

# Distribution de la presse magazine par vente au numéro / décroisement des flux de transport

Publié le 03 janvier 2013

---

**L'Autorité de la concurrence évalue à la demande du gouvernement la compatibilité avec les règles de la concurrence des différents schémas envisagés par les acteurs de la filière pour décroiser les flux de transports de la presse entre les messageries et les dépositaires.**

**Le schéma consistant en un système de sous-traitance logistique entre messageries pour le traitement de la presse et la création d'une structure commune chargée de gérer le transport pose le moins de problèmes de concurrence.**

A la suite d'informations parues dans la presse, et dans un souci de transparence, l'Autorité de la concurrence rend public l'avis qu'a sollicité le gouvernement sur la forme et les conditions d'une réorganisation industrielle du secteur de la distribution de la presse. Cette réorganisation consiste en la création de zones régionales homogènes permettant un « décroisement » des flux logistiques, c'est-à-dire que chaque messagerie ne desservirait que ses propres zones.

## **Le contexte**

La loi dite Bichet du 2 avril 1947 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. Lorsqu'un éditeur décide de se grouper avec d'autres éditeurs pour la distribution, le groupage et la distribution de leurs journaux et publications sont assurés par des sociétés coopératives de messagerie de presse.

Le secteur de la distribution de la presse au numéro traverse actuellement une crise profonde, provoquée par une baisse des ventes de plus de 25 % ces quatre dernières années. Malgré cette baisse, les coûts logistiques ne diminuent pas dans les mêmes proportions, en raison des coûts fixes.

Deux messageries distribuent la presse magazine : **Presstalis**<sup>1</sup> (qui est également seule à distribuer les quotidiens nationaux) distribue 64 % des titres magazines et les **Messageries Lyonnaises de Presse** (MLP) distribuent 36 % des titres magazines (données 2011).

### **La chaîne logistique de distribution de la presse**

Dans le système actuel, les éditeurs de presse choisissent de confier chacun de leurs titres de façon exclusive à une seule messagerie pour la distribution dans la totalité du territoire.

Les éditeurs confient ainsi leurs titres à une messagerie, chargée de grouper et d'acheminer les différents magazines des différents éditeurs vers les dépositaires de presse. Chaque dépositaire étant en monopole local sur sa zone et les publications devant être distribuées dans la totalité du territoire français, chaque dépôt reçoit des camions venant des deux messageries. Ensuite, les dépôts distribuent la presse aux 29.000 points de vente (kiosques et marchands de journaux) appelés « diffuseurs de presse ».

### **Le décroisement des flux s'inscrit dans le cadre d'un ensemble de réformes**

Face à la situation actuelle marquée par la baisse importante de volumes vendus et les difficultés financières de Presstalis, la filière a engagé un ensemble de réformes visant rendre plus efficace la distribution de la presse. Ces réformes, qui doivent être mises en place au cours des années 2013 et 2014, comprennent la réduction du nombre de dépôts (schéma directeur du niveau 2) et l'intégration verticale de Presstalis (création de 5 plateformes régionales entourées de dépôts dits secondaires).

Une des pistes envisagées est le décroisement des flux de transport. Alors qu'aujourd'hui, chaque messagerie livre l'ensemble des dépôts avec ses propres moyens

(cf. schéma, page 8 de l'avis 12-A-24), l'ensemble des acteurs de la filière souhaite rationaliser cette organisation en décroisant les flux de transport depuis le niveau 1 (messagerie Presstalis ou MLP) vers le niveau 2 (dépositaires répartis sur tout le territoire), c'est-à-dire en évitant que les deux messageries ne livrent tous les dépôts.

**Après avoir évalué les avantages et les inconvénients des différents schémas de décroisement des flux, l'Autorité estime que le schéma consistant en un système de sous-traitance logistique entre messageries pour le traitement de la presse et la création d'une structure commune chargée de gérer le transport est celui qui présente le moins de problèmes en matière de concurrence** (cf. schéma, page 12 de l'avis 12-A-24)

Dans ce schéma, chaque éditeur garde la messagerie de son choix pour chacun de ses titres. Si ce schéma présente l'inconvénient majeur d'imposer une sous-traitance mutuelle entre messageries, qui réduit considérablement la concurrence entre les messageries sur la partie logistique de leur activité, il permet néanmoins de sauvegarder la concurrence entre messageries sur les services à valeur ajoutée, comme la remontée des flux informationnels et financiers ainsi que le réglage .

Les effets négatifs d'une absence de concurrence entre messageries dans le traitement et le transport peuvent en outre être contrebalancés par :

- le fait que les éditeurs sont à la fois actionnaires et clients des coopératives (celles-ci n'ont pas vocation à s'enrichir) ;
- le fait que la société commune de moyens, tant qu'elle sera contrôlée par Presstalis et les MLP à parts égales, n'aura pas d'incitation à augmenter ses marges de manière injustifiée ni à réduire sa qualité de service, car elle n'opèrera que pour les besoins et les intérêts de ses sociétés mères.

Les motifs ayant présidé à un rallongement du délai de changement entre messageries n'étant plus opérants, et afin de dynamiser la concurrence sur les services à valeur ajoutée, l'Autorité souhaite que les délais de préavis pour passer d'une messagerie à l'autre soient raccourcis.

<sup>1</sup> Anciennement Groupe NMPP, devenu le 14 décembre 2009 Presstalis.

<sup>2</sup> Réglage : conseils que donne la messagerie de presse aux éditeurs afin d'évaluer

*le nombre d'exemplaires à distribuer dans chaque point de vente.*

**12-A-24 DU 21 DÉCEMBRE 2012**

relatif au décroisement des flux dans le système  
de distribution de la presse magazine

Consulter le texte  
intégral

## Contact(s)

Yannick Le Dorze  
Adjoint à la directrice de la  
communication  
01 55 04 02 14  
[Contacter par mail](#)