

+ la Lettre

Les clés de

La presse

La boîte à outils des professionnels de la presse

L'événement

La feuille de route de José Ferreira, réélu à la présidence de MLP

+ Pas de surprise, le 29 juin, à l'issue de l'assemblée générale de MLP, où les sociétaires devaient élire 11 des 12 représentants du conseil d'administration pour une durée de cinq ans, puisque le mandat de François Clavierie (*le Point*) n'était pas remis en jeu. Le président, José Ferreira, a été reconduit par les administrateurs, puis réélu à son poste. Ce qui n'a pas été le cas de son principal opposant, Roland le Néel, qui avait démissionné de la vice-présidence de MLP en juin pour présenter sa propre candidature.

Les 12 administrateurs

Outre François Clavierie et José Ferreira, les dix autres élus du conseil d'administration sont Christophe Dufourg-Burg (Tibesti), qui devient vice-président, Patrick Casasnovas (les Editions Larivière), Christophe Bonicel (Vasco éditions), Alain Guerrini (Panini), Philippe Seban (les Editions d'Acamar), Manuel Ornato (ESI SAS), Michel Moulin (10 médias), Jean-Marie Archereau (Editions Dipa-Burda), Laurent Berrafato (Régi'arm éditions) et Clotilde Bednarek (Artclair éditions).

Son plan de route pour la messagerie

Après une année 2020 marquée par la crise sanitaire et la liquidation de Presstalis, « ma première mission est consolider ce qui a été fait depuis dix-huit mois », nous explique-t-il. Cela passe, pour MLP, par une consolidation de la gouvernance, autour du nouveau conseil d'administration et du comité de direction qu'il dirige déjà. « Nous allons aussi poursuivre la restructuration en interne pour rester compétitif ». A court terme, l'une des priorités est de sécuriser la trésorerie des éditeurs et d'améliorer les délais de règlement, pour une mise en application après l'été. Quant au service marketing, il devra se concentrer sur la commercialité du réseau, afin de mettre à la disposition des dépositaires des données géomarketing, destinées à les aider à multiplier les ouvertures de nouveaux points de vente.

Les gros dossiers en cours de la filière

Parallèlement, José Ferreira poursuivra avec l'Arcep, le régulateur de la distribution de la presse, les discussions autour de deux dossiers cruciaux : l'adoption de nouveaux barèmes pour l'année 2022 (puisque l'Arcep a émis des réserves et demandé des corrections sur les barèmes actuels) et la finalisation du dossier d'agrément. Pour la filière, les dossiers fondamentaux concernent l'assortiment et le plafonnement des quantités (cf. l'article ci-contre), mais aussi l'informatique avec la création d'une société commune avec le SNDP et France messagerie pour la mise en place d'un système d'information commun (autour de la solution Réseau presse du SNDP). « Nous devons aussi finaliser les opérations de rattachement des anciennes zones SAD (avec la mise en place d'une seule facturation, NDLR) et les négociations du nouveau contrat des dépositaires et de leur nouveau cahier des charges », poursuit-il.

Didier Falcand

Une étude passée au crible

Le rapport des Français à l'information et aux médias se dégrade, selon Flint média

+ Selon une étude Ifop pour Flint média, les Français estiment qu'il n'est

Coulisses

L'accord sur l'assortiment enfin signé

Après plusieurs mois de négociations, les principales organisations de la presse (Culture presse, le SEPM, la FNPS, l'Alliance de la presse d'information) et les deux messageries (MLP et France messagerie) se sont enfin mis d'accord. La dernière mouture du texte a été signée et va être envoyée au régulateur, l'Arcep, pour avis. Un autre accord doit maintenant être trouvé par les mêmes acteurs sur le plafonnement des quantités. Ils n'ont que quelques semaines pour y parvenir pour éviter que l'Arcep n'impose des règles elle-même.

Save the date

La Presse au futur en format hybride en décembre à Paris

Deux jours, vingt conférences, quinze ateliers, une soirée des trophées... Le salon la Presse au futur adoptera un format hybride (présentiel classique et digital), les 8 et 9 décembre, autour de quatre thématiques principales : la commercialisation publicitaire (les régies au futur), l'audio (podcasts solutions), les diversifications (livre et presse) et la diffusion.

Talents

Raphaël le Sergent, ex-Colorado groupe, rejoint Acast au poste de customer success manager, où il sera le contact privilégié des podcasteurs hébergés chez Acast France pour répondre à leurs diverses demandes dont les sujets techniques. Marina Houdayer est promue au poste de directrice générale adjointe