

14ème législature

Question N° : 18187	De M. Christophe Castaner (Socialiste, républicain et citoyen - Alpes-de-Haute-Provence)	Question écrite
Ministère interrogé > Culture et communication		Ministère attributaire > Culture et communication
Rubrique > presse et livres	Tête d'analyse > presse	Analyse > distributeurs. restructuration. groupe Presstalis.
Question publiée au JO le : 12/02/2013 Réponse publiée au JO le : 12/03/2013 page : 2801		

Texte de la question

M. Christophe Castaner attire l'attention de Mme la ministre de la culture et de la communication sur le rôle essentiel que remplit la société Presstalis pour la diffusion de la presse auprès de public. Cette société connaît actuellement de graves difficultés qui l'amènent à mettre en œuvre un plan social. Un accord-cadre pour la continuité d'exploitation de Presstalis, passant par une nouvelle organisation de la filière, a été signé pour permettre à la société de mettre en œuvre son plan stratégique 2012-2015. L'engagement de l'État, notamment financier, a fortement joué dans la conclusion de cet accord. Aussi, son implication dans le suivi du plan est nécessaire, et ce à deux niveaux. D'une part, alors que le groupe Presstalis emploie 2 500 personnes, une importante réduction d'effectif est prévue à hauteur de 1 200 emplois. Dans la période difficile que connaît notre pays, l'État doit veiller à ce que cette restructuration fasse l'objet d'une large et réelle concertation entre l'ensemble des partenaires sociaux, avec pour objectif la sauvegarde d'un maximum d'emploi. D'autre part, Presstalis souffre de la concurrence d'une deuxième société, les Messageries lyonnaises de presse (MLP). Aujourd'hui, la fusion de ces deux structures permettrait de rationaliser les coûts et d'éviter toute forme de *dumping*, de manière à favoriser le maintien d'un réseau performant de diffusion de la presse. Cette mesure devrait s'accompagner d'engagements précis sur le long terme des éditeurs de presse, pour soutenir cette filière. Il lui demande donc de préciser sa position sur ces deux sujets.

Texte de la réponse

Le système de distribution de la presse vendue au numéro en France rencontre depuis plusieurs années des difficultés liées en particulier à la baisse continue des ventes de la presse et qui imposent à chacun des acteurs de ce système de réviser leurs rôles respectifs. Les ventes au numéro de la presse en France enregistrent en effet une baisse régulière depuis plusieurs années : -2,2 % en moyenne entre 2006 et 2010. Cette baisse semble même s'accélérer : -5,1 % en 2011. Selon le Conseil supérieur des messageries de presse (CSMP), il y a désormais un avis partagé de la filière pour considérer que cette tendance devrait se poursuivre à hauteur de -7 % sur les 5 prochaines années, soit une baisse de -25 % entre 2011 et 2015. Dans ce contexte, les trois niveaux du système de distribution, constitué au niveau 1 des messageries, au niveau 2 des dépositaires et au niveau 3 des diffuseurs, ont engagé des réformes de fond visant à s'adapter et à inverser la tendance à la baisse des ventes. Dans ce contexte, le ministère de la culture et de la communication entend soutenir et accompagner les efforts nécessaires au maintien du système coopératif de distribution institué par la loi « Bichet » n° 47-585 du 2 avril 1947 relative au statut des entreprises de groupage et de distribution des journaux et publications périodiques. Au niveau 1, l'État accompagne le projet garant de la poursuite des activités de la société Presstalis, seule messagerie à assurer la distribution de la presse quotidienne nationale à ce premier niveau du système de distribution. En 2011, dans un contexte d'aggravation de

la baisse de la vente au numéro de la presse et de concurrence accrue avec les Messageries lyonnaises de presse (MLP) pour la distribution des magazines, la situation de la société Presstalis s'est trouvée très dégradée. Après que les éditeurs associés à Presstalis ont écarté, à la suite d'une réflexion conjointe avec la presse quotidienne régionale, la possibilité d'une mutualisation des réseaux de distribution de la presse quotidienne nationale et de la presse quotidienne régionale, Presstalis a entrepris d'élaborer un nouveau modèle économique et un nouveau plan de développement. Le conseil d'administration de Presstalis a ainsi adopté le 24 novembre 2011 un plan de restructuration visant à rétablir l'équilibre financier du groupe à l'horizon 2015. Face aux difficultés rencontrées par Presstalis pour le financement de ce plan, la société a demandé au Tribunal de commerce de Paris la désignation d'un mandataire ad hoc afin de l'accompagner, conformément aux dispositions de l'article L. 611-3 du code de commerce. Pour sa part, l'État a diligenté deux missions sur Presstalis : la première a été confiée à Monsieur Gérard Rameix, alors Médiateur du crédit, chargé en avril 2012 d'accompagner Presstalis dans la recherche de solutions de financement ; la seconde a été confiée en juillet 2012 à Monsieur Jacques Le Pape, inspecteur général des finances, afin de finaliser les voies de financement à court et moyen termes décrites par le rapport Rameix, remis au début du mois de juillet. Un premier accord cadre d'objectifs, de méthode et de moyens pour la continuité d'exploitation du groupe Presstalis a été signé le 30 juillet 2012 entre l'État, Presstalis et ses coopératives d'éditeurs. Un second accord cadre a été signé le 5 octobre 2012 par les mêmes signataires. Un comité de suivi de l'accord du 5 octobre 2012 a été mis en place ; il s'est réuni pour la première fois le 25 octobre 2012. Le déploiement du plan de redressement ainsi acté - et qui a conduit le Tribunal de Commerce de Paris à valider la poursuite d'activité de l'entreprise - est en cours de déploiement et fait l'objet de discussions avec les représentants du personnel. Au niveau 2, l'État suit avec attention la réorganisation des dépôts de presse, engagée par le CSMP qui a adopté le 26 juillet 2012 la décision n° 2012-04 fixant le schéma directeur des dépositaires centraux de presse pour la période 2012-2015. Ce schéma vise à atteindre d'ici 2015 une cible de 99 dépôts répartis entre 63 mandats de dépositaires (hors distribution parisienne). Cette réforme vise à optimiser les coûts de distribution de la presse au niveau 2 et s'inscrit dans la continuité d'une démarche que la profession mène depuis de nombreuses années et selon laquelle les dépositaires sont incités à accroître leur taille et à rationaliser leur fonctionnement, principalement par voie de rattachement. Cette réorganisation a aussi pour but d'augmenter la rémunération des diffuseurs, en dégageant des moyens, et d'homogénéiser les prestations des dépositaires. Le ministère est particulièrement attentif aux modalités de mise en oeuvre de ce schéma, qui prévoit notamment des procédures d'indemnisation des dépositaires affectés par son application, par exemple lors des rattachements de dépôts. Au niveau 3, le ministère de la culture et de la communication soutient les initiatives engagées par les professionnels pour consolider, moderniser et développer le réseau de vente de la presse au numéro. En effet, alors que les diffuseurs de presse occupent une place essentielle dans le système de distribution de la presse écrite en France, leur situation économique ne cesse de se dégrader. Le réseau est ainsi de moins en moins dense (28 579 points de ventes actifs en 2011 contre 29 291 en 2010) et de moins en moins dédié, avec une part croissante de points de ventes de capillarité et la baisse de la part des points de ventes traditionnels. En outre, les diffuseurs de presse sont également confrontés à d'autres difficultés comme un niveau de rémunération encore inférieur à celui de leurs homologues européens, des difficultés de création de points de vente, des conditions de travail difficiles et une concurrence accrue avec les rayons presse des grandes enseignes de la distribution pour les diffuseurs exerçant à proximité de ces enseignes. Plusieurs réformes ou dispositifs s'attachent à résoudre certaines de ces difficultés, avec des mesures relevant de la filière de la distribution (par exemple la généralisation de l'assortiment et du plafonnement, limitant les volumes des titres à gérer) et d'autres issues des pouvoirs publics. L'action de l'État menée sur le niveau 3 se concrétise en particulier par un soutien économique au réseau, avec les aides aux diffuseurs : aide à la modernisation des diffuseurs et aides exceptionnelles aux diffuseurs spécialistes et indépendants. Cette action vise également à favoriser le développement des kiosques à journaux, avec l'allègement de la charge de la taxe sur la publicité extérieure pesant sur l'opérateur des kiosques à journaux, l'aide à Mediakiosk, au titre de l'ancien fonds d'aide à la modernisation de la presse quotidienne et assimilée d'information politique et générale (devenu la première section du fonds stratégique pour le développement de la presse), ou encore la simplification et l'optimisation des conditions d'implantation des kiosques à journaux. Sur ce dernier point, une circulaire précisant les modalités juridiques d'implantation des kiosques à journaux sur le domaine public vient d'être finalisée et est en cours de communication aux services déconcentrés et décentralisés concernés. Dans ce contexte de réorganisation de l'ensemble du système



de la distribution et face à l'aggravation de la situation économique et sociale des diffuseurs, la ministre de la culture et de la communication souhaite qu'une attention particulière soit portée au niveau 3. La ministre l'a notamment rappelé le 11 juillet 2012 devant la Commission des affaires culturelles de l'Assemblée nationale : « J'attache une importance extrême au maintien des 28 000 points de vente de la presse en France, qui assurent un rôle social essentiel, trop souvent passé sous silence. » Notamment, dans cette optique de pérennisation du niveau 3 et dans le souci de permettre au réseau des diffuseurs d'adopter les modernisations et adaptations permettant d'optimiser la vente de la presse, le ministère de la culture et de la communication mène actuellement un travail d'évaluation de l'aide à la modernisation des diffuseurs. Par cette aide, l'État contribue chaque année, depuis 2005, au financement des dépenses d'investissement des points de vente, en subventionnant à hauteur de 40 % les achats d'équipement en mobilier ou en informatisation des diffuseurs éligibles. L'objectif de l'évaluation en cours est de mesurer les effets de cette aide à l'investissement sur le niveau 3 et d'en tirer les enseignements utiles à d'éventuels ajustements du dispositif existant.