

S.G.L.C.E.

94, Bd Auguste Blanqui. 75013 PARIS

SECTION

MESSAGERIES

NMPP

MONDADORI DÉMÉNAGE LES NMPP

Le groupe Mondadori a décidé de confier la distribution d'une partie de ses publications et non des moindres (*Télé Star, Télé poche, Pleine Vie*) aux Messageries Lyonnaises de Presse (MLP) société concurrente des Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne (NMPP).

Alors que de nouvelles réformes aux NMPP sont sur le point d'être connues précisément dans les semaines à venir, des éditeurs quittent le navire qu'ils ont si bien désarmé au fil du temps pour leur permettre de voguer en toute liberté dans les eaux troubles du libéralisme. Marie Bénilde, journaliste au *Monde Diplomatique* avait déjà évoqué en novembre 2002 cette politique de désengagement : « *Avant de lâcher les NMPP, il convient cependant de mettre la maison en ordre pour le compte des éditeurs de magazines...* »

Ainsi, tous les efforts consacrés ces deux dernières décennies pour « adapter » le système de distribution de la presse ont eu pour conséquence sa déréglementation. Bien sûr, des voix s'élèvent pour nous dire que toutes les réformes entreprises au sein des NMPP n'avaient qu'une seule ambition : celle de pérenniser le système de distribution de la presse.

Force est de constater que toutes les directions qui se sont succédées jusqu'à présent aux NMPP ont contribué, chacune selon sa méthode et ses arguments, à vider l'entreprise de ses salariés et de ses compétences pour lesquelles elle avait vu le jour le 16 avril 1947.

Les éditeurs clients et actionnaires ont, surtout pour les plus importants d'entre eux, préféré s'octroyer des privilèges en épuisant les ressources des NMPP au lieu de maintenir pour ces dernières les structures-économique et industrielle- indispensables pour répondre aux exigences d'une distribution égalitaire de toute la presse.

La décision de Mondadori ne doit pas nous étonner. Celle-ci intervient peu avant le changement d'identité des NMPP qui deviendront le 14 décembre prochain Presstalis.

Un nom, qui d'après ses « créatifs », possède toutes les vertus : « presse, prestations, précision, vitesse, modernité et talent » mais annonce en réalité l'abandon à terme du statut de cette entreprise dédiée à la distribution égalitaire de la presse. La « diversification » des prestations est désormais à l'ordre du jour avec son corollaire : l'extinction d'une raison sociale jugée obsolète.

Le nouveau logo n'est que le symbole et la finalité d'un long processus de démantèlement du système coopératif de la distribution. Ainsi, la logistique adoptée dans le cadre du plan « défi 2010 » permet effectivement aux mastodontes de l'édition de contourner les « contraintes » d'un système mis en place pour tous les éditeurs.

SECTION MESSAGERIES DES NMPP
RUE GAY LUSSAC - 95500 GONESSE

F.I.L.P.A.C



☎ 01.34.07.73.34 - 01.34.07.73.32
☎ 01.34.07.73.38 www.info-messageries.com

Ce sont les NMPP, avec la bienveillance des MLP, qui ont donné la possibilité à Mondadori de se passer de ses services.

Meurtre entre amis

La stratégie du plan « Défi 2010 » offre une autoroute pour les éditeurs dans laquelle les MLP y trouvent un avantage considérable sans participer aux frais supportés par ailleurs par les NMPP. La transformation de plates-formes de transit en centres de traitement régionaux en ayant recours à une main d'œuvre précaire ne peut qu'engendrer la fuite des éditeurs à gros tirage. Dans cette configuration les MLP peuvent offrir une prestation identique à celle des NMPP tout en étant exemptées des charges d'une distribution au service de tous les types de presse (magazines, quotidiens, hippiques, etc.) et ce quel que soit le nombre d'exemplaires édités.

Comment ne pas y voir des manœuvres allant dans le sens d'une abrogation dans les faits de la loi Bichet quand toutes les restructurations possibles ont été réalisées au sein des NMPP. Des baisses considérables de barèmes ont été accordées par le passé aux éditeurs pour soi-disant contrecarrer la politique tarifaire des MLP et améliorer la situation des diffuseurs de presse. Pour ces derniers, rien n'a été fait et le plan 'Défi 2010' initié par Rémy Pflimlin, directeur général des NMPP pour les rémunérer à leur juste valeur est une goutte d'eau tant le tarissement du réseau de vente a été entretenu pour honorer en priorité les comptes des éditeurs les plus importants.

C'est dans l'air du temps, tout ce qui est assimilé à un héritage social fait l'objet d'attaques en règle. Patrons et gouvernement n'ont qu'un seul objectif : remettre à plat tout ce qui ressemblerait de près ou de loin à des systèmes solidaires (Sécurité sociale, retraite) ou d'intérêt public (SNCF, PTT). Or, les NMPP - tout en ayant le statut de société commerciale - n'en demeurent pas moins investies d'une mission de service public ; conformément aux règles édictées par la loi Bichet du 2 avril 1947 relative aux statuts des coopératives qui lui confient les travaux de groupage et de distribution des journaux et publications périodiques.

Que ce soit de la bouche des éditeurs à l'image de Mondadori ou de celle de la direction des NMPP, nous entendons que les coûts seraient bien moins importants aux MLP.

Cette différence de tarification n'est pas de la responsabilité des salariés des NMPP dès lors que la masse salariale des MLP s'avère aujourd'hui être plus importante que celle de la première société de messagerie de presse.

En effet, la succession des plans sociaux durant ces vingt dernières années et le recours accru à une sous-traitance ont eu raison d'un argument dont la direction des NMPP a usé à un tel point qu'elle est en incapacité aujourd'hui à justifier ses réorganisations.

Mondadori, ferait nous dit-on une économie de 20% sur la distribution des titres qu'il confie aux MLP. La vraie économie résulte surtout dans son entreprise de sabotage d'un outil qui s'oppose à un libéralisme ravageur. D'autres éditeurs ne manqueront pas d'emboîter le pas avec la complicité de la direction générale de NMPP / Presstalis.

Gonesse, le 10 décembre 2009