



**Avis n° 12-A-25 du 21 décembre 2012**  
**relatif à la prise en compte des surcoûts dits historiques dans le**  
**système de péréquation entre coopératives de messageries de presse**

L'Autorité de la concurrence,

Vu la lettre, enregistrée le 5 octobre 2012 sous le numéro 12/0087A par laquelle l'Autorité de régulation de la distribution de la presse (ci après « ARDP ») a saisi l'Autorité de la concurrence d'une demande d'avis concernant la prise en compte des surcoûts historiques dans le mécanisme de péréquation tarifaire mis en place entre coopératives de messageries de presse ;

Vu la lettre, enregistrée le 5 octobre 2012 sous le numéro 12/0088A par laquelle le Conseil supérieur des messageries de presse (ci après « CSMP ») a saisi l'Autorité de la concurrence d'une demande d'avis concernant la prise en compte des surcoûts historiques dans le mécanisme de péréquation tarifaire mis en place entre coopératives de messageries de presse ;

Vu la décision du 9 octobre 2012 par laquelle la rapporteure générale adjointe a procédé à la jonction de l'instruction de ces deux demandes d'avis ;

Vu le traité sur le fonctionnement de l'Union européenne ;

Vu le livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence ;

Vu la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 relative au statut des entreprises de groupage et de distribution des journaux et publications périodiques, dans sa version consolidée au 22 juillet 2011, et notamment son article 18-8 ;

Vu l'avis de l'ARDP du 20 novembre 2012 ;

Vu les autres pièces du dossier ;

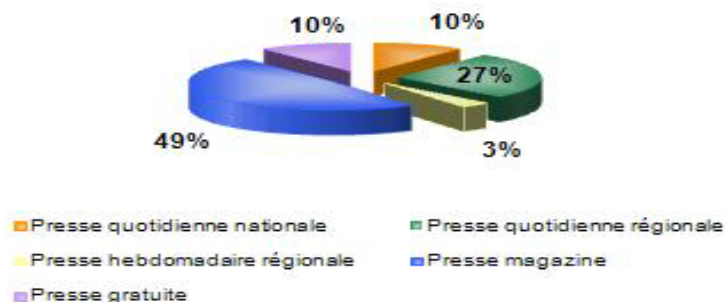
La rapporteure, la rapporteure générale adjointe, le commissaire du Gouvernement, l'ARDP, le CSMP, la Coopérative des magazines et la Coopérative des quotidiens de Presstalis, Presstalis, les Messageries Lyonnaises de Presse, le Syndicat des éditeurs de la presse magazine (SEPM) et le Syndicat de la Presse quotidienne nationale (SPQN) entendus lors de la séance de l'Autorité de la concurrence du 13 décembre 2012 ;

Est d'avis de répondre aux demandes présentées dans le sens des observations qui suivent :

1. Les lecteurs de presse ont le choix entre acheter leurs journaux et magazines chez les diffuseurs (vente au numéro) ou souscrire des abonnements auprès des éditeurs. Dans ce dernier cas, la presse peut être portée ou postée. Le présent avis concerne le système de distribution de la presse par vente au numéro.

## I. La distribution de la presse en France

2. La loi n° 47-585 du 2 avril 1947 relative au statut des entreprises de groupage et de distribution des journaux et publications périodiques dite loi Bichet organise la distribution de la presse en conférant 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 assurer 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 leur comptabilité.
3. Depuis les modifications législatives opérées par la loi n° 2011-852 du 20 juillet 2011 relative à la régulation du système de distribution de la presse dite loi Legendre, les éditeurs peuvent également se passer des messageries pour livrer directement les dépositaires. La mise en œuvre de cette nouvelle faculté suppose l'édiction, par le CSMP, des modalités de cette livraison directe, ce qu'il n'a pas encore fait.
4. Il convient de distinguer quatre grands types de presse : la presse quotidienne nationale (PQN), la presse régionale, la presse magazine, et la presse gratuite. La PQN et la presse magazine, destinées par nature à être distribuées sur la totalité du territoire français, font appel au système de distribution par des coopératives, qui assurent la couverture du maillage national avec une très forte capillarité. La presse gratuite utilise ses propres modes de distribution, tout comme la presse régionale, qui n'a pas besoin d'être distribuée dans la totalité du territoire.
5. Le chiffre d'affaires réalisé par la presse nationale est réparti de la façon suivante en fonction des catégories (source CSMP) :



6. La distribution de la presse nationale au numéro fait intervenir trois niveaux :
- Niveau 1 : les sociétés coopératives et les sociétés commerciales de messageries de presse
  - Niveau 2 : les dépositaires de presse (grossistes)
  - Niveau 3 : les diffuseurs de presse (détaillants - marchands de journaux)



- Source CSMP

7. Il existe trois coopératives de distribution de la presse : la Coopérative des quotidiens, la Coopérative des magazines, qui détiennent à elles deux la société Presstalis, et les Messageries Lyonnaises de Presse (ci-après « MLP »).
8. La société commerciale Presstalis, détenue à 75 % par la Coopérative des magazines et à 25 % par la Coopérative des quotidiens, assure seule la distribution des quotidiens et distribue également 64 % des titres magazines et 62 % des références hors presse (produits multimédias, encyclopédies, assimilés librairie et para papeterie). Elle met en circulation plus de 3 700 titres en France et à l'étranger. Les deux coopératives regroupent 504 éditeurs au 1<sup>er</sup> octobre 2012. En 2011, Presstalis a réalisé un chiffre d'affaires de 178 millions d'euros.
9. Les MLP quant à elles assurent la distribution de 36 % des titres magazines et de 38 % des références hors presse. Elles mettent en circulation plus de 2 000 titres et regroupent 533 éditeurs de presse. En 2011, les MLP ont réalisé 68 millions d'euros de chiffre d'affaires.
10. La loi Bichet organise la distribution de la presse en France autour d'une liberté contrôlée, d'une égalité face à la distribution et d'une solidarité entre les éditeurs. Ainsi,
- doit obligatoirement être admis dans la société coopérative de messagerie de presse tout journal ou périodique qui offrira de conclure avec la société un contrat de transport (ou de groupage et de distribution) sur la base du barème des tarifs (article 6) ;

- l'administration et la disposition des biens des sociétés coopératives de messageries de presse appartiennent à l'assemblée générale à laquelle tous les sociétaires ont le droit de participer. Quel que soit le nombre de parts sociales dont il est titulaire, chaque sociétaire ne pourra disposer, à titre personnel, que d'une seule voix dans les assemblées générales (article 10) ;
  - le barème des tarifs de messagerie est soumis à l'approbation de l'assemblée générale. Il s'impose à toutes les entreprises de presse clientes de la société coopérative (article 12) ;
  - les excédents nets résultant de la gestion et non réinvestis en matériel d'exploitation sont, pour chacun des exercices, répartis entre les associés au prorata des chiffres d'affaires réalisés par chaque associé avec la société coopérative (article 13).
11. Il résulte de ces dispositions que c'est l'éditeur qui décide du nombre d'exemplaires et des diffuseurs à distribuer, que les coopératives ne peuvent pas refuser un éditeur, que les barèmes sont les mêmes pour tous les éditeurs, et que les barèmes sont proposés par les messageries et adoptés par l'assemblée générale d'éditeurs de la coopérative dans les conditions de vote ci-dessus rappelées.

## **II. Les difficultés financières de Presstalis**

12. Presstalis distribue aussi bien la presse quotidienne nationale que la presse magazine. Les MLP quant à elles ne distribuent que des magazines.
13. La distribution de la presse quotidienne nationale étant structurellement déficitaire, du fait des contraintes qu'implique le traitement des « flux chauds », et du fait des coûts qu'implique le statut d'ouvrier du livre dont bénéficie le personnel de Presstalis contrairement à celui des MLP, Presstalis compensait en partie les pertes subies sur la distribution de la presse quotidienne nationale par les recettes tirées de la presse magazine.
14. Les MLP ne distribuant pas la presse quotidienne nationale, ses barèmes sur la presse magazine sont globalement plus attractifs que ceux de Presstalis. Face aux difficultés financières de la filière et de Presstalis en particulier, plusieurs éditeurs de presse magazine ont souhaité quitter Presstalis pour rejoindre les MLP, ce qui a aggravé la situation de Presstalis.
15. Par décision n° 2012-01 du 21 février 2012, le CSMP a augmenté les délais de préavis pour le passage d'une messagerie à une autre. Les nouveaux délais varient en fonction de l'ancienneté dans la messagerie et de l'importance du tirage de la publication ; ils peuvent aller jusqu'à 12 mois. Cette décision fait l'objet d'un recours devant la cour d'appel de Paris.
16. A l'automne 2011, la trésorerie de Presstalis s'est trouvée dans une situation critique, ce qui a entraîné la nomination d'un mandataire ad hoc, chargé de trouver les voies d'un redressement pérenne à défaut duquel le redressement judiciaire, voire la liquidation judiciaire de Presstalis, apparaissait inéluctable avec, compte tenu des flux financiers en cause, des conséquences sur l'ensemble de la filière, voire des MLP elles-mêmes.

17. La prise de conscience de l'effet domino que pouvait créer la faillite de Presstalis a accéléré les réflexions qui étaient à l'œuvre sur la réforme de l'ensemble du système de distribution et notamment sur la façon de réaliser des économies dans la filière.

### **III. La péréquation financière entre coopératives**

18. La péréquation financière entre coopératives a pour conséquence de faire participer les MLP, conformément au principe de solidarité énoncé par la loi Bichet, aux surcoûts liés à la distribution des quotidiens, qui sont supportés aujourd'hui par Presstalis seule. En effet, Presstalis étant la seule messagerie distribuant la presse quotidienne nationale, elle encourt des coûts que les MLP ne supportent pas.
19. La raison principale permettant de justifier cette péréquation, qui fait supporter aux éditeurs de presse magazine certains coûts de distribution de la presse quotidienne nationale, est que la presse magazine bénéficie de la qualité d'un réseau qui, historiquement, s'est développé pour les besoins des quotidiens. Ce réseau permet en effet aux quotidiens d'être livrés dans des délais très brefs depuis les imprimeries jusqu'aux points de vente finals en passant par les dépôts régionaux, dans une organisation en flux tendus. L'existence de ce réseau permet aux magazines, dont les volumes ont historiquement connu une forte progression, de bénéficier d'un certain nombre d'avantages tout au long de la chaîne logistique.
20. Il convient de signaler qu'au moment de la mise en place de la loi Bichet en 1947, il y avait 145 quotidiens et 20 magazines. Le système coopératif visait à permettre une diffusion large de toutes opinions indépendamment de la taille de l'éditeur ou de l'importance du tirage. Le système a été complètement bouleversé depuis 1947. En effet, il ne subsiste aujourd'hui que 13 titres quotidiens contre plus de 5 000 titres magazines, qui profitent du réseau très coûteux mis en place pour la diffusion des quotidiens.
21. Au niveau 2, les avantages que les magazines tirent des synergies opérationnelles apparaissent clairement, puisque les flux de presse quotidienne et de presse magazine sont traités dans les mêmes dépôts et transportés par des vecteurs communs vers les diffuseurs, ce qui permet des économies de coûts fixes substantielles. Les quotidiens et les magazines bénéficient les uns comme les autres du partage de ces coûts fixes.
22. Au niveau 3, les magazines bénéficient également de la présence des quotidiens dans les points de vente. En effet, cette présence entraîne une fréquentation plus importante des points de vente et génère des ventes concomitantes de magazines, même si l'ampleur de ces effets ne peut être évaluée, faute d'études marketing approfondies. Par ailleurs, la présence des quotidiens peut être à l'origine d'un élargissement du réseau de diffuseurs ; l'effet d'une capillarité accrue est toutefois ambigu, car si elle permet des ventes supplémentaires de magazines, elle génère également des coûts logistiques additionnels substantiels.
23. Au niveau 1, les flux ne sont pas mutualisés, aucune synergie opérationnelle ne permettant de justifier le rassemblement de la distribution de la presse quotidienne nationale et de la presse magazine. En effet, en raison notamment des délais de distribution, la presse magazine et la PQN n'ont pas les mêmes contraintes d'impression et de transport, ce qui justifie leur traitement dans des centres différents. Il convient toutefois de souligner que si

les avantages obtenus aux niveaux 2 et 3 contribuent au développement des magazines, ils génèrent des volumes additionnels au niveau 1. Autrement dit, si les magazines ne bénéficiaient pas de ces avantages aux niveaux inférieurs, l'activité de messagerie pour les seuls magazines au niveau 1 ne pourrait probablement pas subsister. En ce sens, l'ensemble de la filière de messagerie de magazines bénéficie d'externalités positives liées au caractère structurant du réseau conçu pour la presse quotidienne.

24. Ce constat est partagé par l'ensemble des acteurs du secteur. Le principe d'une contribution des magazines à l'activité de messagerie de quotidiens, proposé pour la première fois dans le rapport demandé au président de l'Autorité de la concurrence lors des Etats généraux de la presse, dit « *rapport Lasserre* », est lui aussi globalement accepté. Or, actuellement, la comptabilité analytique de Presstalis révèle que la coopérative de distribution des magazines de Presstalis subventionne en partie le déficit lié à la distribution des quotidiens, par le biais d'une péréquation implicite. En revanche, les éditeurs de magazines clients de MLP ne participent nullement à la couverture des coûts de distribution des quotidiens, MLP ne distribuant pas de quotidiens.
25. En suivant les préconisations du rapport Lasserre, le CSMP a opté, par décision n° 2011-03 du 22 décembre 2011, pour un mécanisme de péréquation inter-coopératives visant à « *répartir entre toutes les entreprises de presse adhérant aux coopératives, 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* ».
26. Pour ce faire, il a chargé le cabinet Mazars, par lettre du 6 avril 2012, de rédiger un rapport évaluant les surcoûts spécifiques liés aux contraintes propres à la distribution de la presse quotidienne, en retraitant les coûts qui, à l'évidence, découleraient de lourdeurs administratives et logistiques ou seraient dépourvus de justification économique (qualifiés de surcoûts historiques), et proposant un mécanisme de péréquation.
27. Le rapport du cabinet Mazars (ci-après « *rapport Mazars* »), rendu le 20 juillet 2012, évalue le surcoût de niveau 1 attribuable spécifiquement au caractère quotidien de la distribution de journaux, et repose sur la méthode des coûts évitables. Cette méthode permet de calculer les coûts qui seraient évités par Presstalis, au niveau 1, si les flux de quotidiens étaient traités comme des flux de magazines et non pas en « *flux chauds* », ce qui exige notamment le travail de nuit, le travail du dimanche, la présence d'équipes supplémentaires pour faire face au pic d'activité nocturne, des transports additionnels et des schémas logistiques spécifiques pour répondre aux exigences de délai des quotidiens. Pour opérer cette comparaison, le cabinet Mazars a pris plusieurs points de référence : d'une part, le traitement des magazines par Presstalis elle-même, d'autre part, les coûts supportés par d'autres opérateurs logistiques dont MLP. Conformément à sa lettre de mission, le cabinet Mazars a pris soin d'exclure de ses calculs les surcoûts historiques ou liés à des choix opérationnels inefficaces ou sans valeur ajoutée pour les clients.
28. Il convient de souligner que le rapport Mazars écarte explicitement toute analyse des recettes de Presstalis, et donc toute analyse d'un éventuel déficit systématique à combler du fait de leur insuffisance. Le raisonnement ne s'appuie donc pas sur l'idée que les barèmes des quotidiens seraient structurellement incapables de couvrir leurs coûts. Le raisonnement repose au contraire sur le principe de la solidarité coopérative, selon lequel les magazines seraient appelés à contribuer aux surcoûts spécifiques des quotidiens, et ceci, quel que soit l'opérateur de messagerie concerné. En tout état de cause, dans l'hypothèse où un opérateur de messagerie autre que Presstalis viendrait à distribuer des quotidiens, sa coopérative aurait vocation à bénéficier également de la péréquation.

29. Le rapport Mazars aboutit ainsi à un montant de 26,1 millions d'euros de surcoûts spécifiques de distribution des quotidiens. Ceci constitue l'assiette de la péréquation. Ce montant doit être couvert par les contributions des coopératives de quotidiens et de magazines de Presstalis ainsi que par la coopérative de magazines des MLP. La clé de répartition proposée par le cabinet Mazars correspond au prorata des ventes au montant fort (prix de vente au public) de niveau 1, incluant les exportations mais excluant les importations, le hors-presse et la diversification. L'assiette des surcoûts spécifiques et la clé de répartition doivent être régulièrement mises à jour. A titre indicatif, sur la base du chiffre d'affaires des MLP qui représente en 2011 environ 28 % du total des ventes montant fort au niveau 1, la contribution de la coopérative MLP serait d'environ 7,3 millions d'euros.
30. La décision du CSMP n° 2012-05 du 13 septembre 2012 instaurant la péréquation sur les surcoûts spécifiques, tels qu'ils ressortent du rapport Mazars, a été rendue exécutoire par délibération de l'ARDP n° 2012-07 du 3 octobre 2012.
31. Les MLP ont introduit un recours contre cette décision devant la cour d'appel de Paris, pendant à la date d'examen de la présente demande d'avis. Estimant que le CSMP n'est pas compétente pour instaurer un mécanisme de péréquation financière, les MLP ont indiqué par voie de presse qu'ils souhaiteraient soumettre une question prioritaire de constitutionnalité au Conseil constitutionnel. Par ailleurs, elles estiment que l'instauration de cette péréquation, qui ne tient pas compte de recettes mais seulement des coûts de la distribution de la PQN, aurait des effets anticoncurrentiels.
32. La péréquation sur les surcoûts spécifiques instaurée par le CSMP et rendue exécutoire par l'ARDP vise à faire supporter aux éditeurs de la presse magazine certaines charges liées à la distribution des quotidiens compte tenu des avantages que cette distribution procure aux magazines, ainsi qu'il l'a été décrit ci-dessus. Sans préjuger des suites qui seront données à l'affaire pendante devant la cour d'appel de Paris, l'Autorité peut se prononcer sur l'éventuel caractère anticoncurrentiel du système de péréquation mis en place par le CSMP et rendu exécutoire par l'ARDP.
33. Dans la mesure où le mécanisme ne crée pas de distorsion de concurrence entre les différents éditeurs de presse magazine selon qu'ils sont adhérents à l'une ou l'autre des coopératives, ce mécanisme n'induit pas en principe d'effet anticoncurrentiel. Tel est le cas lorsque les éditeurs de presse magazine financent en partie les coûts de distribution de la PQN via les barèmes des deux messageries, proportionnellement à leur chiffre d'affaires et indépendamment de leur appartenance à l'une ou l'autre des coopératives.
34. Le point 18 de la décision du CSMP charge son président d'examiner la possibilité, notamment au regard du droit de la concurrence, d'inclure dans l'assiette des charges donnant lieu à péréquation la fraction des surcoûts historiques de Presstalis susceptibles d'être directement rattachés à l'obligation de distribution des quotidiens. C'est dans ce cadre que l'ARDP et le CSMP ont saisi l'Autorité de la concurrence.
35. La question qui est posée à l'Autorité est celle de savoir si l'inclusion des surcoûts historiques dans le mécanisme de péréquation peut avoir des effets anticoncurrentiels. En effet, cette inclusion supposerait de faire supporter les coûts salariaux d'une entreprise, ainsi que ceux résultant de possibles inefficacités de gestion de cette entreprise, à son principal concurrent.
36. La situation de Presstalis est très particulière. En effet, comme indiqué ci-dessus, son personnel bénéficie du statut d'ouvrier du Livre, ce qui lui confère des conditions de travail très avantageuses par rapport au personnel employé par les MLP. Ainsi, le rapport Mettling

du 2 avril 2010 expliquait le déficit de Presstalis « *par le surcoût social et le dimensionnement du siège* » et chiffrait les surcoûts sociaux à 65 millions d'euros. Il affirmait par ailleurs que « *en alignant les coûts salariaux sur ceux des structures comparables [...] et en réduisant les coûts de siège dans des proportions correspondant aux surcoûts admis à court terme par la direction générale [...], la structure dégagerait un résultat positif de 34,3 M€ en 2009 ; la filière quotidiens serait modérément déficitaire (-11,4 M€)* ».

37. En se référant aux comptes prévisionnels pour l'année 2011, le rapport Mettling affirmait en outre que :

« *Pour les quotidiens, le résultat négatif résiduel s'explique par un surcoût social maintenu à 11 M€ et qui doit être supporté par l'ensemble des titres Presstalis :*

- *l'origine historique des surcoûts ne peut être valablement attribuée à une ou l'autre des branches magazines et quotidiennes, les éditeurs ayant partagé la gestion de la société et les éléments de sa réorganisation ;*
- *l'Etat ne saurait prendre à sa charge ces surcoûts, sauf à dégager les éditeurs de leur responsabilité dans la poursuite de leur résorption. »*

38. Certains éditeurs, et notamment ceux de la presse quotidienne, expliquent les surcoûts historiques de Presstalis par le fait que celle-ci est la seule à distribuer la presse quotidienne, très vulnérable aux pressions syndicales. En effet, un jour de grève est beaucoup plus pénalisant pour un quotidien que pour un magazine hebdomadaire ou mensuel. Ainsi, les conditions très avantageuses consenties aux salariés de Presstalis seraient inévitables et inhérentes à la distribution de la presse quotidienne et, face aux revendications syndicales du passé, une autre entreprise n'aurait pas pu faire mieux. D'autres acteurs, et notamment les MLP, estiment que les surcoûts sociaux de Presstalis s'expliquent, au moins en partie, pour des raisons de mauvaise gestion de l'entreprise.

39. Il n'appartient pas à l'Autorité de la concurrence de juger des négociations passées entre Presstalis et les organisations syndicales. Par ailleurs, la question n'est pas de savoir si une autre entreprise aurait pu mieux faire mais plutôt de savoir si, aujourd'hui, les surcoûts salariaux de Presstalis, et plus généralement tous les surcoûts résultant des seuls choix de gestion de cette entreprise, doivent être pris en charge par son principal concurrent.

40. Il n'existe pas de précédent national ou communautaire dans lequel une autorité publique ait exigé d'une entreprise qu'elle finance en totalité ou en partie les coûts salariaux ou de gestion de son principal concurrent.

41. Le Conseil de la concurrence a déjà eu à traiter la question de savoir si l'emploi d'un type de personnel avec un statut particulier peut créer des distorsions de concurrence entre l'ancien monopoleur et les nouveaux acteurs d'un marché ouvert à la concurrence (avis n° [95-A-18](#) sur la Sernam et [96-A-10](#) sur le fonctionnement des services financiers de La Poste). Il n'a à aucun moment émis l'hypothèse qu'un éventuel désavantage résultant de ce statut pour l'ancien opérateur historique puisse faire l'objet d'un transfert de charges sur un nouvel entrant.

42. Le Conseil de la concurrence et la Cour d'appel de Paris ont également eu à connaître du mode de tarification d'un service fourni par un opérateur en position dominante à ses concurrents (arrêt de la Cour d'appel du 29 juin 1999, décision du Conseil n° [03-D-43](#) du 12 septembre 2003 confirmée par arrêt de la Cour d'appel du 6 avril 2004). En effet, dans une affaire concernant l'accès à l'annuaire de France Télécom, la cour d'appel a enjoint France Télécom de donner accès à cet annuaire, « *dans des conditions transparentes,*



*objectives et non discriminatoires à un prix orienté vers les coûts liés aux opérations techniques nécessaires pour répondre à cette demande* » (arrêt de la cour d'appel du 29 juin 1999). Dans le cadre d'une procédure de non respect de cette injonction, le rapporteur général du Conseil de la concurrence a mandaté un expert chargé d'évaluer les coûts incrémentaux de cette activité en « *appréciant le volume de ces tâches et leur nécessité en considération d'une exigence minimale d'efficacité* ». Dans le calcul des coûts permettant d'établir la tarification des services en cause, l'expert a écarté les coûts salariaux avancés par France Télécom pour retenir des salaires plus conformes aux normes du marché et en supprimant des charges fixes disproportionnées (point 27 de la décision du Conseil). Sur la base de ces calculs, le Conseil de la concurrence a considéré que France Télécom n'avait pas respecté les injonctions imposées par la cour d'appel. Si la facturation d'un service à des concurrents par un opérateur en position dominante ne peut donc inclure des surcoûts salariaux injustifiés, rien ne paraît pouvoir a fortiori justifier une péréquation de ces mêmes coûts entre opérateurs concurrents sans fourniture de services de l'un à l'autre.

43. Par ailleurs, la Commission européenne s'est déjà prononcée sur les surcoûts sociaux en matière d'aides d'Etat. En effet, les anciens monopoleurs historiques de certains secteurs bénéficient de conditions salariales ou de retraite avantageuses pour les salariés mais pénalisantes pour les entreprises, que les Etats membres essayent de compenser. C'est le cas, par exemple, de la récente affaire concernant des subventions relatives aux retraites accordées à Deutsche Post par l'Etat allemand, que la Commission a considérées comme illégales (décision de la Commission 2012/C du 25 janvier 2012, frappé d'un recours devant le TUE).
44. Dans ces affaires, la Commission rappelle régulièrement que « *les engagements que les entreprises doivent assumer en vertu de la législation du travail ou de conventions collectives conclues avec les syndicats, par exemple en matière de coûts de retraite, font partie des coûts normaux qu'une entreprise doit financer sur ses propres ressources* » (Cf. point 63 des lignes directrices de la Commission concernant les aides d'Etat au sauvetage et à la restructuration des entreprises en difficulté, décision de la Commission C43/2006 du 10 octobre 2007 concernant La Poste § 141, décision SA.31479 de la Commission du 21 mars 2012 concernant Royal Mail Group § 144). En raisonnant par analogie, si l'Etat ne peut financer de tels coûts sur la base de la législation sur les aides d'Etat, basée sur l'idée que les Etats ne peuvent pas fausser la concurrence par leur intervention en faveur d'une entreprise, il est d'autant moins justifié d'imposer à une entreprise concurrente de partager ces surcoûts et de réduire ainsi ses avantages compétitifs.
45. Toujours dans le domaine des aides d'Etat, dans le cadre des obligations de service public qui peuvent être compensées par l'Etat, la Cour de justice estime que « *le niveau de la compensation nécessaire doit être déterminé sur la base d'une analyse des coûts qu'une entreprise moyenne, bien gérée et adéquatement équipée des moyens nécessaires, aurait encourus pour exécuter ces obligations en tenant compte des recettes relatives ainsi que d'un bénéfice raisonnable pour l'exécution de ces obligations* » (arrêt de la Cour du 24 juillet 2003, *Altmark C-280/00*).
46. Le droit de la concurrence vise ainsi à dynamiser les marchés et à inciter les entreprises à être plus efficaces. Dans cet objectif, la prise en charge des surcoûts historiques d'une entreprise par son principal concurrent aurait des conséquences très négatives.
47. Pour ce qui est de l'entreprise aidée, la prise en charge de ses surcoûts salariaux et de gestion, justifiés ou non, ne l'inciterait pas à l'efficacité. En effet, cette prise en charge l'inciterait plutôt à maintenir la situation actuelle et à repousser les réformes nécessaires afin de devenir plus efficace.

48. Pour ce qui est de l'entreprise sollicitée, elle verrait ses charges alourdies de façon considérable pour des raisons qui ne lui sont pas imputables. D'une part, elle risquerait de disparaître si ces charges venaient à être trop importantes, et d'autre part, elle serait incitée à quitter un marché dans lequel les conditions de concurrence ne lui permettent pas d'exercer correctement son métier.
49. Finalement, le signal envoyé au marché et de façon générale aux anciens monopoles serait néfaste puisqu'il enlèverait toute incitation à réduire les coûts de fonctionnement des entreprises, puisque ceux-ci seraient pris en charge par les nouveaux opérateurs. Une telle mesure aurait comme conséquence d'élever artificiellement les barrières à l'entrée et de réduire l'incitation des nouveaux entrants à y pénétrer.
50. En conclusion, l'Autorité de la concurrence est d'avis que l'inclusion des surcoûts historiques dans le mécanisme de péréquation entre coopératives de presse ne repose sur aucune justification d'efficacité économique pouvant être mis en balance avec les effets anticoncurrentiels indiscutables qu'elle créerait entre messageries.

Délibéré sur le rapport oral de Mme Eliezer Garcia-Rosado, rapporteure, et l'intervention de Mme Carole Champalaune, rapporteure générale adjointe, par Mme Elisabeth Flüry-Hérard, vice-présidente, présidente de séance, M. Emmanuel Combe, vice-président et M. Noël Diricq, membre.

La secrétaire de séance,  
Caroline Orsel-Sébès

La vice-présidente,  
Elisabeth Flüry-Hérard