

La distribution de la presse doit se réinventer

Les difficultés de Presstalis, qui achemine les trois quarts de la presse nationale vers les marchands de journaux, obligent toute la filière à repenser un système fondé en 1947.

Comme en 2011, la filière de la presse a une épée de Damoclès au-dessus de la tête : un dépôt de bilan de Presstalis. Cette entreprise méconnue du grand public organise chaque jour la distribution d'une grande partie de la presse française (tous les quotidiens nationaux et 75 % des magazines) vers les 23 000 marchands de journaux du pays. Une mécanique lourde, mais rodée, que la chute des ventes au numéro (- 52 % en volume et - 37 % en valeur entre 2006 et 2016) a enrayé.

Faute d'avoir suffisamment adapté son outil industriel, Presstalis a terminé l'année 2017 avec un déficit d'exploitation de 37 millions d'euros et « un trou de trésorerie de très grande ampleur », selon sa nouvelle présidente, Michèle Benbunan, venue d'Hachette Livre. Dans l'urgence, et pour éviter la liquidation, Presstalis a retenu le quart du chiffre d'affaires des ventes au numéro des éditeurs, en décembre et en janvier.

Mais le système n'en est pas sauvé pour autant. Un plan de sauvetage nécessiterait 190 millions d'euros, pris en charge à moitié par les éditeurs et complété par une avance de l'État. Il financerait notamment une restructuration supprimant 200 à 300 emplois (sur 1 200) et la cession de neuf dépositaires. Le protocole d'homologation doit être signé début mars.

Les bases de négociation restent cependant fragiles. Assurant craindre pour leur survie, certains petits éditeurs acceptent difficilement l'idée de se voir prélever 2,5 % de leurs ventes pendant quatre ans et demi pour financer Presstalis, ainsi que le prévoit le plan. « Depuis 2012, l'État rechigne à payer », note par ailleurs Jean-Clément Texier, banquier spécialisé dans la presse.

En contrepartie de cet effort, le gouvernement entend obtenir une remise à plat d'un système jugé « trop administratif » et à bout de souffle. D'où la proposition de la ministre de la culture, Françoise Nyssen, de lancer une réforme de la loi Bichet, qui régit depuis soixante-dix ans la distribution de la presse (lire débat).



Presstalis organise chaque jour la distribution d'une grande partie de la presse française vers les 23 000 marchands de journaux du pays. Arnaud Robin/Divergence

Les Nouvelles messageries de la presse parisienne (NMPP), devenues Presstalis en 2009, ont été créées en 1947 par cette loi Bichet, dans le contexte très particulier de la Libération. Au sortir de quatre années de propagande distillée par une presse collaboratrice, cette loi devait garantir le pluralisme de la presse, en permettant à toute publication d'être diffusée sur tout le territoire via un système de mutualisation des coûts.

« À la différence des autres pays où interviennent des entreprises privées concurrentes, la distribution en France est pilotée par les éditeurs de journaux réunis en coopératives », relève l'historien Patrick Eveno. Conséquence, les éditeurs (dont le groupe Bayard, éditeur de *La Croix*) sont à la fois les actionnaires et les clients de Presstalis.

« À la différence des autres pays, la distribution en France est pilotée par les éditeurs de journaux réunis en coopératives. »

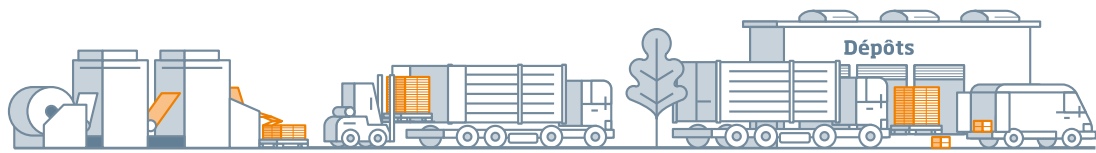
Autre fruit de l'histoire, la logistique de Presstalis est assurée par les ouvriers du livre, issus de la messagerie du Parti communiste, auxquels le général de Gaulle – pour relancer la presse libre sous l'Occupation – avait accordé un monopole d'embauche. Ces ouvriers, en mesure de bloquer la sortie des publications, « ont historiquement su négocier des salaires élevés et des horaires de travail favorables », poursuit Patrick Eveno. À titre de comparaison, les Messageries lyonnaises de presse (MLP), le concurrent de Presstalis qui diffuse le quart des magazines, ne font pas appel aux ouvriers du livre. « D'où des coûts de fonctionnement moins élevés », relève Patrick Eveno.

Cette coopérative a, elle aussi, connu une crise en 2016, liée à la baisse des ventes, mais elle s'en est relevée en adaptant son outil pour baisser ses coûts fixes. « Leur modèle est moins menacé à court terme, convient le sociologue Jean-Marie Charon. C'est une structure plus simple, plus flexible, avec des contraintes sociales et logistiques très différentes : distribuer des périodiques à petits tirages est bien moins compliqué qu'assurer chaque

La distribution de la presse doit se réinventer

Il y a un « risque d'effondrement du système et de conséquences en cascade pour toute une filière ».

Les deux messageries de presse en chiffres



Presstalis



- Coopérative de **1 200** salariés



- Distribue **1,14 milliard** de journaux et magazines par an. Environ **606 millions** sont vendus



- Chiffre d'affaires : **1,52 Md €**



- **Titres publiés par 450 éditeurs** : tous les quotidiens nationaux et 2 200 magazines



- **76 % du marché**

Les Messageries lyonnaises de presse



- Coopérative de **386** salariés



- Distribue **410 millions** d'exemplaires par an



- Chiffre d'affaires : **410 M€**



- **Titres publiés par 580 éditeurs** dont une majorité réalise moins de 15 M€ de CA



- **24 % du marché**

Sources : Presstalis et les Messageries lyonnaises de presse

LA CROIX IDP

●●● Suite de la page 21.

jour la distribution des quotidiens nationaux. » Mais la politique commerciale offensive des MLP a fragilisé Presstalis. Le destin des deux messageries est néanmoins lié. En contrepartie d'un précédent plan de sauvetage, Presstalis et les MLP ont été sommées de trouver des synergies, notamment dans le transport et le système informatique.

Désormais, les frères ennemis de la distribution partagent les mêmes camions pour acheminer les publications depuis les grossistes (appelés dépositaires) jusqu'aux marchands de journaux. Si l'une des messageries disparaissait, l'autre s'en relèverait-elle ? Face à cette incertitude, Michèle Benbunan parle d'un « risque d'effondrement du système et de conséquences en cascade pour toute une filière ». Pour sortir de la crise, le gouvernement

a promis une grande « consultation » en vue de rédiger une loi votée avant l'été. Ces discussions ne feront pas l'économie d'un inventaire des manquements, comme le coût du précédent plan social, les investissements hasardeux dans les services numériques, ou encore la défaillance du système informatique, qui ont plombé les comptes de Presstalis selon ses administrateurs.

Mais la critique monte aussi vis-à-vis des autorités de régulation – le Conseil supérieur des messageries de presse, dont la gouvernance a été confiée aux éditeurs, et l'Autorité de régulation de la distribution de la presse. Elles sont accusées de n'avoir pas su voir venir les crises et n'auraient pas permis aux deux messageries de travailler en bonne intelligence. « Le gouvernement devrait associer aux discussions La Poste et la presse régio-

« Le gouvernement devrait associer aux discussions La Poste et la presse régionale, pour créer un service unifié de distribution de la presse. »

nale, confrontée à la même chute des ventes, pour créer un service unifié de distribution de la presse », selon l'expert des médias Antoine de Tarlé. « Maintenant, résume, un représentant d'éditeur, soit on crée un service public de la distribution, soit on privatise le système en assouplissant les grands principes. » **Aude Carasco**

teurs. Début 2018, ils n'étaient plus que 64, contre 700 en 1995 et 4 000 dans les années 1980.

Les marchands de journaux assurent la vente au public des quotidiens et publications qui leur sont confiés. Ils sont rémunérés par une commission calculée en pourcentage du prix de vente. Ils étaient 23 200 en 2017, contre 27 500 en 2012 et même 40 000 dans les années 1980.

repères

Les trois niveaux de distribution

Les éditeurs de presse passent par l'intermédiaire de deux sociétés de messagerie (Presstalis et les Messageries lyonnaises de presse) pour distribuer leurs journaux et magazines aux marchands de journaux.

Sauf les quotidiens et hebdomadaires locaux, qui assurent généralement leur distribution directement.

Les dépositaires de presse sont des intermédiaires ou grossistes privés qui appartiennent aux deux messageries. Ils répartissent les journaux et magazines dans les points de vente, conformément aux instructions données par les édi-

Prochain dossier:

Entretien croisé, les inégalités bonnes ou mauvaises

Débat. Comment réformer la loi Bichet ?

Il faut mieux référencer certains titres

Louis Dreyfus

Président du groupe Le Monde et administrateur de Presstalis

La réforme de la loi Bichet doit permettre de mieux prendre en compte le contexte, qui n'est plus celui de 1947, tout en protégeant le principe de pluralisme de la presse et l'économie des marchands de journaux. Aujourd'hui, il y a une abondance de titres, qui ne participent pas tous au débat démocratique, mais sont constitutifs de la grande diversité de l'offre médias.

On pourrait envisager que les seuls titres d'information politique générale soient diffusés partout sans entrave, mais qu'il soit possible de mieux référencer les autres titres en fonction de leur potentiel de ventes. Ce serait une façon de respecter l'esprit de la loi Bichet et de garantir le pluralisme, tout en tenant compte des nécessités d'alléger les contraintes pesant sur les diffuseurs, notamment en matière d'invendus. Concernant la gouvernance du secteur, force est de constater

que les autorités de régulation n'ont pas pris la mesure de la crise que connaît Presstalis, et qu'ont traversée les MLP il y a quelques années. Elles n'ont pas davantage permis à ces messageries de restaurer leur modèle économique et de développer des synergies pour le bien de la filière. L'an dernier, le Conseil supérieur des messageries de presse (CSMP) avait ainsi autorisé l'ouverture des points de vente dans les superettes de centre-ville. Et l'Autorité de régulation de la distribution de la presse (ARDP) l'avait annulé la semaine suivante.

Le fait d'avoir une double autorité, qui pouvait avoir sa raison d'être, ralentit l'évolution du système et souligne plutôt ses incohérences. La réforme de la loi Bichet doit permettre de trouver le bon dispositif. S'il est essentiel d'associer des diffuseurs et de petits éditeurs, je ne pense pas que cette autorégulation du secteur, même élargie, permettra de faire évoluer le système, ni d'empêcher sa tétanie. Je défendrai plutôt l'idée d'une autorité indépendante, dotée de moyens et pouvoirs réels, votant à la majorité.

Aude Carasco

Associer toute la filière aux décisions

Pierre Bloch

Porte-parole de l'Association pour l'avenir des diffuseurs de presse

Nous proposons de réformer la gouvernance, aujourd'hui confiée aux seuls éditeurs, en intégrant des diffuseurs et dépositaires au sein du bureau et du conseil d'administration du Conseil supérieur des messageries, de manière à permettre aux experts de toute la filière de trouver des solutions de bon sens avec un intérêt commun.

Nous craignons que de gros éditeurs veuillent casser la loi Bichet en accordant aux superettes des avantages spécifiques pour mettre en rayon une sélection de 100 à

300 titres. Notre réseau traditionnel, déjà fragile, resterait alors le seul à présenter la totalité de l'offre, sans pouvoir se rattraper sur des titres vendeurs qui risqueraient d'être achetés en superette.

La richesse de l'offre de presse garantit le pluralisme et l'existence de notre métier. Nous plaçons pour une meilleure qualité des points de vente, avec moins de quantités livrées mais un logiciel performant permettant si besoin un réassort réactif.

Aujourd'hui, nous fonctionnons en sens inverse : on nous livre de grandes quantités en espérant qu'elles se vendent. On nous demande de payer les exemplaires qui nous sont livrés, et de nous rembourser la différence lors de la restitution des invendus.

Aude Carasco