,2 % et -16,5 % respectivement) sont en fort retrait, cette situation est en partie liée au choix fait par certains éditeurs de distribuer une partie de leurs titres à l'export en direct.

Concernant l'Afrique, la situation de forte dégradation d'activité constatée en 2010, ne s'est pas poursuivie en 2011 : -0,7 % (-10,1 % en 2010). C'est en particulier au Gabon (+16 %) et au Mali (+13,5%) que les améliorations ont été les plus marquantes.

Quant au pays du Maghreb, la baisse de l'activité touristique dans cette zone explique la baisse des ventes à l'export constatée (-3,4 %). Une forte croissance d'activité est toutefois relevée en Algérie (+23,7 %), laquelle s'explique par de meilleures conditions d'acheminement des titres vers ce pays.

Enfin en Amérique du Nord, la disparition de certaines grandes enseignes (Borders) sur le territoire a affecté les ventes de presse française. Une érosion de l'activité export dans cette zone de 5,2% est relevée.

Pour mémoire le fonds d'aide à la distribution et à la promotion de la presse française à l'étranger a été institué pour une durée de cinq ans, à compter de l'année 2005. Il est régi par le décret du 26 novembre 2004, dont l'application a été prolongée pour l'année 2011 par le décret n°2010-1762 du 30 décembre 2010.

Ce fonds, dont la finalité est d'encourager la diffusion de la presse française dans le monde et de favoriser ainsi le rayonnement de la francophonie, associe les éditeurs, leurs organismes collectifs d'exportation et l'Etat. Sa dotation globale est ventilée en deux sections, l'aide au transport d'une part et l'aide à la promotion d'autre part. Sont seuls éligibles à l'aide au transport, les éditeurs de presse et les sociétés de messageries. Sont également éligibles à l'aide à la promotion les organismes collectifs agréés.

Pour l'année 2011, l'enveloppe budgétaire est restée stable et s'élevait à 2 millions €. Les aides de la 1^{ère} section (transport) ont fait l'objet d'un recentrage sur les titres de la presse d'information politique et générale (PIPG). Les aides versées directement aux éditeurs ont représenté 0,6 million €. Une dotation de 0,45 million € était affectée à UNI-Press. Enfin la convention liant Presstalis, en qualité de groupeur exportateur pour le compte des éditeurs de presse et l'Etat, prévoyait les conditions d'utilisation de 0,9 million € comme en 2010.

Conformément à ce qui était prévu dans la convention, Presstalis a établi un bilan de l'utilisation de la subvention pour 2011 au cours du 1^{er} trimestre 2012, en présentant le rapport définitif d'exécution des dispositions conventionnelles à la Direction générale des médias et des industries culturelles. L'enveloppe budgétaire prévue au titre de la 1^{ère} section, visant la réduction du coût du transport, a été entièrement consommée (0,850 million €). 50 % de la subvention a bénéficié à la zone Afrique, suivie de la zone Maghreb pour 46,6 %. Concernant la 2^{ème} section de l'aide, le montant alloué à la promotion est resté stable à hauteur de 50 000 €. La subvention a permis de couvrir 53,8 % des dépenses engagées par Presstalis à ce titre à fin décembre 2011 (92 900 €).

Suite aux travaux de l'instance de concertation sur la réforme des aides à la presse mise en place conformément aux conclusions du rapport de M. CARDOSO, un fonds stratégique pour le développement de la presse a été créé. Pour 2012, celui-ci fusionne plusieurs dispositifs existants dont une partie du fonds d'aide à la distribution de la presse française à l'étranger.

3.3 Les agents de la vente de presse

3.3.1 L'évolution du réseau des agents de la vente de presse

L'évolution du réseau des diffuseurs de presse est notamment suivie à travers le bilan d'activité de la Commission du réseau - lequel comptabilise pour les diffuseurs d'une part les propositions de création de points de vente qui ont été acceptées par la Commission et d'autre part les fermetures de points de vente dont elle a été informée au cours des onze séances tenues durant l'année 2011 ; cette évolution est également suivie à travers la notion de « point de vente standard actif ».

Au 31 décembre 2011, on comptabilise un solde positif de 361 points de vente agréés de la presse nationale, après prise en compte de 923 créations acceptées et de 562 fermetures dont la Commission a été informée. Ce résultat est toutefois faussé, comme évoqué ci-avant, par une remontée insuffisante des informations de fermetures de points de vente par les dépositaires de presse.

Le ralentissement des créations de points de vente se confirme. En effet, après une forte hausse du nombre de points de vente créé depuis 2007 passant de 596 en 2006 à 2 102 en 2007, il est constaté une lente érosion de ces créations d'année en année. On comptait 1 676 et 1 412 points de vente créés pour les années 2009 et 2010, à rapprocher des 923 enregistrés en 2011.

A ce propos une nette dégradation avait été observée par la Commission du réseau dès le 1^{er} semestre de l'année 2011. La Commission avait jugé la situation suffisamment préoccupante pour adopter et rendre publique une motion, à l'occasion de sa séance du 1^{er} juin 2011. Par cette motion la Commission faisait part de son inquiétude au vu du faible nombre de « Propositions diffuseur » qui lui avaient été transmises par les dépositaires de presse durant le 1^{er} semestre 2011. Ce constat alarmant s'est confirmé en fin d'année 2011.

A l'occasion de l'adoption de cette motion, les membres de la Commission du réseau avaient également souhaité alerter la profession sur le nombre croissant des changements de nature de points de vente constaté (transformations en points de vente complémentaires). Ce constat s'est confirmé sur l'ensemble de l'année 2011, le poids des points de vente complémentaires « PVC » dans le total des propositions présentées a significativement augmenté par rapport à l'année 2010, représentant ainsi 45 % (39 % en 2010). Par ailleurs, la part du nombre de magasins de presse à offre large qui opte pour ce statut de magasin à offre limitée atteint près du tiers des propositions de nouveaux « PVC » présentées à la Commission. Il faut souligner que les sociétés de messageries de presse estiment que la perte de chiffre d'affaires associée à ce phénomène s'élève à 50 %.

Ainsi la Commission a voulu marquer sa vive inquiétude devant un constat qui cumule une forte baisse du nombre d'ouvertures de points de vente et une réelle détérioration de la qualité du réseau de vente.

L'activité de la Commission du réseau donne une vision des agréments en cours à une date donnée et non des points de vente actifs à cette même date (décalage entre l'agrément d'un point de vente et son ouverture effective ou entre la fermeture d'un point de vente et la déclaration de fermeture). Aussi, la profession a recours à une donnée plus directement commerciale pour apprécier l'évolution du réseau de vente, faisant appel à la notion de « point de vente standard actif ». La typologie des points de vente standards actifs à fin décembre 2011 est la suivante :

Type de points de vente	Nombre de points de vente à fin décembre 2011	Répartition des points de vente en nombre	Evolution par rapport à décembre 2010
Enseignes presse			
Maison de la Presse	723	2,5%	9
Mag Presse + Mag Presse City	1101	3,9%	-3
Agora	14	0,1%	0
Kiosques	584	2,0%	-12
Relay	765	2,7%	-14
Enseignes non presse			
Enseignes culturelles (FNAC, Virgin)	119	0,4%	8
Points de vente thématiques	18	0,1%	-15
Rayons intégrés d'hypermarchés	847	3,0%	84
Rayons intégrés de supermarchés	1612	5,6%	12
Supérettes sous enseigne (Franprix, Monoprix ...)	682	2,4%	1
Stations service	246	0,9%	-1
Réseau traditionnel			
Librairies papeteries	2465	8,6%	-215
Presse&connexes	1291	4,5%	-97
Tabac&Presse (hors bars)	8160	28,6%	-88
Bars (dont tabac)	6554	22,9%	-159
Alimentation (autres que supérettes)	1459	5,1%	-118
Autres			
Points de vente quotidiens	1040	3,6%	-81
Autres (PSD, camping, université ...)	899	3,1%	-23
Total	28579	100%	-712

Ces dernières années, dans un contexte de marché difficile, les éditeurs ont multiplié les démarches afin de faciliter l'accès des lecteurs à l'offre presse et de maintenir la capillarité du réseau. Grâce à ces initiatives, à partir de mars 2007, l'évolution du nombre de points de vente presse en activité avait connu une inversion de tendance après plusieurs années de baisse consécutive. Cependant, ces résultats positifs sont remis en cause depuis avril 2010, date à compter de laquelle une diminution du nombre de points de vente actifs est à nouveau apparue. Cette tendance négative se trouve confirmée sur l'année 2011. A fin décembre 2011, il est dénombré 28 579 points de vente actifs dans le réseau contre 29 291 à fin décembre 2010, soit une perte de 712 points de vente. Le gain enregistré depuis l'embellie de l'année 2007 a été complètement effacé, puisqu'entre décembre 2007 et décembre 2011, il est constaté une perte de 1072 points de vente. C'est en particulier la province (hors grandes villes) qui est touchée par ce phénomène avec 520 points de vente perdus sur cette même période, suivie de l'Île-de-France (hors SPPS) avec 351 points de vente.

Le développement du réseau de vente ces dernières années s'était notamment appuyé sur les nouvelles approches adoptées par les sociétés coopératives de messageries de presse permettant d'implanter une offre limitée de presse dans des points de vente ayant vocation à répondre au besoin de capillarité. Ces approches ont permis aux éditeurs d'envisager trois nouveaux types de points de vente : les "*points de vente quotidiens*" (PVQ), les "*points de vente complémentaires*" (PVC) et les "*points de vente thématiques*" (PVT). Les "*points de vente complémentaires*" présentent une offre composée à la fois de titres quotidiens et de publications (150, 100 ou 50 publications distribuées par les différentes sociétés de messageries de presse selon les potentiels commerciaux). Ces trois approches avaient pour objectif de faciliter l'accès du lecteur aux titres à courte périodicité, ou à grande diffusion, ou encore à centre d'intérêt.

A fin décembre 2011 sont dénombrés, parmi les points de vente actifs, 1 040 "*points de vente quotidiens*" (PVQ), 2 531 "*points de vente complémentaires*" (PVC) et 18 "*points de vente thématiques*" (PVT). Soit un total de 3 589 "*points de vente à offre limitée*", contre 3 614 à fin décembre 2010, une certaine stabilisation du nombre de ce type de points de vente est ainsi observée.

Concernant le réseau des dépositaires de presse, au 31 décembre 2011, après les rattachements des situations de Saint-Gervais, Corbeil-Essonnes, Chevilly Larue, Clichy, Maubeuge, étaient comptés 147 dépositaires de la presse nationale contre 152 au 31 décembre 2010 (hors PLR).

Au 31 décembre 2011, les 147 dépôts se répartissaient ainsi : 85 dépôts privés, 33 dépôts gérés par le groupe Presstalis (SOPROCOM), 8 dépôts gérés par la société coopérative Messageries lyonnaises de presse (Forum diffusion presse), 20 agences de la Société d'agences et de diffusion (SAD) et 1 dépôt de la Société presse Paris services (SPPS).

3.3.2 Le réseau des kiosques

L'évolution du réseau des kiosques en 2011 a été marquée par une nouvelle progression. Il est dénombré 750 kiosques sur le territoire métropolitain à fin décembre 2011 (584 actifs et 166 non actifs) contre 716 à fin décembre 2010, soit une progression de 4,7 %. Le réseau de kiosques en province et en région parisienne comptait, à fin 2011, 361 kiosques contre 344 en 2010 (+ 4,9 %). Rappelons que 47 kiosques sont implantés en galeries marchandes de centres commerciaux, en partenariat avec les principaux opérateurs tels que Ségécé, Mercialys, Immochan, Altaréa ou Unibail Rodamco. C'est à Paris que le réseau des kiosques reste le plus important, y sont dénombrés 389 kiosques à fin décembre 2011.

Concernant Paris, alors que les objectifs de développement fixés par la ville dans le cadre de la 1^{ère} délégation de service public confiée à la société Médiakiosk ont été atteints, la 2^{ème} délégation de service public conclue entre ces deux acteurs en octobre 2010, pour une durée de 5 ans, a fixé un nouvel objectif de 40 créations de kiosques (dont 10 réouvertures). En 2011 Médiakiosk a réalisé 10 créations dans le cadre de ce nouvel objectif.

En 2011 la société Médiakiosk, acteur majeur de l'implantation des kiosques en France et filiale de Presstalis a été cédée au groupe JC Decaux. Ce dernier détient désormais 95 % du capital de Médiakiosk, Presstalis conservant une participation de 5 %. Le nouvel actionnaire a confirmé que la poursuite des efforts entrepris depuis 2005 pour consolider et développer le réseau des kiosques constituait pour lui une priorité. La réaffirmation de cette volonté de développement répond à l'attente de l'ensemble de la profession.

Le 22 mars 2011, un engagement en faveur du développement du réseau des kiosques a été signé par le Ministère de la culture et de la communication, l'Association des maires de France, et le Conseil supérieur. Cette convention a pour objet de promouvoir le développement du réseau des kiosques et à cette fin de favoriser la simplification des procédures d'implantation des kiosques (clarification des règles applicables en matière d'installation, réduction des délais procéduraux). Par ailleurs, les éditeurs et les Pouvoirs publics s'engagent à soutenir et à développer l'activité des kiosquiers, à consolider le modèle économique de ces derniers, en aidant à la diversification de leurs ressources.

Le soutien économique apporté aux kiosquiers parisiens a pris des formes multiples en 2011. Il s'est traduit, au-delà des efforts fait en matière de rémunération (cf. supra), par la mise en place de dispositifs exceptionnels afin de faire face à une conjoncture particulière. En effet, en fin d'année 2010, le réseau des kiosquiers et diffuseurs de presse parisiens a été sérieusement affecté par les conséquences des mouvements sociaux liés à la restructuration de la Société presse Paris services (SPPS).

Afin de pallier les difficultés financières de ces marchands de la vente de presse, l'ensemble de la profession s'est mobilisé. Les sociétés de messageries Presstalis et Messageries Lyonnaises de presse ont très vite accordé des facilités de règlement des fournitures. Pour sa part, la société Médiakiosk a consenti à des avances de trésorerie de 400 000 € à destination des kiosques parisiens. Presstalis a également mis en place une aide financière exceptionnelle de 500 000 € pour les diffuseurs de presse parisiens.

Enfin, les Pouvoirs publics se sont également mobilisés en faveur des diffuseurs de presse parisiens. Au plan municipal, la Mairie de Paris a voté, le 7 février 2011, deux mesures en faveur des kiosquiers, attribuant d'une part 200 000 € au Centre d'entraide parisien de la presse et de l'édition (CEPPE), qui a été chargé de répartir cette somme et facilitant d'autre part le développement de leurs revenus de diversification (Produits édités par la Ville de Paris, par Paris Plages, guides de la capitale, cartes de stationnement, titres de transport RATP). Au nom de l'Etat, le Ministre de la culture et de la communication s'était engagé à mettre en place une bonification spécifique de l'aide financière exceptionnelle aux diffuseurs de presse qui a été institué par décret en septembre 2011 (Cf. supra).

3.3.3 La formation professionnelle

Depuis le mois de mars 2011, le groupement de distribution de presse Alliance - dont la société coopérative Messageries Lyonnaises de presse est l'opérateur - développe une activité de formation à destination des dépositaires de presse et des diffuseurs de presse. Cette nouvelle offre représente une alternative à l'activité développée depuis de nombreuses années par le Centre de formation aux métiers de la presse (CEFODIP), dont Presstalis est l'opérateur.

Pour la 2^{ème} année consécutive, le CEFODIP a connu une baisse du nombre de ses stagiaires : 4 027 stagiaires ont suivi une formation contre 4 686 en 2010, soit une baisse de 14 %. Cette diminution est principalement due aux dépositaires de presse qui ont effectué de nombreuses sessions de formation sur l'assortiment et sur l'activité Kiala (réseau de livraison de colis) en 2010 et qui n'ont pas toutes été reconduites en 2011.

En 2011, 2 820 diffuseurs de presse ont suivi un stage de formation représentant ainsi 70% des stagiaires. L'initiation des nouveaux diffuseurs a fortement baissé de 10 % alors que les formations des diffuseurs en activité se sont plutôt maintenues. Ceux-ci ont particulièrement été concernés par les stages de « Merchandising », de « Modernisation » et de « Préservation de la rentabilité ».

Les formations suivies par les enseignes de grandes et moyennes surfaces sont restées stables par rapport à 2010 avec 376 stagiaires.

Concernant le collège « *Dépositaires* », on compte 385 stagiaires. Le CEFODIP a poursuivi le développement des formations liées à l'activité Kiala. Par ailleurs, le centre de formation souligne que de nouvelles formations ont été mises en place, telles que « Capacité de transport », « Commissionnaire transport », « Accompagner vos diffuseurs dans un projet de modernisation ».

Plusieurs stages ont été également effectués auprès du CEFODIP par les éditeurs de presse nationale et des stages ont été organisés à destination des éditeurs de presse quotidienne régionale avec le Syndicat de la presse quotidienne régionale.

Concernant le groupement Alliance, pour l'année 2011, celui-ci a accueilli 548 stagiaires. Au sein du collège « *Diffuseurs* », ce sont 189 stagiaires qui ont suivi une formation sur les « fondamentaux du métier de diffuseur de presse », tandis que 280 d'entre eux ont suivi une formation afin d'améliorer leur performance en matière de merchandising. Concernant le collège « *Dépositaires* », 33 stagiaires ont suivi une formation en management commercial, 46 commerciaux ont suivi une formation liée à la vente du hors presse.

3.4 La distribution de la presse à l'étranger

Fin 2008, à l'occasion des Etats généraux de la presse écrite, le Conseil supérieur avait réalisé une étude sur quatre pays (Allemagne, Royaume-Uni, Italie, Espagne) présentant leurs circuits de distribution, identifiant les coûts liés à la distribution et cernant les prestations proposées.

Cette étude a fait l'objet d'une actualisation pour chacun des pays au 2^{ème} trimestre 2012. L'objectif était de mettre en évidence les principales évolutions qui ont marqué les circuits de distribution de la presse dans ces différents pays.

3.4.1 Les principales caractéristiques de la distribution de la presse à l'étranger

Quel que soit le pays considéré, la distribution de la presse est structurée par des accords interprofessionnels et/ou par l'intervention des Pouvoirs publics.

Le schéma de distribution des magazines a recours, dans tous les cas, à 3 niveaux. Celui des quotidiens (titres à grande diffusion) n'utilisent que les niveaux 2 et 3 au Royaume Uni, en Espagne et en Allemagne.

Au niveau 1 (distributeurs nationaux - messageries), chez nos 4 voisins, des groupes de presse sont impliqués dans les organisations, où agissent également des entreprises « indépendantes ».

Au niveau 2 (grossistes - dépositaires), on observe un mouvement de concentration, lequel est, selon les cas, plus ou moins abouti. On compte à ce jour en Allemagne 68 dépôts, une centaine de dépôts pour le Royaume Uni dirigés par 2 sociétés pour environ 95 % (Smiths News et Menzies), une centaine également pour l'Espagne et l'Italie. Dans l'ensemble de ces pays, les grossistes disposent d'une exclusivité territoriale. Des éditeurs peuvent être impliqués au niveau 2 en Allemagne et en Espagne. En Italie et au Royaume-Uni, les grossistes sont « indépendants ».

Au niveau 3 (détaillants - diffuseurs), l'Allemagne se distingue par un réseau à très forte capillarité, avec 122 000 points de vente ; dont le plus grand nombre présente toutefois une offre titres très limitée (29 500 boulangeries, 13 100 discounters, 19 000 super ou hypermarchés) et parmi lesquels 14 300 magasins présentent une offre presse conséquente. Le Royaume Uni compte 54 000 points de vente. La présence de chaînes, appelées « Multiple », est une des particularités de ce réseau (1 712 magasins). L'Espagne compte 25 300 points de vente représentés à 80 % par des kiosques. De même, l'Italie compte 35 100 points de vente avec une forte présence de kiosques (77 % du réseau).

Le prix de vente est fixé par l'éditeur dans tous les cas. Cependant, en Italie, une nouvelle loi donne la possibilité aux diffuseurs de pratiquer des remises.

Dans tous les pays, c'est l'éditeur qui décide des quantités à fournir à l'ensemble du réseau. Les quantités fournies aux points de vente sont partout déterminées par le niveau 2. Cependant des aménagements ont été apportés à ces approches. Le référencement des titres par les points de vente, accompagné de droits d'entrée, est pratiqué au Royaume Uni où, cependant, seuls les « Multiple » y recourent. Les diffuseurs indépendants, eux, ne demandent pas de droit d'entrée mais ils peuvent également maîtriser leurs références et arbitrer leurs quantités avec la règle des "48 hours rule" qui leur permet de retourner tout titre dans les 48 heures suivant sa réception. En Italie, alors que les points de vente doivent accepter tous les titres dans le cadre de la loi du 24 avril 2001 régulant le système de distribution de la presse, dans la pratique un point de vente qui ne souhaiterait pas exposer à la vente un titre, pour des raisons de place par exemple, peut le retourner au bout de deux jours. Par ailleurs, depuis le début de l'année 2012, une nouvelle loi vient modifier la loi d'avril 2001 en donnant la possibilité aux points de vente de choisir les quantités qu'ils souhaitent recevoir. En Espagne, les diffuseurs ont la possibilité de retourner des exemplaires fournis avant la fin de la période de mise en vente d'un titre.

La reprise des invendus est la règle dans l'ensemble des pays.

Pour chaque niveau, la commission *ad valorem* sur le montant des ventes réalisées est partout la règle (messageries, grossistes, détaillants). L'Allemagne pratique dans certains cas un taux forfaitaire au niveau 1, de même au Royaume-Uni un montant forfaitaire est négocié pour les diffuseurs dans le cadre de la vente des quotidiens.

Les coûts de distribution pour la presse quotidienne (total des commissions des différents acteurs) sont :

- Allemagne : 29,11 à 45 %*
- Royaume Uni : 27 à 32 %*
- Italie : 25 à 30 %*
- Espagne : 25 à 30 %*

Les coûts de distribution pour la presse périodique (total des commissions des différents acteurs) sont :

- Allemagne : 41,3 à 59,5 %*
- Royaume Uni : 39 à 48,5 %*
- Italie : 25 % à 30 %*
- Espagne : 31 à 45 %*

* La fourchette figurant au total des commissions est constituée par la somme des minima et maxima des 3 niveaux.

La TVA est partout minorée, au Royaume Uni, la presse en est totalement exonérée :

- France : 2,1 %
- Allemagne : 7 %
- Royaume Uni : 0 %
- Italie : 0,8 % sur la valeur du tirage.
- Espagne : 4 %.

3.4.2 Les principales évolutions à l'étranger

Il peut être observé que dans tous les pays la crise économique a eu un impact très négatif sur les résultats de vente en volume et en valeur des quotidiens et des magazines. Ainsi au Royaume-Uni ce sont des baisses de volume de 9 % en moyenne qui ont impacté la presse magazine en 2009 et 2010, 2011 étant sur des bases comparables, en Espagne, le chiffre d'affaires de ventes de presse entre 2006 et 2010 a chuté de 31 % soit 8 % en moyenne par an. En Italie, les volumes de vente des magazines ont diminué de 5 % en moyenne chaque année depuis 2008, ce chiffre se situe à 4 % pour les quotidiens. Enfin en Allemagne, les quotidiens ont baissé d'environ 11 % en moyenne en volume depuis 2008, 11 % pour les hebdomadaires et 4 % pour les magazines grands publics. Le constat est donc très négatif pour l'ensemble des pays étudiés.

Concernant les acteurs de la distribution, tous les pays ont connu des mouvements sur chacun des niveaux de la chaîne de distribution.

Concernant le niveau 1, l'Espagne, l'Italie et l'Allemagne ont vu disparaître certains acteurs, l'Espagne passe ainsi de 8 à 4 distributeurs nationaux entre 2008 et 2011, l'Italie de 8 à 6 et l'Allemagne de 10 à 8 pour cette même période. Ces distributeurs sont choisis par appels d'offre.

Concernant le niveau 2, tous les pays ont connu des évolutions de même nature. Au Royaume-Uni, l'un des acteurs majeurs, Dawson, a été évincé du marché par une procédure d'appels d'offre alors qu'il représentait 22 % du marché en 2008. En Italie, ces entreprises familiales ont connu d'importantes difficultés et sont passées d'environ 150 à 104 aujourd'hui. Même chose en Allemagne, où le nombre de dépositaires passe de 75 à 68 en 4 ans. En Espagne, ce nombre reste quasiment constant, mais les perspectives de concentration apparaissent inévitables aux professionnels interrogés.

Partout le phénomène de concentration est en marche pour essayer d'améliorer les conditions économiques d'acheminement des magazines et journaux.

Enfin concernant le niveau 3, c'est en Espagne que l'on relève la plus forte baisse du nombre de points de vente. Celui-ci reste stable au Royaume-Uni et en Italie et augmente même légèrement en Allemagne. En Espagne, ce sont en particulier les points de vente spécialisés qui sont le plus touchés au profit de points de vente non spécialistes comme les chaînes de la grande distribution où des points de vente de proximité (épiceries, stations service, discounters ...).

Ces difficultés économiques qui apparaissent à tous les niveaux de la chaîne de distribution amènent plusieurs pays à reconsidérer le modèle économique dans lequel fonctionne la distribution de la presse. En Allemagne, la cour de justice de Cologne a donné la possibilité aux éditeurs de presse de négocier directement les conditions tarifaires avec chaque grossiste sans passer par l'association des grossistes (Presse Grosso) qui négociaient habituellement ces mêmes tarifs pour l'ensemble des grossistes. En Italie, les Pouvoirs publics ont octroyé à tout type de point de vente la possibilité de vendre de la presse sans demande préalable à la municipalité ; aux diffuseurs de presse la possibilité de choisir les quantités qu'ils souhaitent vendre et de remettre en cause le prix de couverture d'un titre. L'Espagne quant à elle mène, au travers de ses associations d'éditeurs, de distributeurs, un ensemble de réflexion et d'actions afin d'assurer l'auto régulation de la profession (mise en place de règles et d'outils pour l'ensemble de la filière : promotion, invendus, informatique ...) pour faire face à la crise.

Le présent rapport public annuel d'activité du Conseil supérieur des messageries de presse établi conformément à l'article 18-10 de la loi du 2 avril 1947 a été approuvé par l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse en sa séance tenue le 28 juin 2012.

Liste des annexes

Les annexes du rapport public d'activité du Conseil supérieur des messageries de presse sont consultables dans un volume « annexes ».

- Loi n°47-585 du 2 avril 1947 relative au statut de s entreprises de groupage et de distribution des journaux et publications périodiques
- Décret n°2012-373 du 16 mars 2012 pris pour l'ap plication des articles 18-12 et 18-13 de la loi du 20 juillet 2011
- Arrêté du Ministre de la culture et de la communication en date du 25 octobre 2011 portant nomination des membres du Conseil supérieur des messageries de presse

- Règlement intérieur du Conseil supérieur des messageries de presse

- Décision du Conseil supérieur des messageries de presse n°2011-01 relative à la fixation des conditions de rémunération des agents de la vente de presse
- Décision du Conseil supérieur des messageries de presse n°2011-02 relative à l'assortiment des titres servis aux points de vente de presse
- Décision du Conseil supérieur des messageries de presse n°2011-03 relative à la mise en place d'une péréquation inter coopératives pour le financement de la distribution de la presse quotidienne d'information politique et générale
- Décision du Conseil supérieur des messageries de presse n°2012-01 fixant la durée de préavis à respecter par les éditeurs qui retirent un titre de presse à une société de messagerie de presse ou qui se retirent d'une société coopérative de messageries de presse dont ils sont associés
- Décision du Conseil supérieur des messageries de presse n°2012-02 relative à la fourniture par les sociétés coopératives de messageries de presse et les entreprises commerciales mentionnées à l'article 4 de la loi du 2 avril 1947 des documents et informations relatifs à leur situation économique et financière
- Décision du Conseil supérieur des messageries de presse n°2012-03 fixant la participation financière forfaitaire aux frais de dossier en matière de conciliation, les modalités de paiement de cette participation et le barème sur lequel est fondé le calcul des frais d'une procédure de conciliation
- Délibération du Conseil supérieur des messageries de presse du 10 mai 2012 relative aux mesures à prendre sans délai pour garantir l'équilibre économique du système collectif de distribution de la presse
- Déclaration de l'Assemblée du Conseil supérieur des messageries de presse 10 mai 2012 relative aux graves et imminentes menaces qui pèsent sur le système de distribution de la presse française et sur son avenir ; à l'intervention du Conseil supérieur en vue de garantir le respect des principes de solidarité coopérative, des équilibres économiques du système collectif de distribution de la presse et d'assurer le bon fonctionnement du système coopératif de distribution de la presse et de son réseau.
- Avis de la Commission de suivi de la situation économique et financière des messageries du 3 mai 2012
- Délibération de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse n°2011-01 rendant exécutoire la décision n°2011-01 du Conseil supérie ur des messageries de presse relative à la fixation des conditions de rémunération des agents de la vente de presse

- Délibération de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse n°2012-01 rendant exécutoire la décision n°2011-03 du Conseil supérie ur des messageries de presse relative à la mise en place d'une péréquation inter coopératives pour le financement de la distribution de la presse quotidienne d'information politique et générale
- Délibération de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse n°2012-02 rendant exécutoire la décision n°2011-02 du Conseil supérie ur des messageries de presse relative à l'assortiment des titres servis aux points de vente de presse
- Délibération de l'Autorité de régulation de la distribution de la presse n°2012-03 rendant exécutoire la décision n°2012-01 du Conseil supérie ur des messageries de presse fixant la durée de préavis à respecter par les éditeurs qui retirent un titre de presse à une société de messagerie de presse ou qui se retirent d'une société coopérative de messageries de presse dont ils sont associés

- Communiqué du Conseil supérieur du 10 novembre 2011 relatif à la tenue de la 1ère Assemblée du Conseil supérieur dans sa composition issue de la loi du 20 juillet 2012
- Communiqué du conseil supérieur du 22 décembre 2011 relatif à la mise en place d'une péréquation inter coopératives pour le financement de la distribution de la presse quotidienne d'information politique et générale
- Communiqué du Conseil supérieur du 21 février 2012 relatif à la durée de préavis à respecter par les éditeurs qui retirent un titre de presse à une société de messagerie de presse ou qui se retirent d'une société coopérative de messageries de presse dont ils sont associés
- Communiqué du Conseil supérieur du 22 mars 2012 relatif au schéma directeur du réseau de niveau 2
- Communiqué du Conseil supérieur du 10 mai 2012 relatif aux graves et imminentes menaces qui pèsent sur le système de distribution de la presse française et sur son avenir ; à l'intervention du Conseil supérieur en vue de garantir le respect des principes de solidarité coopérative, des équilibres économiques du système collectif de distribution de la presse et d'assurer le bon fonctionnement du système coopératif de distribution de la presse et de son réseau.

- Fichier des agents de la vente de presse