

CONSEIL DE LA CONCURRENCE

Décision n° 01-D-65 du 10 octobre 2001 relative à la saisine de l'Association Nationale de Défense des Intérêts des Marchands de Presse (ANDIMAP)

Le Conseil de la concurrence (commission permanente),

Vu la lettre enregistrée le 26 octobre 1995, sous le numéro F 810, par laquelle l'Association Nationale de Défense des Intérêts des Marchands de Presse (ANDIMAP) a saisi le Conseil de la concurrence de pratiques anticoncurrentielles reprochées à la société les Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne (NMPP) ;

Vu le livre IV du code de commerce et le décret n° 86-1309 du 29 décembre 1986 modifié pris pour l'application de l'ordonnance n° 86-1243 du 1^{er} décembre 1986 ;

Vu la loi n° 47-535 du 2 avril 1947 relative aux statuts des entreprises de groupage et de distribution des journaux et publications périodiques ;

Vu la décision n° 87-D-08 du 28 avril 1987 relative à des pratiques mises en œuvre par la société les Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne et sa filiale, la société d'agences et de diffusion ;

Vu la décision n° 93-D-62 en date du 21 décembre 1993 relative à une saisine et à une demande de mesures conservatoires présentées par l'entreprise Giono-Presses ;

Vu les observations présentées par l'ANDIMAP et le commissaire du Gouvernement ;

Vu les autres pièces du dossier ;

La rapporteure, le rapporteur général, le commissaire du Gouvernement et les représentants de l'ANDIMAP entendus au cours de la séance du 26 juin 2001 ;

Adopte la décision fondée sur les constatations (I) et les motifs (II) ci-après exposés :

I. - Constatations

L'Association Nationale de Défense des Intérêts des Marchands de Presse (ANDIMAP) a saisi, par l'intermédiaire d'un mandataire dûment habilité, le Conseil de la concurrence de pratiques intervenues dans le secteur de la distribution de la presse qui seraient le fait de la société " les Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne " (NMPP) à l'encontre des diffuseurs de presse. L'association saisissante expose que ces pratiques portent, d'une part, sur les avances faites par les diffuseurs aux NMPP, qui résultent du versement d'un acompte sur dépôt des publications de presse et de l'assujettissement de ces diffuseurs à un règlement

différé, d'autre part, sur le rôle de "banquier" que la société les Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne serait en mesure de jouer grâce à la trésorerie dont elle dispose du fait de l'application de ces mesures ;

Le régime juridique de la distribution de la presse est prévu par la loi n° 47-535 du 2 avril 1947 relative aux statuts des entreprises de groupage et de distribution des journaux et publications périodiques, dite "loi Bichet", qui prévoit, notamment, que l'éditeur peut distribuer son produit par ses propres moyens en constituant une messagerie de presse intégrée. S'il ne constitue pas sa propre messagerie, l'éditeur doit s'affilier à une coopérative d'éditeurs. Ces coopératives peuvent organiser elles-mêmes leurs activités de messageries et constituer ainsi des coopératives de messagerie de presse. Elles peuvent également, conformément à l'article 4 de la loi Bichet, confier ces activités à des entreprises commerciales dénommées entreprises commerciales de messagerie de presse. Lorsque les opérations de messagerie ne sont pas assurées par les sociétés coopératives, un contrat de groupage et de distribution lie les coopératives à la société commerciale. Ce contrat comporte, en particulier, une clause d'exclusivité de la distribution accordée à la société commerciale par les éditeurs adhérant aux coopératives concernées et précise que les ventes confiées à la société commerciale sont effectuées exclusivement par ses dépositaires et ses agents. La loi a, par ailleurs, créé un Conseil Supérieur des Messageries de Presse dont le rôle est de coordonner l'emploi des moyens de transport à longue distance utilisés par les sociétés coopératives de messagerie de presse, de faciliter l'application du texte et d'assurer le contrôle comptable.

Trois sociétés se partagent le marché national de la messagerie : les Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne (NMPP), la Société Auxiliaire pour l'Exploitation des Messageries Parisiennes Transports Presse (TP) et les Messageries Lyonnaises de Presse (MLP). Le réseau de distribution comprend, d'une part, les dépositaires de presse qui assurent la répartition des journaux auprès des diffuseurs de presse, d'autre part, les diffuseurs qui vendent la presse au public. Les diffuseurs de presse sont normalement rattachés à un dépositaire de presse qui les approvisionne. A Paris et en proche banlieue, les Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne sont en relation directe avec les diffuseurs de presse ; une structure interne, Paris Diffusion Presse, assurant la gestion de la distribution des publications à partir de six centres de diffusion.

La distribution de la presse repose sur le principe selon lequel l'éditeur demeure propriétaire de ses publications jusqu'à leur acquisition par le lecteur. Le système présente, par ailleurs, une particularité : les exemplaires invendus sont repris aux distributeurs suivant des conditions prévues contractuellement. Les relations entre les NMPP et les dépositaires de presse, ainsi que celles entre les dépositaires et les diffuseurs de presse sont réglées par des contrats type. Dans sa décision n° 87-D-08 du 28 avril 1987, le Conseil de la concurrence a relevé que "*le Conseil Supérieur des messageries de presse a avalisé le cadre contractuel définissant les relations entre les sociétés coopératives de messageries de presse et les sociétés commerciales de messageries de presse (contrat de groupage et de distribution) et entre les sociétés commerciales de messageries de presse et les dépositaires centraux et les diffuseurs. Il a analysé ces contrats comme des contrats de mandat*". Cette succession de mandats comporte une clause d'exclusivité qui entraîne une rémunération sous forme d'une commission proportionnelle au prix de vente des publications.

II. - Sur la base de ces constatations

Considérant qu'aux termes de l'article L. 464-6 du code de commerce "*lorsqu'aucune pratique de nature à*

porter atteinte à la concurrence sur le marché n'est établie, le Conseil de la concurrence peut décider, après que l'auteur de la saisine et le commissaire du Gouvernement ont été mis à même de consulter le dossier et de faire valoir leurs observations, qu'il n'y a pas lieu de poursuivre la procédure".

Considérant que les NMPP occupent une position dominante sur le marché de la distribution de la presse ainsi que cela résulte de la décision n° 87-D-08 dans laquelle le Conseil de la concurrence retient que "*sur une part substantielle du marché national, les diffuseurs ne peuvent considérer d'autres sources d'approvisionnement alternatives mais doivent les considérer comme des sources complémentaires*", la situation n'ayant pas été modifiée depuis la date de cette décision ;

Considérant, en premier lieu, que le régime d'acompte sur dépôt, qui n'existait qu'à Paris et en région parisienne, consistait à exiger, chaque semaine, du diffuseur de presse une somme calculée sur la part de chiffre d'affaires représentée par la vente de la presse quotidienne et de certaines publications hebdomadaires ; que l'obligation de verser un acompte, par elle-même, ne présente aucun caractère anticoncurrentiel ; que, par ailleurs, il n'est pas contesté que cet acompte était versé par tous les diffuseurs de presse de Paris et de la région parisienne et que l'enquête n'a pas fait apparaître qu'il ait donné lieu à des discriminations ; que ce système d'acompte a été supprimé en janvier 1998, à la suite d'un accord intervenu entre les NMPP et le syndicat professionnel des diffuseurs de presse ;

Considérant, en deuxième lieu, que la pratique du règlement différé fait partie des relations entre les Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne, les dépositaires et les diffuseurs de presse ; qu'il consiste à faire payer les fournitures par le diffuseur, une fois l'essentiel des ventes déjà effectuées ; que, pour les publications ayant une longue périodicité (trimestrielles ou semestrielles), le délai a été fixé à huit semaines, l'essentiel des ventes étant réalisé dans ce délai ; que les modalités du règlement différé ont fait l'objet d'un accord entre les organisations professionnelles et les sociétés de messageries de presse ; que les pièces produites à l'appui de la saisine et l'instruction du dossier n'ont pas permis de mettre en évidence que le règlement différé ait donné lieu à des pratiques discriminatoires ;

Considérant, en troisième lieu, que l'obligation, mise à la charge des agents de vente, de recevoir tous les titres de journaux et publications diffusés par les messageries dans le cadre des instructions données par les éditeurs, et l'engagement de respecter les instructions reçues, en particulier celles relatives au maintien à la vente des titres, résultent des principes contenus dans la loi "Bichet" et des dispositions contractuelles liant les différents intermédiaires en application de cette loi ; que saisi, de pratiques similaires à celles alléguées dans la présente demande, le Conseil, dans sa décision n° 93-D-62 du 21 décembre 1993, relative à la saisine de l'entreprise Giono-Presses a retenu qu'il "*n'avait pas compétence pour se prononcer sur le litige contractuel opposant l'entreprise Giono-Presses à la société Pertuis Diffusion Presse*" ; que la cour d'appel de Paris, rejetant par un arrêt du 8 juillet 1994 le recours formé contre cette décision, a énoncé que "*les agissements allégués par la requérante à savoir les dépôts de presse trop importants avec obligation de payer, rupture des livraisons sans justifications, obligation d'achats de matériel agréé par la NMPP, intervention dans les ventes de fonds de commerce qui ont à la hausse ou à la baisse un secteur d'un point de vente concurrent, pressions physiques et morales, s'analysent, en réalité, comme des différends de nature commerciale liés à l'interprétation du contrat susvisé et aux difficultés d'exécution qui ont surgi entre les parties*" ; que le fait, invoqué par l'association saisissante en séance, selon lequel le système des invendus aurait été utilisé pour favoriser les filiales des Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne sur le marché

de la diffusion de la presse, ne figurait pas dans la saisine initiale ; qu'à supposer même que de tels faits aient existé, ils ne pourraient être examinés dans le cadre de la présente affaire que s'ils étaient antérieurs à la saisine, c'est-à-dire s'ils étaient intervenus avant le 26 octobre 1995 ; qu'aucun acte tendant à en établir la réalité ou à les qualifier n'ayant été opéré depuis cette date, ces faits seraient, en tout état de cause, prescrits ;

Considérant, enfin, que les facilités de paiement, accordées sous forme de reconnaissance de dette par les Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne à des diffuseurs rencontrant des difficultés passagères, s'insèrent dans le cadre des relations contractuelles pouvant exister entre fournisseurs et distributeurs ; que l'instruction n'a pas fait apparaître qu'elles aient donné lieu à des pratiques discriminatoires ;

Considérant, par ailleurs, qu'aucun élément du dossier ne permet de considérer que les Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne auraient, par l'octroi de prêts à des salariés quittant la société afin d'acquérir un point de vente, faussé le jeu de la concurrence sur le marché du crédit ou sur celui de la distribution de la presse ;

Considérant qu'il résulte de ce qui précède, qu'il n'est pas établi que les pratiques dénoncées par l'ANDIMAP soient constitutives de pratiques anticoncurrentielles visées par les articles L. 420-1 ou L. 420-2 du code de commerce ; que, dans ces conditions, il n'y a pas lieu de poursuivre la procédure.

DÉCIDE

Article unique : Il n'y a pas lieu de poursuivre la procédure.

Délibéré, sur le rapport oral de Mme Guillot, par Mme Hagelsteen, présidente, Mme Pasturel, vice-présidente, M. Cortesse, vice-président.

La secrétaire de séance,
Françoise Hazaël-Massieux

La présidente,
Marie-Dominique Hagelsteen