

Communiqué de Presse

Paris, le 21 décembre 2020

France Messagerie interpelle l'Arcep sur les pratiques anticoncurrentielles des MLP

Au cours des derniers mois et à la suite de la création de France Messagerie, les deux sociétés agréées de distribution de la presse ont soumis leurs barèmes à l'ARCEP afin de se conformer aux récentes recommandations de l'autorité de régulation.

Le 11 décembre, France Messagerie a interpellé l'Arcep sur les pratiques anticoncurrentielles déployées par les Messageries Lyonnaises de Presse (MLP). France Messagerie considère en effet que les nouveaux barèmes des MLP contiennent des dispositions et des tarifications susceptibles de créer des distorsions de concurrence en rendant prohibitif tout transfert de titre vers France Messagerie. Parmi ces dispositions,

- Le bonus fidélité que l'éditeur doit rembourser en cas de départ vers France Messagerie
- Le maintien d'éléments de remise liés au groupe, contraire aux recommandations de l'autorité de régulation.

Par ailleurs, les MLP semblent pratiquer un coût au drop inférieur à ce qu'il devrait être facturé aux éditeurs, compte tenu des récentes évolutions de parts de marché entre les deux messageries.

En l'état, les pratiques actuelles des MLP, prises isolément ou de manière combinée, représentent un obstacle majeur au transfert de titres des éditeurs de presse vers France Messagerie et fragilisent par ricochet son activité et sa pérennité. Aujourd'hui, alors que chaque éditeur de publications doit se positionner sur le choix d'une messagerie compte tenu de la disparition de la coopérative des magazines (CDM) d'ici le 31 décembre, il existe un risque majeur et avéré puisque certains éditeurs sont dans l'incapacité de transférer certains de leurs titres chez France Messagerie alors que les conditions de distribution y seraient plus favorables.

Dans ce contexte, il n'est pas supportable que les MLP puissent continuer de pratiquer, pour les publications sur lesquelles elles sont en concurrence directe avec France Messagerie, des tarifs et des remises qui sont injustifiés et ne correspondent pas à une équation économique équilibrée, dans le seul but d'attirer de nouveaux éditeurs de presse ou d'empêcher des éditeurs de se tourner vers son concurrent, au mépris du principe de concurrence loyale rappelé par l'ARCEP ses différents avis.

A très court terme, et avant le 31 décembre 2020, date à laquelle les éditeurs doivent exprimer leur choix entre les messageries, France Messagerie demande à l'ARCEP

- (i) de lever le doute relatif à l'effet rétroactif des *bonus de fidélité* sur des éditeurs qui décideraient de quitter les MLP suite à la mise en œuvre de leur nouveau barème ;

- (ii) de lever le doute quant à la possibilité pour les MLP d'introduire des éléments de barème au niveau de l'éditeur et non pas du titre ;
- (iii) de lever le doute relatif à la méthodologie utilisée par les MLP pour le calcul du *drop* inscrit dans leurs barèmes.

Ces éléments sont indispensables au choix libre et éclairé de la messagerie par chaque éditeur et à l'objectif de concurrence loyale fixé par l'ARCEP. France Messagerie salue le travail de réorganisation de la filière qui est en cours et regrette que des pratiques héritées du passé continuent de subsister.

A propos de France Messagerie

Créée le 1^{er} juillet 2020, France Messagerie est une société de distribution de presse agréée par l'Arcep. Implantée à Paris (siège) et à Bobigny (site d'exploitation), elle assure chaque jour la distribution de tous les quotidiens et de plus d'un tiers des magazines auprès des 22 000 marchands de presse en France. France Messagerie distribue également la presse à l'international. Forte d'une équipe de plus de 250 personnes reconnues pour leur expertise et leur connaissance fine du métier, France Messagerie est l'acteur de référence dans un secteur en profonde mutation.

Contact Presse : Stéphanie de Haldat - Communication@francemessagerie.fr