Distribution de la presse en Nouvelle Calédonie et en Polynésie Française : le Conseil de la concurrence accepte les engagements des NMPP en matière de tarifs

Publié le 07 février 2006

Les NMPP s'engagent devant le Conseil de la concurrence à mettre en place des tarifs permettant aux exportateurs indépendants de distribuer la presse en Nouvelle-Calédonie et en Polynésie française dans des conditions économiques viables.

Dans le cadre d'une procédure contentieuse engagée par la société Export Press à l'encontre des NMPP, le Conseil de la concurrence a rendu aujourd'hui une décision, par laquelle il accepte les engagements des NMPP et clôt la procédure.

Depuis l'entrée en vigueur de l'ordonnance du 4 novembre 2004, le Conseil de la concurrence dispose, outre son pouvoir d'injonction et de sanction, de la faculté « d'accepter des engagements proposés par les entreprises ou organismes et de nature à mettre un terme aux pratiques anticoncurrentielles ». C'est la sixième fois qu'il met en œuvre cette procédure d'engagements.

Historique

Le Conseil de la concurrence a été saisi, en mai 2004, d'une plainte, assortie d'une demande de mesures conservatoires, à l'encontre de pratiques mises en œuvre sur les marchés de la vente au numéro de la presse nationale dans les départements et territoires d'outre-mer, par le groupe des NMPP. Dans sa

décision 04-D-45, le Conseil de la concurrence n'avait pas accordé de mesures conservatoires, mais avait déclaré la saisine recevable au fond, en ce qu'elle concerne la Nouvelle-Calédonie et la Polynésie française. Cette décision a été confirmée par la cour d'appel de Paris dans un arrêt du 12 avril 2005.

Dans le cadre de l'instruction au fond de cette saisine, le Conseil a reçu, de la part de la société NMPP, des propositions d'engagements, lesquelles ont été publiées son site Internet afin de recueillir les observations des tiers potentiellement intéressés.

Les pratiques visées par la saisine et les préoccupations de concurrence exprimées par le Conseil de la concurrence

Sur « le marché de l'exportation de la presse nationale », la société NMPP détient une position largement dominante avec 90% de parts de marché. Son unique concurrent est Export Press, qui estime sa propre part de marché à 4%. Les 6% restants correspondraient aux éditeurs qui prennent eux-mêmes en charge l'exportation de leurs titres.

Afin d'être en mesure de proposer les TOM dans la liste des destinations offertes à ses clients éditeurs, Export Press s'est adressée aux NMPP pour obtenir les conditions tarifaires de leurs dépositaires implantés dans ces territoires pour la distribution locale de la presse nationale. Les NMPP lui ont communiqué des tarifs plus élevés que le prix facturé par les NMPP aux éditeurs pour un service d'exportation complet depuis la métropole, ce qui ne permettait pas à Export Press de concurrencer les NMPP sur le marché des TOM.

Dans son évaluation préliminaire du cas, le Conseil de la concurrence n'a pas exclu que les NMPP aient abusé de leur position dominante sur les marchés locaux de la distribution locale de la presse nationale sur ces deux territoires, en proposant à Export Press des prix excessifs, discriminatoires et provoquant un effet de ciseau tarifaire.

Par ailleurs, lors de l'audition du 29 juin 2005 dans le cadre de l'instruction du dossier au fond, la rapporteure a évoqué une autre préoccupation concernant la présentation systématique par les NMPP des DOM comme des destinations d'exportation. Les NMPP étant un acteur dominant sur les marchés de la distribution et de l'exportation de la presse nationale, leurs pratiques commerciales font référence dans ce secteur. La présentation des DOM comme des destinations d'exportation crée une confusion qui peut se révéler préjudiciable à l'égard des concurrents des NMPP, et notamment à l'égard de sociétés telles qu'Export Press qui, n'ayant pas le statut juridique de messagerie de presse défini par la loi Bichet, ne peut proposer ses services vers les DOM et risque d'apparaître à tort aux yeux des éditeurs comme un exportateur proposant des services incomplets.

Les engagements proposés par les NMPP

La société NMPP s'engage :

- à ce que ses filiales exploitant les dépôts de Nouvelle-Calédonie et de Polynésie française tarifient la distribution locale de publications en Nouvelle-Calédonie et en Polynésie française aux entreprises d'exportation de la presse française qui la leur confient selon un barème propre à chacun des territoires concernés qui s'appliquera, à prestations de nature identique, aux opérations confiées aux dépôts concernés par toute entreprise d'exportation de la presse française, y compris les NMPP elles-mêmes.

- à soumettre aux prochaines assemblées de ses coopératives associées une résolution les autorisant à présenter, dans leurs barèmes, sur leur site Internet, dans leur Rapport annuel et dans leur contrat de groupage, les conditions tarifaires applicables à la distribution de la presse dans les DOM au sein des conditions applicables à la distribution de la presse en France métropolitaine.

DÉCISION 06-D-01 DU 7 FÉVRIER 2006

relative à des pratiques mises en œuvre par la société des Nouvelles Messageries de Presse Parisienne (NMPP)

Consulter le texte intégral

Contact(s)

Yannick Le Dorze
Adjoint à la directrice de la communication
01 55 04 02 14
Contacter par mail