

## **Résumé de la contribution de Culture Presse à la consultation du CSMP**

\*\*

Portée par le président de Culture Presse, Daniel Panetto, cette contribution vise à exprimer les attentes du réseau des marchands de presse, dans le contexte actuellement très tendu de la filière presse, et vis-à-vis des mesures exceptionnelles envisagées par le Conseil supérieur pour redresser notre système collectif de distribution.

### I. Eléments de contexte et attentes des marchands de presse

Avant toute chose, quelques éléments de contexte sont indispensables. La filière de la distribution connaît actuellement une crise grave, de nature industrielle, et qui se distingue de la situation des éditeurs, mais aussi de celle des diffuseurs. La crise des messageries et notamment de Presstalis s'explique d'abord par une baisse des ventes en volume, et dans une moindre mesure, par une diminution du nombre de points de vente (principalement sous l'effet du prix élevé du foncier, et selon une tendance globale du commerce de détail).

Toutefois, Culture Presse fait remarquer que le seul prisme de la crise des volumes n'est pas suffisant pour analyser la situation présente. Il faut prendre en compte le fait que le chiffre d'affaire moyen des spécialistes indépendants, qui structurent largement le réseau des diffuseurs, baisse beaucoup moins vite (-0,95% en 2017). Et que le marché change, avec des consommateurs prêts à acheter plus cher, moins souvent.

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. 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, Culture Presse n'en rappelle pas moins que le problème est global. Il ne s'agit évidemment pas d'oublier que Presstalis a commis des erreurs par le passé. Et que son modèle économique, assis sur les volumes distribués, est clairement déséquilibré au regard de charges trop élevées, héritées de modèles obsolètes. Mais ces considérations doivent au contraire montrer qu'une action de restructuration forte et rapide est cruciale à ce stade.

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, ses capitaux propres consolidés restent négatifs à hauteur de 8 Millions € avec une détérioration en 2017, et sa trésorerie reste très tendue. Au-delà donc de l'interdépendance entre messageries, nous relevons que les MLP restent dans une situation de fragilité qui les rend aussi vulnérables.

Enfin, 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. 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. L'action du CSMP est dans ce cadre légitime et indispensable.

## II. Avis sur la 1<sup>ère</sup> mesure envisagée par le CSMP

La 1<sup>ère</sup> mesure envisagée par le CSMP consiste 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.

Si cette mesure, à elle seule, n'est pas de nature à assurer le redressement du système coopératif, elle permet une sécurisation des plans de redressement des messageries. Rappelons que 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. Il ne sera ainsi pas mis obstacle à l'exercice d'une saine concurrence sur la durée. Culture Presse soutient donc cette mesure.

## III. Avis sur la 2<sup>nde</sup> mesure

La 2<sup>nde</sup> mesure proposée par le Conseil supérieur consiste 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.

La situation actuelle relevant d'une responsabilité collective, allant bien au-delà des actionnaires ou des gérants de la seule Presstalis. L'Etat ne peut assumer seul le besoin de financement : son soutien est indispensable, mais pas sans un effort partagé. Les éditeurs, qui sont les actionnaires, gestionnaires et clients des messageries, contribueraient ainsi eux-mêmes au redressement de leur propre système de distribution.

Culture Presse estime légitime de requérir les éditeurs pour financer, exceptionnellement et ponctuellement, leur système de distribution au numéro, indispensable à leur modèle économique.

De plus, 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 donc aucunement d'instaurer une péréquation, ou de faire financer le redressement d'une messagerie par les éditeurs d'une autre.

Par ailleurs, en ce qui concerne l'argument d'une atteinte au pluralisme, Culture Presse, pas plus 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. Bien que regrettable, cela ne saurait constituer une raison de ne rien faire, au risque de laisser disparaître notre système de distribution. Ainsi, une minorité d'acteurs fragilisés empêcheraient-ils le sauvetage du plus grand nombre. 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.

Ensuite, avec quelques 6 000 titres – dont une 60<sup>aine</sup> de titres IPG – le risque que quelques défaillances constituent un naufrage pour le pluralisme et la liberté de la presse apparaît comme un argument qui ne tient pas la route.

A cette mesure de financement est assortie l'obligation pour les messageries de présenter leur plan de redressement rapidement (dans les trois mois), que Culture Presse considère comme un renforcement de la légitimité de la contribution demandée aux éditeurs.

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.

#### IV. Conclusion

A l'heure de prendre des décisions, les attentes des marchands de presse doivent être impérativement considérées. Culture Presse rappelle que les marchands de journaux figurent parmi les acteurs concernés au premier chef par l'avenir du système de distribution. Leur avis et leurs attentes sont donc cruciales pour espérer remettre d'aplomb un système aujourd'hui au bord de l'effondrement.

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.