



Culture Presse

Union des commerçants des loisirs et de la presse

Consultation Publique

Art. 18.7 de la Loi du 2 avril 1947

Mesures exceptionnelles pour le redressement du système collectif de distribution de la presse

Janvier 2018

Contribution de Culture Presse, seule organisation professionnelle représentative des commerçants de la presse au plan national, ayant vocation à fédérer l'ensemble des marchands indépendants, interlocuteur historique des acteurs de la profession et des pouvoirs publics. Elle a, à ce titre, pleine légitimité pour apporter sa contribution à toute question pouvant avoir un impact sur l'économie et la pratique du métier de commerçant de presse.

Cette contribution du Conseil d'administration est portée par Daniel Panetto, Président de Culture Presse – 16, Place de la République à Paris 10^{ème}.

Propos liminaire

Alors que le Conseil supérieur des messageries de presse envisage de soumettre à son Assemblée générale deux mesures visant à créer les conditions d'un redressement du système collectif de distribution, en grave crise, l'organisation professionnelle représentative des Commerçants de la presse – diffuseurs de presse selon la terminologie retenue par la profession – entend exprimer l'avis et les attentes du réseau des diffuseurs sur ce sujet.

Le Conseil d'administration a mandaté son président, Daniel Panetto, afin qu'il porte ces avis et ces attentes. La présente contribution dressera dans une première partie un tableau de la situation, telle que la perçoivent les diffuseurs et leur Organisation professionnelle, avec pour objectif d'exprimer leur préoccupation, mais également leur conviction qu'une action forte est désormais nécessaire – et qu'elle peut raisonnablement conduire au redressement attendu.

Les deux parties suivantes de la contribution seront consacrées chacune à l'une des deux mesures envisagées ; mesures que soutient notre organisation professionnelle.

En conclusion de chacune des parties abordées, nous reprendrons de manière synthétique l'essentiel de notre position sur le sujet traité.

Partie 1 – Contexte et opportunité d'une décision du CSMP

Une crise industrielle, et très sérieuse, appelant une réaction

La réalité de la crise que traverse le système de distribution ne fait aucun doute. Notre organisation professionnelle rappelle que cette crise est d'abord industrielle, et qu'elle doit être distinguée de la situation des éditeurs eux-mêmes mais également de celle des commerçants de la presse.

En effet, les volumes distribués baissent beaucoup plus vite que le chiffre d'affaires – impacté notamment par la fermeture de points de vente. On rappellera utilement que les ventes en valeur des spécialistes baissent peu (- 0,95% en 2017 – baromètre Culture Presse/Devlyx) alors que les volumes sont sensiblement en décrochage. Si le marché change de structure – les éditeurs s'adaptant aux attentes du consommateur – les messageries subissent de plein fouet cette situation, et les dépositaires dans une moindre mesure.

On ajoutera à cette analyse - qu'il est inutile de développer plus avant dans le cadre de cette contribution – que les messageries subissent également le contrecoup d'une attrition du réseau de vente, qui connaît une décroissance continue de ses effectifs (- 3,8 % en 2017, et -20,7% depuis 2010) sous l'effet, notamment du prix du foncier. Si la vacance commerciale augmente fortement en France (pour dépasser 11% dans les villes moyennes), et si – par conséquent – le réseau presse ne subit rien d'autre que

la tendance de l'ensemble du commerce de détail (cf. rapport du Sénateur Laugier), il n'en demeure pas moins que cette perte impacte les ventes.

Culture Presse estime donc que cette crise industrielle appelle des mesures rapides si l'on ne veut pas voir la vente au numéro – ressource essentielle et premier baromètre de l'attractivité des titres de presse – périlcliter et entraîner la chute des éditeurs, déjà fragilisés par une crise de la ressource publicitaire, et surtout la disparition des 23 217 points de vente.

Une crise qui peut et doit être surmontée

Avant tout, Culture presse souhaite attirer l'attention du Conseil supérieur et de l'Autorité de régulation – mais également celle des acteurs de la filière et des pouvoirs publics – sur l'impact d'une absence de réponse à la crise actuelle sur le réseau de vente, et tout particulièrement sur les quelque 17 000 spécialistes indépendants.

Ceux-ci ne sont pas en situation d'absorber les effets d'une éventuelle défaillance des messageries, et tout particulièrement celle de Presstalis qui est leur premier fournisseur. Si les ventes des spécialistes se sont maintenues en 2017, alors que leur rémunération moyenne augmentait, nos commerces ne peuvent en aucun cas risquer de voir interrompues les livraisons de produits frais qui alimentent nos ventes de presse au-delà de quelques jours, pas plus qu'ils ne peuvent supporter l'absence de reprise – et de crédit – de leurs invendus. Faute de quoi, à la perte d'exploitation, il faudrait ajouter une perte de fréquentation dont les effets se feraient sentir sur la durée. Les autres activités de nos points de vente ne sauraient compenser ce manque à gagner. Sans parler de l'image négative de notre activité et de notre produit identificateur dans le public, et chez les acheteurs potentiels de points de vente lors d'une succession. Nous ne pouvons donc envisager un seul instant que des mesures ne soient pas prises et nous soutenons donc l'initiative présente du CSMP.

Soyons clairs. La question a pu être posée de savoir si cette crise structurelle des volumes ne rendait pas inutile la recherche de solutions. Notre organisation professionnelle ne partage pas du tout cette analyse. D'abord parce que la structure du marché change, et qu'elle est capable aussi de produire de la valeur. Ainsi, la tendance de la seule baisse des volumes ne doit pas être observée sans remarquer que le consommateur est prêt à acheter – moins souvent – mais plus cher, des produits de presse. L'investissement réalisé par la filière, dans un modèle spécialiste de points de vente est de ce point de vue un atout non négligeable pour une stratégie de rebond. En clair, un produit qui se vend au numéro à 4,5 millions d'exemplaires chaque jour d'ouverture dans un réseau accueillant plus de 10 millions de clients n'est pas mort, et le sauvetage de son système de distribution s'impose.

Il faut cesser de croire que la crise ne peut être surmontée. En revanche, elle nécessitera évidemment un changement de paradigme et une restructuration logistique et financière. De ce point de vue, Culture Presse a lu avec satisfaction que le Conseil supérieur se préparait à exiger dans un délai bref un projet de restructuration de la part des messageries ; projet auquel il propose d'assigner un certain nombre d'objectifs concrets.

Sur un tout autre plan, nous estimons que la presse remplit deux missions essentielles qui conduisent à la recherche impérative de solutions à la crise actuelle – une mission d’information politique et générale d’une part, contribuant à l’édification du citoyen – et d’autant plus à l’heure où circulent tant de *fake news* sur les supports digitaux. Mais aussi, et d’autre part, une fonction dans le domaine culturel, qui ne saurait être négligée. La liberté de la presse est non seulement un droit constitutionnel, mais également une mission culturelle d’intérêt public. Aussi, Culture Presse estime-t-elle que la recherche de mesures, fondée sur ces fondamentaux, est un impératif pour tous.

Une crise globale

Avant toute chose, Culture Presse affirme que la crise actuelle n’est pas « seulement une crise de Presstalis ». Réduire la focale à cette seule problématique conduirait à ne pas traiter la question de fond, au risque de simplement retarder – sans empêcher – un effondrement pourtant évitable.

S’il ne saurait être contesté que Presstalis est aujourd’hui au cœur du problème, et que sa situation est bien le déclencheur de la prise de conscience collective de la nécessité de réagir avec énergie, notre Organisation professionnelle n’en rappelle pas moins qu’il lui apparaît que le problème est global. Aux yeux des marchands, il ne présente guère d’intérêt de gloser indéfiniment sur les causes, voire sur les responsabilités, quand seules les solutions doivent mobiliser les énergies et les moyens.

Soyons clairs : il ne saurait être affirmé par quiconque que Presstalis n’a pas commis d’erreurs par le passé, ni que le modèle économique de la messagerie – assis sur les volumes distribués – n’est pas déséquilibré au regard de charges trop élevées, héritées de modèles du passé. Simplement, il ne nous apparaît pas utile, ici, et au regard de la question posée, de s’y appesantir, sinon pour affirmer la nécessité impérative d’une restructuration économique, financière et structurelle. Une restructuration qui n’a que trop tardé, faute d’avoir su privilégier les intérêts collectifs de préférence aux intérêts individuels.

De fait, nous estimons en tout état de cause que la distribution de la presse relève d’une logique collective, dont profitent les éditeurs lorsque les choses vont bien, et qu’elle mérite donc une réponse collective face aux défis du moment. Ceci autant pour des motifs juridiques que sur le plan des principes. Pour reprendre la formule du CSMP, dans son exposé, « la solidarité entre acteurs ne relève pas d’un libre choix de chacun, mais s’impose à eux ». Le système coopératif est collectif ou ne l’est pas. Il ne saurait être l’un ou l’autre, au gré des circonstances et des points de vue.

Enfin, notre organisation professionnelle ne se préoccupe pas de concurrence entre messageries. Elle a toujours affirmé que les marchands ne s’intéressent pas au choix de l’éditeur quant à l’entreprise qui le distribue, ou à la coopérative à laquelle il choisit d’adhérer. Du reste, ils ne sont en contact direct qu’avec le dépositaire – auquel le système a offert une exclusivité territoriale – qui leur livre dans le même flux – y

compris physiquement dans les mêmes bacs – et facture sur les mêmes documents indifféremment tous les titres. Aussi refusons-nous d’entrer dans le débat qui semble s’engager entre les deux messageries pour affirmer avec force qu’il y a une responsabilité collective dans la situation actuelle, que les éditeurs doivent regarder avec lucidité.

Nous ajoutons que personne ne doit méconnaître le risque que ferait courir une défaillance majeure de Presstalis sur l’ensemble des acteurs de la filière, compte tenu de son poids économique dans le secteur, mais aussi de l’interdépendance existant entre tous, et de la fragilité réelle de tous les acteurs.

En revanche, nous avons lu avec attention les conclusions de la Commission de suivi de la situation économique et financière des messageries (CSSEFM). Et nous relevons que, toutes proportions gardées naturellement, et en tenant compte de leurs poids respectifs, les deux messageries présentent une situation économique et financière préoccupante.

S’il convient de noter, avec la CSSEFM, que la situation consolidée du groupe MLP est sans commune mesure avec celle de Presstalis, et s’il faut lui donner acte des efforts de restructuration déjà engagés, il convient de noter avec la commission que ses capitaux propres consolidés restent négatifs, à hauteur de 8 millions d’€ avec une détérioration en 2017, que sa trésorerie reste très tendue, en dépit de la récupération des avances d’exploitation consenties jusqu’alors aux filiales Forum. Au-delà donc de l’interdépendance entre messageries déjà évoquée, nous relevons donc avec la CSSEFM que les MLP restent dans une situation de fragilité qui les rend vulnérables.

Une action du CSMP légitime et indispensable

La mission générale du Conseil supérieur, telle que définie dans la loi du 20 juillet 2011, est assez claire. Il doit assurer le bon fonctionnement du système coopératif de distribution. Pour lui permettre de remplir cette mission, la Loi a décidé que l’ensemble des parties intéressées y siègerait.

La crise actuelle est de nature à nuire à ce bon fonctionnement. Pour le moins. Il apparaît donc légitime que le Conseil supérieur se saisisse de la question et qu’il soumette au vote de son assemblée générale des mesures afin de contribuer à apporter une réponse aux difficultés rencontrées. D’évidence, la loi n’offre pas au Conseil d’autre alternative que celle d’agir, et nous serions tous fondés à lui reprocher de ne pas le faire.

Alors que d’autres contributions mettront sans doute en cause la légitimité de l’action du Conseil supérieur, voire son impartialité, notre Organisation professionnelle rappelle qu’elle ne partage pas du tout ces préventions d’un autre temps, et qu’elle s’en tiendra à l’analyse juridique intéressante et édifiante de la Cour d’appel de Paris, dans son arrêt du 13 juin 2013 (pièces jointes à l’appel à contribution). En effet, le législateur a su construire un mécanisme de régulation original, qui ne permet pas d’analyser l’action du Conseil sans observer celle de l’Autorité de régulation (ARDP) – autorité administrative indépendante – qui, seule, et dans le cadre de pouvoirs

étendus peut rendre exécutoire les décisions normatives du Conseil. Dès lors, et considérant à la fois la nature et la composition de l'ARDP, Culture Presse considère ce débat comme non fondé.

Partie 2 – Allongement des préavis

Contexte et opportunité, ce qu'il faut retenir :

La réalité de la crise actuelle ne saurait être contestée, non plus que sa gravité. Pour autant, notre secteur conserve des atouts – et parmi eux un socle de marchands spécialistes – et il peut trouver les voies d'un redressement. La crise est globale et dépasse largement le cadre de la seule Presstalis – les deux messageries se trouvant dans une situation préoccupante. L'action présente du Conseil supérieur est donc légitime et indispensable.

La première mesure envisagée par le Conseil supérieur, en vue de redresser le système collectif de distribution de la presse, consisterait à proroger temporairement la durée de préavis à respecter par les éditeurs qui envisagent de retirer la distribution d'un titre à une messagerie, au profit d'une autre, ou à se retirer entièrement d'une société coopérative de messagerie dont ils sont associés. Il s'agirait ici de modifier la décision 2012-01 du CSMP, rendue exécutoire par l'ARDP, en allongeant tous les délais de préavis d'une durée de 6 mois.

Régulation des préavis, un principe déjà reconnu

Comme dans toute relation commerciale, celle qui unit l'éditeur à la coopérative et, partant, à la société de messagerie, qu'il a choisies pour assurer la distribution de son ou de ses titres peut évidemment être dénoncée. En l'absence d'un monopole établi par la loi (sinon au profit de la forme coopérative en l'espèce) c'est là une évidence qui n'est pas niée. L'éditeur est donc libre de son choix, et de la réversibilité de celui-ci à tout moment.

Le Code de commerce, qui pose ce principe d'une manière générale pour l'ensemble des contrats entre professionnels n'a pas manqué de consacrer ce droit, mais également de l'organiser afin de sécuriser les deux parties au contrat. Sans entrer plus dans les détails, on retiendra que la durée des préavis tient compte de l'ancienneté de la relation commerciale, mais également du poids économique de l'activité résiliée dans l'économie de celui qui se prévaut du préavis. La jurisprudence a consacré la notion de rupture brutale, y compris face à des préavis pourtant inscrits dans les contrats et retenu la notion d'usages professionnels.

Dans notre filière, la question s'était posée en 2012, et le Conseil supérieur, appliquant les règles du droit commercial commun, avait mis en œuvre ces mêmes principes pour codifier les délais de la rupture, en les harmonisant pour toutes les coopératives. A nos yeux, cette décision était utile et plaçait l'ensemble des messageries dans une situation égale. Les flux de transfert de l'une vers l'autre -ayant

connu des directions différentes depuis – nous apparaissent avoir démontré l'équité de la mesure.

Un débat clos, sur le plan du droit.

Notre métier n'échappe pas à la tentation de débattre de manière cyclique de débats pourtant déjà clos, et nous ne doutons pas que la question de la légitimité de la régulation des préavis sera à nouveau soulevée à l'occasion du débat actuel. Culture Presse estime pourtant que seuls devraient nous intéresser les débats encore ouverts, par souci d'efficacité.

Ainsi, on rappellera utilement que les MLP ayant contesté à la fois la légitimité du CSMP et de l'ARDP à prendre une décision en matière de préavis, et la mesure elle-même, la Cour d'appel de Paris a tranché ce débat en faveur du CSMP. Elle a ainsi établi que la décision du CSMP rendue exécutoire par l'ARDP n'avait pas lieu à être annulée, mais également que les principes qui avaient été retenus dans la décision étaient parfaitement valables sur le plan juridique. Elle ajoutait que cette décision avait vocation à s'imposer aux acteurs de la distribution, en modifiant les dispositions retenues par les coopératives elles-mêmes. Ce débat est donc tranché.

Une proposition opportune

Evidemment, cette mesure, à elle seule, n'est pas de nature à assurer le redressement du système coopératif. Tout le monde devrait en convenir. Nous estimons, en revanche, qu'elle est de nature à stabiliser et sécuriser les plans de redressement que les messageries doivent conduire, sur les plans industriels, financiers et structurels.

Face à la situation actuelle, il nous apparaît intéressant de donner de la visibilité aux messageries sur un plus long terme, en matière de ressources. Et surtout, de ne pas les déstabiliser pendant la période qu'elles doivent consacrer à l'élaboration de leurs plans de restructuration.

Il nous semble évident que cette mesure peut également conduire à calmer les esprits, alors que des mesures exceptionnelles ont été prises sous la pression de la nécessité, et que d'autres pourraient être prises dans chaque messagerie, le temps de s'inscrire dans un processus de restructuration pérenne. Outre l'accentuation de l'effet déstabilisant que cela induirait, il ne semble pas que cela soit l'intérêt des éditeurs eux-mêmes qui, ainsi pourront prendre des décisions sereinement, à la lumière de la restructuration envisagée. Enfin, nous tenons à souligner à nouveau qu'un effet accélérateur des difficultés de Presstalis doit être évité, compte tenu de l'impact que sa défaillance pourrait avoir sur l'ensemble des acteurs de la filière, et tout particulièrement sur les marchands.

Une proposition mesurée et temporaire

La mesure proposée consiste en un allongement temporaire, et non en un relèvement pérenne des durées de préavis. En cela, elle est tout à fait mesurée, et adaptée aux circonstances particulières qui conduisent à agir. Aux yeux de notre Organisation

professionnelle, cette mesure s'inscrit donc bien dans le tempo de la restructuration à conduire.

Nous sommes également très sensibles à cet aspect limité dans le temps, considérant que rien, pour l'instant ne semble conduire à fixer durablement les délais de préavis au-delà des durées fixées dans la décision 2012-01.

Une durée uniforme de 6 mois de prorogation de chacun des préavis existants nous semble également de nature à préserver à la fois la liberté de choix des éditeurs et les impératifs du moment.

Nous estimons que la situation financière et économique des deux messageries est suffisamment préoccupante pour que la mesure envisagée s'applique aux préavis en cours, comme cela est proposé par le CSMP dans son appel à contribution. En effet, il nous apparaît indispensable de veiller à ce qu'aucune nouvelle déstabilisation sur le court terme ne vienne empêcher le redressement attendu. S'agissant d'une solution temporaire, il ne sera ainsi pas mis obstacle à l'exercice d'une saine concurrence sur la durée.

Toutes ces considérations nous conduisent donc à soutenir le principe d'une mesure ponctuelle et raisonnable.

Mesure d'allongement des préavis, ce qu'il faut retenir :

Le principe du respect de préavis modulés est inscrit dans les relations entre contractants professionnels. Depuis 2012 ce principe est transposé dans notre secteur, et ceci en conformité incontestable avec le droit objectif. La proposition visant à donner de la visibilité à chaque messagerie et à chaque éditeur – comme le temps d'organiser les plans de restructuration – apparaît opportune. D'autant que la mesure est limitée et temporaire, et qu'elle est neutre puisque pouvant profiter en miroir aux deux messageries. L'application aux préavis en cours permet d'éviter toute détérioration brutale de la situation : Culture Presse soutient cette proposition.

Partie 3 – Contribution exceptionnelle

La seconde mesure envisagée par le Conseil supérieur, en vue de redresser le système collectif de distribution de la presse, consisterait à consolider le financement d'un plan industriel de restructuration au travers d'une contribution exceptionnelle des éditeurs. Il s'agirait ici essentiellement d'instaurer une contribution à hauteur de 2,25% sur les ventes en montant fort, pendant neuf semestres.

Un besoin de financement avéré et collectif.

Sans revenir sur les éléments constitutifs de la crise actuelle, déjà largement évoqués dans la première partie de cette contribution, il convient d'éviter à l'avenir que les mesures de restructuration du niveau 1 soient autofinancées, en alourdissant une fois de plus le niveau des capitaux propres négatifs.

La situation actuelle relevant d'une responsabilité collective, allant bien au-delà des actionnaires ou des gérants de la seule Presstalis, il ne peut évidemment être question d'attendre de l'Etat qu'il assume seul le besoin de financement. Si la nature particulière du produit distribué rend indispensable le soutien de l'Etat, il ne saurait se mettre en œuvre dès lors que les éditeurs, actionnaires, gestionnaires et clients de messageries ne commenceraient pas par contribuer eux-mêmes au redressement de leur propre système de distribution.

Pour ces raisons, Culture Presse, au nom des commerçants indépendants de la presse, estime légitime de requérir les éditeurs pour financer, exceptionnellement et ponctuellement leur système de distribution au numéro, indispensable à leur modèle économique, et dont les volumes accusent une baisse tendancielle.

Le cadre collectif de la distribution coopérative impose des solutions collectives. Les deux messageries se trouvent par ailleurs dans une situation préoccupante. La défaillance de Presstalis aurait des conséquences graves par effet de cascade sur l'ensemble de la filière, et sur MLP elle-même. Il nous apparaît incontestable que c'est l'ensemble des acteurs de la distribution qui doivent réaliser un effort commun pour assurer l'avenir de tous.

Nous relevons, du reste, que si cette mesure est destinée à s'inscrire dans un cadre collectif, chaque messagerie retiendra, pour financer son propre plan, les sommes versées ainsi par ses éditeurs. De ce point de vue, il convient de souligner qu'il ne s'agit aucunement ici d'instaurer une péréquation, ou de faire financer le redressement d'une messagerie par les éditeurs d'une autre. Un point qui apparaît pertinent, aux yeux de Culture Presse.

Une supposée atteinte au pluralisme : un alibi contestable.

Personne, pas plus Culture Presse que quiconque, ne peut ignorer que certains éditeurs pourront être mis en difficulté par ce besoin de financement qui s'ajoute à la crise de la publicité. C'est évidemment regrettable, mais cela ne saurait constituer une raison de ne rien faire, au risque de laisser disparaître un système de distribution indispensable et dans une situation de fragilité généralisée. Ainsi, une minorité d'acteurs fragilisés empêcheraient-ils le sauvetage du plus grand nombre ; ce que

nous dénonçons plus haut. Une hypothèse inacceptable pour le réseau des commerçants de la presse.

Du reste, on relèvera que la contribution proposée reste limitée à 2,25 % des ventes et – évidemment – qu'elle est proportionnelle au niveau d'activité de chacun.

Prétendre qu'une telle mesure de sauvegarde constituerait une atteinte au pluralisme est, à nos yeux, difficile à admettre, pour les raisons qui précèdent, d'abord. Ensuite, parce qu'avec quelque 6 000 références de produits distribués par les messageries – une soixantaine de titres IPG, puis en nombre à peu près équivalent des titres de presse ayant obtenu la commission paritaire ou pas – le risque que quelques défaillances constitue un naufrage pour le pluralisme et la liberté de la presse apparaît au mieux fantaisiste. Et plus encore au regard de l'enjeu collectif qui doit mobiliser la filière.

Au contraire, la sauvegarde du système collectif qui doit en résulter constitue une protection pour les éditeurs, et une assurance de leur accès à un système de distribution approprié, et notamment pour ceux qui éditent des titres à centre d'intérêt et à faible diffusion.

Un financement accompagnant l'indispensable restructuration.

La mesure exceptionnelle envisagée doit accompagner une restructuration ambitieuse et, cette fois, dimensionnée à la hauteur de l'enjeu. Culture Presse a noté avec intérêt que le Conseil supérieur inscrit cette proposition dans un cadre plus large de restructuration de l'ensemble des messageries et nous estimons qu'il est effectivement indispensable de ne pas se contenter de demander aux éditeurs de combler le besoin actuel.

Le Conseil envisage donc de prendre une décision imposant aux messageries de présenter un plan de restructuration assorti d'objectifs précis. Il renforce donc à nos yeux la légitimité de la mesure envisagée sur le financement – et nous saluons cette initiative.

De fait, il s'agit moins d'imposer ici l'écriture d'un plan, que de s'assurer que le plan de redressement de chaque messagerie – et de ses filiales, puisqu'il est indispensable de raisonner en périmètre consolidé – est bien dimensionné au regard de l'enjeu, et sur la durée. Et ensuite, de mettre les éditeurs en situation de financer le plan de leur propre messagerie sur toute sa durée, grâce à la mesure envisagée.

Incidemment, la question pourrait être posée du niveau de contribution exceptionnelle demandée. Fixée dans le projet à 2,25% des ventes montant fort. Sur ce sujet, nous n'avons pas d'avis particulier, faute d'éléments nous permettant d'en mesurer la pertinence. Compte tenu du chiffre d'affaires actuel de la filière, ce montant ne nous apparaît pas a priori disproportionné – il pourra sans doute être réévalué à la lumière des plans de restructuration présentés, ou prorogé s'il en était besoin. Culture Presse ne discutera donc pas ce point de détail et accordera sa

confiance aux travaux préparatoires qui ont sans nul doute conduit à retenir ce niveau de contribution exceptionnelle.

Le CSMP envisage d'imposer un délai de trois mois pour présenter des plans de restructuration. Compte tenu de l'urgence qui commande une réaction rapide, notre Organisation professionnelle approuve cette exigence.

Ceci posé, et compte tenu du besoin de prévisibilité pour assurer le succès des deux plans de restructuration, Culture Presse soutient également la dernière proposition du Conseil en matière de préavis. Il s'agit d'assurer à chacune des messageries une visibilité à moyen terme en décidant qu'un éditeur ou un titre qui changerait de messagerie pendant la durée du plan resterait redevable de cette contribution exceptionnelle auprès de sa messagerie d'origine : celle à laquelle il confie sa distribution au moment de l'établissement des plans de restructuration.

Cette proposition nous semble confirmer le caractère séparé des contributions apportées à chaque messagerie par ses propres éditeurs. Elle renforce donc notre vision d'un projet équitable, qui s'avère loin de receler une péréquation.

Cette mesure, non seulement coule de sens, mais elle nous apparaît devoir bénéficier à chacune des deux messageries de manière égale dans la durée. On rappellera utilement que l'allongement et la modulation des délais de préavis auront ainsi bénéficié successivement à chacune des messageries sur la durée - il n'y a aucune raison a priori pour que ce ne soit pas le cas ici.

Une proposition sur les comptes courants d'associés.

Culture Presse salue la proposition faite aux éditeurs, et notamment à ceux qui représentent les plus forts chiffres d'affaires, de contribuer par anticipation au besoin de financement du plan de restructuration de la messagerie à laquelle ils ont confié la distribution de tout ou partie de leurs titres, en réalisant une avance en compte courant d'actionnaire.

Il importe en effet de faciliter la restructuration en consolidant tout de suite les capacités de financement des messageries, et d'agir parallèlement sur la trésorerie, afin de faciliter et d'accélérer le redressement attendu.

Sans commentaires particuliers sur le détail des modalités proposées pour la mise en œuvre et l'encadrement de cette mesure, qui nous apparaissent adaptées et équitables, Culture Presse encourage un maximum d'éditeurs à s'engager dans cette démarche au bénéfice de tous, dans un esprit coopératif qui doit prédominer.

D'évidence, la rémunération des comptes courants d'associés doit être considérée comme légitime si elle peut conduire un maximum d'éditeurs à s'engager dans ce qui constitue une avance d'exploitation et de trésorerie. Il y aurait ainsi un avantage à « devancer l'appel » en s'engageant massivement dès le départ du plan. Les éditeurs volontaires se trouvant ainsi privés eux-mêmes de cette ressource, se verraient alors compenser une partie de leur effort. Il va de soi qu'il ne s'agit pas ici de s'enrichir, et que le taux de rémunération devra être strictement encadré, ainsi que les conditions de sortie. L'opération doit pouvoir être ouverte à tout éditeur qui en ferait la demande, et les sommes immobilisées devraient sans doute relever du même statut que celles qui seront versées mensuellement par les autres éditeurs.

Mesure instaurant une contribution exceptionnelle, ce qu'il faut retenir :

Le besoin de financement est incontestable. La situation actuelle relève d'une responsabilité collective et il appartient aux éditeurs de financer la restructuration de leur outil de distribution, avec l'aide le cas échéant des pouvoirs publics. Toutes les messageries sont également concernées : à cadre et problématique collectifs, réponses collectives.

Culture Presse relève que la solution proposée permet de réserver à chaque messagerie la contribution de ses éditeurs et s'en félicite. Si l'effort est douloureux, voire s'il devait à la marge conduire à la disparition de quelques titres, il n'en est pas moins indispensable. Il n'y a ici aucun risque réel sur le pluralisme de la presse française.

Le financement proposé est évidemment indissociable d'un plan ambitieux de restructuration que seul le CSMP est légitime à imposer – et dans un délai bref. Par ailleurs, Culture Presse encourage les éditeurs qui le peuvent à saisir la proposition qui leur est faite en matière de comptes courants d'associés

Conclusion

Culture Presse soutiendra les mesures proposées lors de l'assemblée générale du Conseil supérieur qui aura à en décider. Les diffuseurs de presse, qu'elle représente, seront rassurés de voir que la profession s'engage dans un plan ambitieux de redressement, stabilisé et financé. Elle tient à manifester sa confiance dans l'avenir et exhorte l'ensemble des acteurs de la distribution à s'engager résolument dans une démarche collective, au-delà des clivages et des antagonismes afin d'assurer notre avenir commun.

Notre Organisation professionnelle salue le sens des responsabilités manifesté par le Conseil supérieur, à nouveau. Elle y voit un nouveau signe de la modernité du système dual de régulation mis en œuvre par la loi de 2011 autour de l'Autorité de régulation et le Conseil.

Culture Presse appelle tous les acteurs de la distribution à tenir compte des risques que la situation fait peser sur son réseau de spécialistes indépendants. Le sauvetage

du système de distribution, auquel les mesures proposées nous semblent contribuer, est essentiel à la pérennité de nos entreprises, qui conditionne l'avenir de la presse vendue au numéro et de son pluralisme. A l'heure de prendre des décisions, les attentes des commerçants de la presse doivent être impérativement considérées.