

CHAMBRE DES REPRÉSENTANTS
DE BELGIQUE

8 mai 2013

PROPOSITION DE RÉSOLUTION**relative à la distribution des journaux
et périodiques****RAPPORT**FAIT AU NOM DE LA COMMISSION
DE L'ÉCONOMIE, DE LA POLITIQUE SCIENTIFIQUE,
DE L'ÉDUCATION, DES INSTITUTIONS
SCIENTIFIQUES ET CULTURELLES NATIONALES,
DES CLASSES MOYENNES ET DE L'AGRICULTUREPAR
MME **Karine LALIEUX****SOMMAIRE**

Pages

I. Exposé introductif de l'auteur de la proposition de résolution	3
II. Discussion	3
III. Votes.....	6
IV. Annexe: rapport des auditions.....	8
1. Exposés des personnes auditionnées	8
2. Échange de vues avec les membres.....	18

Documents précédents:

Doc 53 **1710/ (2010/2011):**001: Proposition de résolution de Mme Vanheste.
002 et 003: Amendements.**Voir aussi:**

005: Texte adopté par la commission.

BELGISCHE KAMER VAN
VOLKSVERTEGENWOORDIGERS

8 mei 2013

VOORSTEL VAN RESOLUTIE**betreffende de distributie van dagbladen
en tijdschriften****VERSLAG**NAMENS DE COMMISSIE
VOOR HET BEDRIJFSLEVEN, HET
WETENSCHAPSBELEID, HET ONDERWIJS, DE
NATIONALE WETENSCHAPPELIJKE EN CULTURELE
INSTELLINGEN, DE MIDDENSTAND EN DE
LANDBOUW
UITGEBRACHT DOOR
MEVROUW **Karine LALIEUX****INHOUD**

Blz.

I. Inleidende uiteenzetting door de indiener van het voorstel van resolutie.....	3
II. Bespreking.....	3
III. Stemmingen	6
IV. Bijlage: verslag van de hoorzittingen	8
1. Uiteenzettingen van de gehoorde personen ..	8
2. Gedachtewisseling met de leden	18

Voorgaande documenten:

Doc 53 **1710/ (2010/2011):**001: Voorstel van resolutie van mevrouw Vanheste.
002 en 003: Amendementen.**Zie ook:**

005: tekst aangenomen door de commissie.

**Composition de la commission à la date de dépôt du rapport/
Samenstelling van de commissie op de datum van indiening van het verslag**
Président/Voorzitter: Liesbeth Van der Auwera

A. — Titulaires / Vaste leden:

N-VA	Cathy Coudyser, Peter Dedecker, Peter Luykx, Karel Uyttensprot
PS	Isabelle Emmery, Mohammed Jabour, Karine Lalieux, Laurence Meire
CD&V	Leen Dierick, Liesbeth Van der Auwera
MR	Katrin Jadin, Valérie Warzée-Caverenne
sp.a	Ann Vanheste
Ecolo-Groen	Kristof Calvo
Open Vld	Willem-Frederik Schiltz
VB	Peter Logghe
cdH	Joseph George

B. — Suppléants / Plaatsvervangers:

Zuhal Demir, Jan Van Esbroeck, Flor Van Noppen, Steven Vandeput, Bert Wollants
Colette Burgeon, Laurent Devin, Linda Musin
Jenne De Potter, Nathalie Muylle, Jef Van den Bergh
David Clarinval, Corinne De Permentier, Olivier Destrebecq
Caroline Gennez, Bruno Tuybens
Meyrem Almaci, Ronny Balcaen
Mathias De Clercq, Frank Wilrycx
Hagen Goyvaerts, Barbara Pas
Christophe Bastin, Marie-Martine Schyns

N-VA	:	Nieuw-Vlaamse Alliantie
PS	:	Parti Socialiste
MR	:	Mouvement Réformateur
CD&V	:	Christen-Democratisch en Vlaams
sp.a	:	socialistische partij anders
Ecolo-Groen	:	Ecologistes Confédérés pour l'organisation de luttes originales – Groen
Open Vld	:	Open Vlaamse liberalen en democraten
VB	:	Vlaams Belang
cdH	:	centre démocrate Humaniste
FDF	:	Fédéralistes Démocrates Francophones
LDD	:	Lijst Dedecker
MLD	:	Mouvement pour la Liberté et la Démocratie
INDEP-ONAFH	:	Indépendant-Onafhankelijk

Abréviations dans la numérotation des publications:

DOC 53 0000/000:	Document parlementaire de la 53 ^e législature, suivi du n° de base et du n° consécutif
QRVA:	Questions et Réponses écrites
CRIV:	Version Provisoire du Compte Rendu intégral (couverture verte)
CRABV:	Compte Rendu Analytique (couverture bleue)
CRIV:	Compte Rendu Intégral, avec, à gauche, le compte rendu intégral et, à droite, le compte rendu analytique traduit des interventions (avec les annexes) (PLEN: couverture blanche; COM: couverture saumon)
PLEN:	Séance plénière
COM:	Réunion de commission
MOT:	Motions déposées en conclusion d'interpellations (papier beige)

Afkortingen bij de nummering van de publicaties:

DOC 53 0000/000:	Parlementair document van de 53 ^e zittingsperiode + basisnummer en volgnummer
QRVA:	Schriftelijke Vragen en Antwoorden
CRIV:	Voorlopige versie van het Integraal Verslag (groene kaft)
CRABV:	Beknopt Verslag (blauwe kaft)
CRIV:	Integraal Verslag, met links het definitieve integraal verslag en rechts het vertaald beknopt verslag van de toespraken (met de bijlagen) (PLEN: witte kaft; COM: zalmkleurige kaft)
PLEN:	Plenum
COM:	Commissievergadering
MOT:	Moties tot besluit van interpellaties (beigekleurig papier)

Publications officielles éditées par la Chambre des représentants

Commandes:
Place de la Nation 2
1008 Bruxelles
Tél. : 02/ 549 81 60
Fax : 02/549 82 74
www.lachambre.be
e-mail : publications@lachambre.be

Officiële publicaties, uitgegeven door de Kamer van volksvertegenwoordigers

Bestellingen:
Natieplein 2
1008 Brussel
Tel. : 02/ 549 81 60
Fax : 02/549 82 74
www.dekamer.be
e-mail : publicaties@dekamer.be

MESDAMES, MESSIEURS,

Votre commission a examiné la proposition de résolution au cours de ses réunions des 19 mars, 23 et 30 avril 2013. Le 19 mars 2013, elle a procédé aux auditions de MM. Luc Ardies, directeur distribution au sein de l'Union des Entrepreneurs indépendants, l'asbl UNIZO (*Unie van Zelfstandige Ondernemers*), Walter Agosti, président de l'asbl Prodipress, et Tony Vervloet, secrétaire général de la fédération flamande de vendeurs de presse, l'asbl *Vlaamse Federatie van Persverkopers* (VFP), d'une part, et de MM. Guillaume Beuscart, Tom Vermeirsch et Renaud Dupont pour le groupe *Agence et Messageries de la Presse* (AMP), d'autre part. Vous trouverez le rapport de ces auditions en annexe du présent rapport.

La commission a par ailleurs demandé l'avis écrit de M. Dave Camus, qui exploite un magasin de journaux à titre indépendant, ainsi que ceux d'un certain nombre d'éditeurs: la SA *Corelio*, la SA *De Persgroep* et la SA *Roularta Media Group*, l'asbl *The PPress*, la sclr "*Les Journaux Francophones Belges*" et l'asbl "*Union des éditeurs de la Presse Périodique*".

I. — EXPOSÉ INTRODUCTIF DE L'AUTEUR DE LA PROPOSITION DE RÉSOLUTION

Mme Ann Vanheste (sp.a) renvoie au texte de la résolution.

II. — DISCUSSION

Mme Cathy Coudyser et consorts (N-VA) présentent un amendement (n° 1, DOC 1710/002), tendant à insérer les mots "celui des distributeurs" entre les mots "des diffuseurs de presse" et les mots "et celui des éditeurs". Pour de plus amples explications, M. Karel Uyttersprot (N-VA) renvoie à la justification de l'amendement.

*
* *

Mme Ann Vanheste (sp.a) et consorts présentent quatre amendements (nos 2, 3, 4 et 5, DOC 1710/003). Elle renvoie à la justification pour de plus amples explications.

L'amendement n° 2 tend à compléter le considérant unique afin de faire valoir le point de vue du gouvernement, qui souligne la nécessité de disposer d'un vaste réseau de vente pour promouvoir et diffuser les journaux et magazines auprès d'un large public, "tant pour assurer

DAMES EN HEREN,

Uw commissie heeft het voorstel van resolutie besproken tijdens haar vergaderingen van 19 maart en 23 en 30 april 2013. Op 19 maart 2013 vonden hoorzittingen plaats met, enerzijds, de heren Luc Ardies, directeur distributie bij de vzw *Unie van Zelfstandige Ondernemers* (UNIZO), Walter Agosti, voorzitter van de vzw Prodipress, en Tony Vervloet, secretaris-generaal van de vzw *Vlaamse Federatie van Persverkopers* (VFP), en, anderzijds, de heren Guillaume Beuscart, Tom Vermeirsch en Renaud Dupont voor de groep *Agence et Messageries de la Presse* (AMP). Het verslag van die hoorzittingen gaat als bijlage bij dit verslag.

Daarnaast heeft de commissie het schriftelijk advies gevraagd van de heer Dave Camus, zelfstandig krantenwinkeluitbater, en van een aantal uitgevers: de nv *Corelio*, de nv *De Persgroep*, de nv *Roularta Media Group*, de vzw *The PPress*, de cvba *Les Journaux Francophones Belges* en de vzw *Unie van de Uitgevers van de periodieke pers*.

I. — INLEIDENDE UITEENZETTING DOOR DE INDIENER VAN HET VOORSTEL VAN RESOLUTIE

Mevrouw Ann Vanheste (sp.a) verwijst naar de tekst van het voorstel van resolutie.

II. — BESPREKING

Mevrouw Cathy Coudyser c.s. (N-VA) dient een amendement nr. 1 (DOC 1710/002) in, dat ertoe strekt in punt 2 van het voorstel van amendement na het woord "dagbladhandelaars" de woorden "de representatieve vertegenwoordigers van de distributeurs" in te voegen. De heer Karel Uyttersprot (N-VA) verwijst naar de verantwoording voor nadere uitleg.

*
* *

Mevrouw Ann Vanheste (sp.a) c.s. dient de amendementen nrs. 2, 3, 4 en 5 (DOC 1710/003) in, en verwijst naar de verantwoording voor nadere uitleg.

Amendement nr. 2 strekt ertoe de enige considerans aan te vullen, teneinde uitdrukking te geven aan het standpunt van de regering, die de nood aan een breed verkoopnetwerk voor de promotie en de toegankelijkheid van kranten en tijdschriften naar een breed publiek

la viabilité commerciale des journaux et magazines que pour des raisons d'utilité publique afin de garantir à de larges couches de la population l'accès aux médias de l'information." Selon l'intervenante, concrètement, cela revient à dire que les autorités doivent veiller à la commercialisation des journaux et que tout un chacun doit pouvoir lire les produits médiatiques.

L'amendement n° 3 tend à compléter le point 2, afin de faire en sorte qu'en plus d'évaluer les problèmes, on examine quelles sont les possibilités d'accroître le chiffre d'affaires et la rentabilité des magasins de journaux. Plusieurs pistes sont proposées à cet égard.

L'amendement n° 4 tend à préciser, au point 2, que tant les diffuseurs de presse, les éditeurs, les distributeurs qu'un représentant du SPF Économie doivent être associés à la concertation voulue par la proposition de résolution. Cet amendement concorde un tant soit peu avec l'amendement n° 1.

L'amendement n° 5 tend à remplacer le point 3, afin de prévoir qu'après la concertation semestrielle, les membres de cette commission seront informés des résultats de celle-ci et des initiatives qui restent à mettre en œuvre. Ainsi, la concertation est soumise au respect d'un délai et les membres de la commission demeurent informés de son évolution.

M. Willem-Frederik Schiltz (Open Vld) se félicite que l'on insiste sur le rôle de la concertation entre tous les acteurs concernés et que l'on examinera le rôle de *bpost*. Il attend les résultats avec impatience, afin de définir ensuite avec la majorité les actions pouvant être entreprises.

Mme Karine Lalieux (PS) considère que la résolution à l'examen et ses amendements sont équilibrés. Elle espère qu'il sera ainsi possible, avec l'aide du SPF Économie, de renouer le dialogue dans ce secteur. Par le passé, la médiation de ce service public a, en tout état de cause, eu des résultats positifs.

La membre ajoute encore que l'amendement n° 1 a été plus ou moins repris dans un nouvel amendement.

*
* *

Mme Valérie Warzée-Cavarenne (MR) se réjouit de voir que la majorité contribue à une solution. Il importe que distributeurs et commerçants puissent ensemble

onderstreept, "zowel voor de commerciële leefbaarheid van kranten en magazines als wegens het openbaar nut om de toegang tot de nieuwsmedia te waarborgen voor brede lagen van de bevolking". Concreet komt het volgens de spreker erop neer dat de overheid moet zorgen voor de krantenhandel en dat iedereen media-producten moet kunnen lezen.

Amendement nr. 3 strekt ertoe punt 2 aan te vullen, opdat naast een evaluatie van de problemen ook onderzocht moet worden welke mogelijkheden er zijn om de omzet en winstgevendheid van de dagbladhandels te verhogen, waarbij verschillende pistes worden aangegeven.

Amendement nr. 4 strekt ertoe in punt 2 te preciseren dat het door het ontwerp van resolutie nagestreefde overleg dagbladhandelaars, uitgevers, distributeurs, en een vertegenwoordiging van de FOD Economie dient te betrekken. Dit amendement stemt enigszins overeen met amendement nr. 1.

Amendement nr. 5 strekt ertoe punt 3 te vervangen, opdat aan de leden van deze commissie na zesmaandelijks overleg een stand van zaken en nog te ontplooiën initiatieven worden bezorgd. Op deze wijze wordt tijdsdruk op het overleg gezet en blijven de leden van de commissie op de hoogte van de evolutie van het overleg.

De heer Willem-Frederik Schiltz (Open-Vld) juicht het feit toe, dat nadruk wordt gelegd op het overleg tussen alle betrokken actoren en dat de rol van *bpost* zal worden onderzocht. Hij kijkt uit naar de resultaten, om dan met de meerderheid te bepalen welke acties kunnen worden ondernomen.

Mevrouw Karine Lalieux (PS) beschouwt de ter bespreking voorliggende resolutie met haar amendementen als evenwichtig. Ze hoopt dat op deze wijze en mede dankzij de rol van de FOD Economie dialoog in de sector opnieuw mogelijk wordt. In het verleden heeft de bemiddeling van deze overheidsdienst in ieder geval reeds tot positieve resultaten geleid.

Het lid voegt er nog aan toe, dat het amendement nr. 1 enigszins werd overgenomen in een nieuw amendement.

*
* *

Mevrouw Valérie Warzée-Cavarenne (MR) verheugt zich over de bijdrage tot een oplossing vanwege de meerderheid. Het is belangrijk dat distributeurs en

apporter une réponse aux difficultés économiques qu'ils rencontrent. En ce qui concerne l'amendement n° 4, il est souhaitable, ainsi que l'avaient convenu les signataires de l'amendement, que la médiation passe par un représentant du "SPF Économie" tout simplement, et non du "SPF Économie Direction du Contrôle et de la Médiation".

*
* *

Mme Karine Lalieux (PS) approuve ce point de vue. Il est d'usage que le service public désigne lui-même la personne compétente. La membre propose par conséquent de supprimer les mots "Direction du Contrôle et de la Médiation".

*
* *

Mme Liesbeth Van der Auwera (CD&V), présidente, demande si tous les membres marquent leur accord sur la modification technique proposée. Les membres de la commission votent cette modification à l'unanimité. Par conséquent, les mots "SPF Économie Direction du Contrôle et de la Médiation" figurant dans l'amendement n° 4 sont remplacés par les mots "SPF Économie".

*
* *

M. Joseph George (cdH) souligne deux éléments: d'une part, la concertation entre les parties et, d'autre part, la compétence de la commission de l'Économie, de la Politique scientifique, de l'Éducation, des Institutions scientifiques et culturelles nationales, des Classes moyennes et de l'Agriculture.

*
* *

Mme Leen Dierick (CD&V) indique que les auditions ont montré que la distribution des quotidiens et des hebdomadaires pose problème. L'intervenante approuve les amendements à l'examen. Ce qui importe surtout, c'est la concertation associant toutes les parties, pas seulement les diffuseurs de presse et les éditeurs, mais également les distributeurs. L'intervention d'un médiateur issu du SPF Économie est également utile. Il est toutefois jugé opportun de maintenir la pression, grâce au bilan semestriel, qui permet à la commission de suivre la concertation et de faire en sorte que l'on aboutisse à des résultats.

*
* *

handelaren de economische moeilijkheden, die zij ondervinden, samen een antwoord kunnen bieden. Wat amendement nr. 4 betreft, is het wenselijk om, zoals de ondertekenaars van het amendement hadden afgesproken, de bemiddeling te doen verlopen met een vertegenwoordiger van, kortweg, de "FOD Economie", en niet de "FOD Economie Directie controle en bemiddeling".

*
* *

Mevrouw Karine Lalieux (PS) beaamt dit standpunt. Gewoonlijk komt het aan de overheidsdienst toe om zelf de bevoegd persoon aan te wijzen. Het lid stelt voor om de woorden "Directie controle en bemiddeling" bijgevolg te schrappen.

*
* *

Voorzitter Liesbeth Van der Auwera (CD&V), vraagt of alle leden met de voorgestelde technische wijziging van dit amendement akkoord gaan. De leden van de commissie stemmen eenparig in met deze wijziging. Bijgevolg worden in amendement nr. 4 de woorden "FOD Economie Directie controle en bemiddeling" vervangen door de woorden "FOD Economie".

*
* *

De heer Joseph George (cdH) legt de nadruk op twee elementen: enerzijds het overleg tussen partijen en anderzijds de bevoegdheid van de commissie voor het Bedrijfsleven, het Wetenschapsbeleid, het Onderwijs, de Nationale Wetenschappelijke en Culturele Instellingen, de Middenstand en de Landbouw.

*
* *

Volgens *mevrouw Leen Dierick (CD&V)* is uit de hoorzittingen gebleken dat de verdeling van dag- en weekbladen met problemen kampt. Ze schaaft zich achter de voorliggende amendementen. Vooral van belang is het overleg, waarbij alle partijen betrokken zijn, niet alleen dagbladhandelaars en uitgevers, maar ook distributeurs. Het optreden van een bemiddelaar vanuit de FOD Economie is tevens nuttig. Een stok achter de deur wordt echter wenselijk geacht, wat door de zesmaandelijks stand van zaken wordt bewerkstelligd, waarbij de commissie het overleg kan opvolgen en erop toezien dat er resultaten worden boekt.

*
* *

M. Karel Uyttensprot (N-VA) indique que la discussion a été constructive. Il regrette les réticences de la majorité quant à une cosignature de l'amendement n° 4, qui, en réalité, émane de son groupe politique.

*
* *

M. Kristof Calvo (Ecolo-Groen) estime que la proposition de résolution, qui, initialement, était formulée dans des termes plutôt abstraits, a reçu un contenu plus concret grâce aux amendements. Il attend avec impatience les résultats de la concertation. Il juge l'attitude de la majorité à l'égard du groupe de l'intervenant précédent assez mesquine, d'autant qu'il ne s'agit pas d'une thématique polémique. Mieux vaut se garder de reprendre un amendement de l'opposition pratiquement mot pour mot pour le signer ensuite. En ce qui le concerne, il soutient la proposition et les amendements.

III. — VOTES

A. Considérants

Considérant unique

L'amendement n° 2 est adopté à l'unanimité.

Le considérant, ainsi modifié, est adopté à l'unanimité.

B. Points du dispositif

Point 1

Le point 1 est adopté à l'unanimité.

Point 2

L'amendement n° 1 est rejeté par 10 voix contre 4.

L'amendement n° 4 est adopté à l'unanimité.

L'amendement n° 3 est adopté à l'unanimité.

Le point 2, ainsi modifié, est adopté à l'unanimité.

De heer Karel Uyttensprot (N-VA) stelt dat de discussie constructief was. Hij betreurt de weigerachtige houding van de meerderheid tegenover een medeondertekening van het amendement nr. 4, dat eigenlijk door de fractie, waartoe hij behoort, werd ingegeven.

*
* *

De heer Kristof Calvo (Ecolo-Groen) meent dat het aanvankelijk veeleer abstract geformuleerde voorstel van resolutie door de amendementen meer inhoud heeft gekregen. Hij kijkt uit naar de uitkomsten van het overleg. Hij vindt de houding van de meerderheid ten aanzien van de fractie, waartoe de vorige spreker behoort, ietwat kleingeestig, temeer het om een niet-polemisch thema gaat. Het bijna woordelijk overnemen van een amendement van de oppositie en het dan zelf ondertekenen, kan men beter vermijden. De spreker zelf steunt het voorstel en de amendementen.

III. — STEMMINGEN

A. Consideransen

Enige considerans

Amendement nr. 2 wordt eenparig aangenomen.

De aldus gewijzigde considerans wordt aldus eenparig aangenomen.

B. Punten van het verzoekend gedeelte

Punt 1

Punt 1 wordt eenparig aangenomen.

Punt 2

Amendement nr. 1 wordt verworpen met 10 tegen 4 stemmen.

Amendement nr. 4 wordt eenparig aangenomen.

Amendement nr. 3 wordt eenparig aangenomen.

Punt 2, aldus gewijzigd, wordt eenparig aangenomen.

Point 3

L'amendement n° 5 est adopté à l'unanimité.

Le point 3, ainsi modifié, est adopté à l'unanimité.

L'ensemble de la proposition de résolution, telle qu'elle a été modifiée, en ce compris un certain nombre de corrections d'ordre technique et linguistique, est adopté à l'unanimité.

La rapporteuse,

Karine LALIEUX

La présidente,

Liesbeth
VAN DER AUWERA

Punt 3

Amendement nr. 5 wordt eenparig aangenomen.

Punt 3, aldus gewijzigd, wordt eenparig aangenomen.

Het aldus geamendeerde gehele voorstel van resolutie, met inbegrip van een aantal technische en taalkundige verbeteringen, wordt eenparig aangenomen.

De rapporteur,

Karine LALIEUX

De voorzitter,

Liesbeth
VAN DER AUWERA

IV. — ANNEXE RAPPORT DES AUDITIONS

1. Exposés des personnes auditionnées

MM. Luc Ardies, directeur distribution au sein de l'Union des Entrepreneurs indépendants, l'asbl *UNIZO* (*Unie van Zelfstandige Ondernemers*), Walter Agosti, président de l'asbl *Prodipress*, et Tony Vervloet, secrétaire général de la fédération flamande de vendeurs de presse, l'ASBL *Vlaamse Federatie van Persverkopers* (VFP) font une présentation commune. Le premier intervenant abordera la situation générale de la distribution, le second évoquera les problèmes y relatifs et le dernier proposera des solutions.

Ensuite, MM. Guillaume Beuscart, CEO et Tom Vermeirsch, *directeur commercial*, exposeront le point de vue du groupe *Agence et Messageries de la Presse* (AMP).

A. Audition de M. Luc Ardies, directeur distribution au sein d'UNIZO

1. Présentation du secteur UNIZO

M. Luc Ardies, directeur distribution chez UNIZO, indique que *Prodipress* et la *Vlaamse Federatie van Persverkopers* représentent les intérêts des diffuseurs de presse indépendants établis en Belgique. *Prodipress* agit pour les diffuseurs de presse établis à Bruxelles et en Wallonie. La *Vlaamse Federatie van Persverkopers* défend les intérêts des diffuseurs de presse flamands.

Par ailleurs, *Buurtsuper.be* est la fédération professionnelle qui défend les intérêts des commerces indépendants de produits alimentaires. Un grand nombre de ces commerces vend, en complément des produits alimentaires, également des produits de presse.

L'orateur souligne que les membres d'UNIZO, de *Prodipress* et de la VFP sont donc tous des diffuseurs de presse indépendants. Il s'agit plus précisément d'indépendants qui - soit à titre principal, soit comme une partie de leurs activités — vendent des produits de presse sans faire partie d'une entreprise plus large. Ils remplissent, aussi bien dans les villes que dans les petites localités, une fonction sociale essentielle de commerce de proximité. En effet, de plus en plus de personnes retournent en ville et les personnes âgées souhaitent rester autonomes le plus longtemps possible. M. Luc Ardies souligne que ces magasins ont donc encore un avenir.

IV. — BIJLAGE VERSLAG VAN DE HOORZITTINGEN

1. Uiteenzettingen van de gehoorde personen

De heren Luc Ardies, directeur distributie bij de vzw *Unie van Zelfstandige Ondernemers* (UNIZO), Walter Agosti, voorzitter van de vzw *Prodipress*, en Tony Vervloet, algemeen secretaris van de vzw *Vlaamse Federatie van Persverkopers* (VFP), houden een gezamenlijke presentatie. De eerste spreker zal de algemene situatie van de distributie schetsen, de tweede zal de problemen beschrijven die zich in dat verband voordoen en de derde zal oplossingen voorstellen.

De heren Guillaume Beuscart, ceo, en Tom Vermeirsch, commercieel directeur, zullen tot slot het standpunt van de groep *Agence et Messageries de la Presse* (AMP) uiteenzetten.

A. Hoorzitting met de heer Luc Ardies, directeur distributie bij UNIZO

1. Voorstelling van de sector van de persverkopers

De heer Luc Ardies, directeur distributie bij UNIZO, geeft aan dat *Prodipress* en de *Vlaamse Federatie van Persverkopers* de belangen van de onafhankelijke in België gevestigde dagbladhandelaren vertegenwoordigen. *Prodipress* komt op voor de dagbladhandelaren in Brussel en Wallonië, terwijl de *Vlaamse Federatie van Persverkopers* de belangen van de Vlaamse persverkopers behartigt.

Buurtsuper.be is dan weer de beroepsfederatie die de onafhankelijke voedingswinkels vertegenwoordigt. In heel wat van die winkels zijn naast voedingsproducten ook dagbladen of tijdschriften te koop.

De spreker onderstreept dat de leden van UNIZO, *Prodipress* en VFP dus allen zelfstandige dagbladhandelaren zijn. Het zijn meer bepaald zelfstandigen die — hetzij als hoofdactiviteit, hetzij als onderdeel van hun activiteiten — kranten of tijdschriften verkopen zonder tot een groter bedrijf te behoren. Zowel in de stad als in kleine dorpen vervullen die buurtwinkels een wezenlijke sociale functie. Steeds meer mensen gaan immers opnieuw in de stad wonen en oudere personen willen graag zo lang mogelijk autonoom blijven. De heer Luc Ardies benadrukt dat die winkels dus nog een toekomst hebben.

Celui-ci indique également que la plus-value sociale des diffuseurs de presse indépendants va toutefois au-delà de leur enracinement dans la communauté locale. En effet, grâce à leur offre de produits très large — qui comprend en moyenne environ 1 500 titres de presse différents — les diffuseurs de presse jouent également un rôle essentiel dans la préservation de la liberté de presse et du pluralisme des médias. Enfin, les 3 000 diffuseurs de presse indépendants ont à l'évidence également une fonction économique importante.

2. Les défis pour le secteur

Les diffuseurs de presse sont à l'heure actuelle confrontés à de sérieux problèmes. Le nombre de commerces amené à fermer ses portes va croissant.

Les diffuseurs de presse indépendants sont en particulier confrontés à une baisse des ventes, une charge de travail élevée, de longues heures de travail et des marges bénéficiaires très réduites. En outre, ils souffrent d'une concurrence toujours plus forte qui menace leur offre traditionnelle de produits (presse, tabac et jeux d'hasard).

Les fédérations professionnelles reconnaissent qu'il n'y a pas de solutions toutes faites, afin de résoudre ces problèmes. Il s'agit de questions qui sont à la fois propres à la profession de diffuseur de presse et liées aux modes de consommation de la société. D'ailleurs, la proposition de résolution à l'examen ne vise pas à solutionner tous ces problèmes.

M. Luc Ardies insiste pour que des mesures concrètes soient prises afin de mettre fin au monopole d'AMP.

B. Audition de M. Walter Agosti, président de Prodipress

1. La position dominante d'AMP

L'intervenant souligne que le marché belge de la distribution d'produits de presse aux détaillants est presque entièrement dominé par AMP.

AMP a en effet conclu avec la plupart des éditeurs des accords exclusifs pour la distribution de leurs produits de presse en Belgique. AMP dispose ainsi de droits exclusifs pour la distribution des principaux journaux néerlandophones (*De Morgen*, *De Nieuwe Gazet*, *De Standaard*, *De Tijd*, *Het Belang van Limburg*, *Het Laatste Nieuws* et *Het Nieuwsblad*) et francophones (*La*

Hij voegt daaraan toe dat de sociale meerwaarde van de zelfstandige dagbladhandelaren evenwel verder reikt dan hun verankering in de lokale gemeenschap. Door hun uitgebreid aanbod van producten — gemiddeld zo'n 1 500 verschillende titels — spelen de persverkopers ook een essentiële rol in de bescherming van de persvrijheid en van het pluralistisch karakter van de media. Ten slotte hebben de 3 000 zelfstandige dagbladhandelaren vanzelfsprekend ook een belangrijke economische functie.

2. De uitdagingen voor de sector

De krantenwinkels worden momenteel geconfronteerd met ernstige moeilijkheden. Het aantal winkels dat de deuren moet sluiten neemt toe.

De onafhankelijke krantenwinkels worden meer bepaald geconfronteerd met een verkoopsdaling, een hoge werkdruk, lange arbeidstijden en zeer lage winstmarges. Daarnaast hebben ze te lijden van een almaar sterkere concurrentie die hun traditionele productenaanbod (pers, tabak en kansspelen) in gevaar brengt.

De beroepsverenigingen erkennen dat er geen passende oplossingen voorhanden zijn om die pijnpunten op te lossen. Het gaat om vraagstukken die tegelijkertijd specifiek zijn voor het beroep van dagbladhandelaar én verband houden met de consumptiepatronen van de samenleving. Overigens beoogt het ter bespreking voorliggende voorstel van resolutie niet al die knelpunten op te lossen.

De heer Luc Ardies dringt erop aan dat concrete maatregelen worden genomen om een einde te stellen aan het monopolie van AMP.

B. Hoorzitting met de heer Walter Agosti, voorzitter van Prodipress

1. De machtspositie van AMP

De heer Walter Agosti, voorzitter van Prodipress, beklemtoont dat de Belgische markt voor de distributie van persmediaproducten aan de detailhandelaars vrijwel geheel wordt gedomineerd door AMP.

AMP heeft met de meeste uitgevers immers exclusieve overeenkomsten gesloten voor de distributie van hun persmediaproducten in België. Zo beschikt AMP over de exclusieve rechten voor de distributie van de belangrijkste Nederlandstalige kranten (*De Morgen*, *De Nieuwe Gazet*, *De Standaard*, *De Tijd*, *Het Belang van Limburg*, *Het Laatste Nieuws* en *Het Nieuwsblad*)

Dernière Heure, La Libre Belgique et Le Soir). En outre, AMP possède des droits exclusifs sur les magazines les plus populaires en Flandre (*Dag Allemaal, Flair, Feeling, Goed Gevoel, Humo, Joepie, Knack, Libelle, Story, TeVe-Blad, Trends, TV-Familie et Vitaya*), à Bruxelles et en Wallonie (*Flair, Gaël, Marie-Claire, Télépro, Télémoustique, Trends Tendances et LeVif/L'Express*).

Il en résulte que tous les diffuseurs de presse sont, *de facto*, obligés de travailler avec AMP. Dans ce contexte, les diffuseurs de presse sont tenus de signer la convention-type d'AMP, à savoir les "Conditions Générales de Fourniture de Presse" (ci-après CGFP). Les conditions discriminatoires, non équitables et/ou déraisonnables qui sont imposées par AMP dans ces conditions ou dans le contexte de ces dernières ont toutefois pour conséquence que les diffuseurs de presse n'ont plus aucune liberté dans la gestion de leur commerce. Les conditions de distribution sont dictées de manière unilatérale par AMP.

Il convient donc de constater que le marché actuel de l'organisation logistique de la fourniture et du retour d'produits de presse en Belgique est gravement déséquilibré laissant les diffuseurs de presse en proie à l'arbitraire d'AMP. Il s'agit d'un problème structurel évident qui n'est pas en ligne avec les règles de la concurrence.

2. La violation des règles de la concurrence

L'exclusivité obtenue par AMP dans ses accords avec les éditeurs pour la distribution des principaux journaux et magazines constitue une restriction verticale prohibée (art. 101 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, ci-après TFUE et art. 2 de la loi sur la protection de la concurrence économique, ci-après LPCE). En effet, il en résulte un verrouillage du marché de la distribution d'produits de presse en Belgique, étant donné que d'autres distributeurs — comme *Imapress* et *Tondeur Diffusion* — sont désormais exclus de ce marché.

AMP viole également l'interdiction d'abus de position dominante (art. 102 TFUE et art. 3 LPCE) dans la mesure où les modifications unilatérales et/ou l'application de conditions contractuelles discriminatoires, non équitables ou déraisonnables pour la fourniture et le retour des produits de presse constituent un abus manifeste de sa position dominante. A titre d'illustration, il peut être renvoyé aux modifications unilatérales du système des retours généraux et exceptionnels qui sont déjà citées dans la proposition de résolution.

en Franstalige dagbladen (*La Dernière Heure, La Libre Belgique en Le Soir*). Daarnaast bezit AMP exclusieve rechten op de populairste tijdschriften in Vlaanderen (*Dag Allemaal, Flair, Feeling, Goed Gevoel, Humo, Joepie, Knack, Libelle, Story, TeVe-Blad, Trends, TV-Familie en Vitaya*), alsook in Brussel en Wallonië (*Flair, Gaël, Marie-Claire, Télépro, Télémoustique, Trends en Trends LeVif/L'Express*).

Daaruit volgt dat alle dagbladhandelaars *de facto* gedwongen zijn te werken met AMP. In die context zijn de dagbladhandelaars verplicht de standaardovereenkomst met AMP voor persleveringen te ondertekenen, namelijk de "Algemene Voorwaarden voor de Levering van Pers" (AVLP). De discriminatoire, onbillijke en/of onredelijke voorwaarden die AMP middels die AVLP of tegen de achtergrond ervan oplegt, hebben evenwel tot gevolg dat de dagbladhandelaars niet langer vrij hun handelszaak kunnen beheren. De distributievoorzwaarden worden eenzijdig gedictéerd door AMP.

Men kan dus niet om de vaststelling heen dat de huidige markt voor de logistieke organisatie van levering en ophaling van persartikelen in België ernstig uit balans is, waarbij de dagbladhandelaars ten prooi vallen aan de willekeur van AMP. Het gaat om een evident structureel knelpunt dat niet in overeenstemming is met de mededingingsregels.

2. De overtreding van de mededingingsregels

De exclusiviteit die AMP verkrijgt via zijn overeenkomsten met uitgevers voor de distributie van de belangrijkste kranten en tijdschriften is een verboden verticale beperking (artikel 101 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie, hierna afgekort tot VWEU en art. 2 van de wet tot bescherming van de economische mededinging, gecoördineerd op 15 september 2006, hierna afgekort tot WBEM). Zulks resulteert immers in een afscherming van de Belgische distributiemarkt voor persmediaproducten, aangezien andere distributeurs, zoals *Imapress* en *Tondeur Diffusion*, voortaan van die markt zijn uitgesloten.

Voorts schendt AMP het verbod op misbruik van een machtspositie (artikel 102 VWEU en artikel 3 WBEM), aangezien de eenzijdige wijzigingen en/of toepassing van discriminerende, onbillijke of onredelijke contractvoorwaarden voor de levering en terugzending van de persmediaproducten een kennelijk misbruik van zijn machtspositie inhoudt. Ter illustratie kan worden verwezen naar de eenzijdige wijziging van de reeds in het voorstel van resolutie aangehaalde regeling voor algemene en buitengewone retours.

3. Les antécédents procéduraux

Les associations professionnelles auditionnées (*UNIZO*, *VFP* et *Prodipress*) ont déjà dû mener de multiples procédures judiciaires afin de défendre les intérêts de leurs membres. Elles ont, ainsi, déposé une plainte contre *AMP* auprès du Conseil de la Concurrence le 2 mars 2010. Cette plainte est actuellement toujours en phase d'instruction.

En outre, la cour d'appel de Bruxelles a confirmé, dans un arrêt du 29 mai 2012, qu'*AMP* a abusé de sa position dominante en appliquant, subitement et sans concertation préalable, à partir de janvier 2009, un tarif plus de deux fois supérieur à son tarif précédent pourtant prévu dans les CGFP pour le transport tertiaire, c'est-à-dire les frais pour le transport du centre de distribution local d'*AMP* aux diffuseurs de presse et retour. Selon M. Agosti, doubler unilatéralement un tarif, en violation du contrat, constitue par excellence un abus de position dominante. En effet, *AMP* sait que les diffuseurs de presse n'ont pas d'alternative, ce qui constitue bien le problème majeur.

Par ailleurs, l'intervenant ajoute qu'*AMP* viole l'arrêt en ne lui donnant que partiellement suite, et ce, dans le but de rester incontournable. Les associations professionnelles se sont ainsi vu contraintes d'entamer de nouvelles procédures collectives, afin de demander d'une part, des astreintes (cette demande sera traitée en juin 2013 devant les juges) et, d'autre part, le remboursement des montants excessifs payés dans le passé (la procédure collective relative à ce problème sera lancée prochainement).

4. Nouvelles formes d'abus

M. Agosti regrette néanmoins qu'*AMP* ne soit pas impressionnée par ces procédures et ces condamnations. Il estime également que les diffuseurs de presse sont quotidiennement confrontés à de nouvelles formes d'abus, comme c'est le cas avec le nouveau système de retour introduit par *AMP*.

Ce système a mené à une approche exagérément formaliste qui, en outre, va de pair avec de nombreux problèmes dans le système de comptage automatique. Malgré ces déficiences, chaque différence entre la déclaration du diffuseur de presse et le comptage d'*AMP* est systématiquement sanctionnée au détriment du diffuseur de presse. Ce nouveau système de retour mène donc à des pertes financières considérables pour le diffuseur de presse. Ceci a également été confirmé

3. De procedurele antecedenten

De gehoorde beroepsverenigingen (*UNIZO*, *VFP* en *Prodipress*) hebben al verscheidene gerechtelijke procedures moeten voeren om de belangen van hun leden te verdedigen. Zo hebben ze op 2 maart 2010 tegen *AMP* een klacht ingediend bij de Raad voor de Mededinging. Momenteel loopt het onderzoek naar die klacht nog.

Voorts heeft het Hof van Beroep te Brussel bij een arrest van 29 mei 2012 bevestigd dat *AMP* zijn machtspositie heeft misbruikt door vanaf januari 2009 plotseling en zonder overleg een meer dan tweemaal zo hoog tarief aan te rekenen als zijn voorgaande tarief, dat nochtans in de AVLP was vastgelegd voor het tertiaire vervoer, dat wil zeggen de kosten voor het transport van het plaatselijke *AMP*-distributiecentrum naar de dagbladhandelaars en voor de retours. Een tarief eenzijdig én in strijd met de overeenkomst verdubbelen, is volgens de heer Agosti een schoolvoorbeeld van misbruik van een machtspositie. *AMP* weet immers dat de krantenwinkels geen alternatief hebben; dat is wel degelijke de grootste moeilijkheid.

De spreker voegt daar nog aan toe dat *AMP* het arrest schendt door er slechts gedeeltelijk gevolg aan te geven, met als doel een speler te blijven waar je niet omheen kunt. Zo hebben de beroepsverenigingen zich genoodzaakt gezien nieuwe collectieve rechtsgedingen in te stellen, teneinde enerzijds dwangsommen te vorderen (die vordering zal in juni 2013 voor het gerecht worden behandeld), en anderzijds de terugbetaling te vorderen van de in het verleden betaalde buitensporige bedragen (het rechtsgeding in verband met dat vraagstuk wordt eerlang ingesteld).

4. Nieuwe vormen van misbruik

De heer Agosti betreurt niettemin dat *AMP* niet onder de indruk is van die procedures en veroordelingen. Tevens meent hij dat de dagbladhandelaars dagelijks worden geconfronteerd met nieuwe vormen van misbruik, zoals dat het geval is met het nieuwe retoursysteem dat *AMP* heeft ingesteld.

Dit systeem heeft geleid tot een overdreven formalistische aanpak, die bovendien voor nieuwe problemen met het automatische telsysteem zorgt. Ondanks die tekortkomingen wordt elk verschil tussen de verklaring van de dagbladhandelaars en de *AMP*-telling systematisch in het nadeel van de dagbladhandelaars afgerekend. Dit nieuwe retoursysteem zadelt de dagbladhandelaars dus met aanzienlijke financiële verliezen op, wat ook werd bevestigd in het verslag van de Economische Inspectie.

dans le rapport de l'Inspection économique. Le ministre Vande Lanotte a déclaré, à juste titre, le 26 février 2013, en commission de l'Economie, que le nouveau système de retour d'AMP est structurellement déficient.

AMP prétend que le pourcentage total d'erreurs reste en dessous d'1 % du total des retours, mais selon l'intervenant, cela n'apporte rien au diffuseur de presse dont les retours sont mal comptés. Pour ce diffuseur de presse il s'agit parfois de pertes financières importantes qui, bien que causées par une erreur d'AMP, sont intégralement mises à sa charge. *Prodipress* estime qu'imputer ses propres erreurs au partenaire contractuel le plus faible est constitutif d'un abus de position dominante.

L'article V.2.1. des CGFP prévoit en outre que les plus petits diffuseurs de presse qui réalisent un chiffre d'affaires annuel net inférieur à 31 662,96 euros (à indexer) doivent payer une redevance complémentaire de 110 euros par mois pour la participation aux "frais de structure". Selon M. Agosti, il s'agit d'une taxe discriminatoire ayant pour résultat d'imposer encore plus lourdement les plus petits diffuseurs de presse, déjà dans une situation financière précaire.

En outre, les diffuseurs de presse indépendants ont dû très récemment constater qu'AMP essaie d'étendre sa position dominante à la fourniture de livres et bandes dessinées. AMP a en effet convenu avec la société anonyme *WPG Uitgevers België* — le plus grand éditeur de livres et de bandes dessinées de Flandre — une exclusivité pour la fourniture des livres et des bandes dessinées édités par WPG à tous les diffuseurs de presse qui ont signé les CGFP. En pratique cela concerne tous les diffuseurs de presse. L'abus réside dans le fait qu'AMP opère, dans cette convention concernant uniquement les livres et les bandes dessinées, un lien avec les CGFP qui n'ont pourtant trait qu'aux produits de presse. Quand les diffuseurs de presse signent les CGFP, ils n'ont pas l'intention d'étendre la collaboration avec AMP à la fourniture de livres et de bandes dessinées. En concluant une telle convention exclusive avec WPG, AMP met les diffuseurs de presse devant le fait accompli: ils ne peuvent plus recevoir les livres et les bandes dessinées de WPG que par le biais d'AMP. De cette façon, AMP élimine un des derniers concurrents sur le marché, *Imapress*.

Depuis la mi-février 2013, *Imapress* ne fournit plus de livres et de bandes dessinées de WPG aux diffuseurs de presse avec lesquels *Imapress* a conclu une convention de fournitures de livres et bandes dessinées. Par ailleurs, *Imapress* a intenté des procédures afin de continuer à être livré et a démontré clairement que la

minister Vande Lanotte heeft op 26 februari 2013 in de commissie voor het Bedrijfsleven terecht verklaard dat het nieuwe AMP-retoursysteem met structurele tekortkomingen kampt.

AMP beweert dat het totale foutenpercentage minder dan 1 % bedraagt van alle terugzendingen, maar volgens de spreker brengt dat voor de dagbladhandelaar geen zoden aan de dijk wanneer zijn terugzendingen fout worden geteld. Aldus lijdt die dagbladhandelaar soms een aanzienlijk financieel verlies dat, hoewel het aan een vergissing van AMP te wijten is, integraal door de dagbladhandelaar wordt gedragen. *Prodipress* meent dat AMP zijn machtspositie misbruikt door zijn eigen fouten in de schoenen van de zwakste contractuele partner te schuiven.

Artikel V.2.1. van de AVLVP bepaalt bovendien dat de kleinere Dagbladhandelaars met een netto jaaromzet van minder dan 31 662,96 euro (te indexeren bedrag) een extra heffing van 110 euro per maand moeten betalen voor hun deelname aan de "structuurkosten". Volgens de heer Agosti is dit een discriminatoire heffing die nog zwaarder weegt op de kleinere dagbladhandelaars, terwijl die het sowieso al financieel moeilijker hebben.

Bovendien hebben de zelfstandige dagbladhandelaars zeer recent moeten vaststellen dat AMP zijn dominante positie probeert te verruimen tot de levering van boeken en strips. AMP is immers met *WPG Uitgevers België* nv (Vlaanderens grootste uitgever van boeken en strips) overeengekomen dat AMP het alleenrecht verwerft voor de levering van door WPG uitgegeven boeken en strips aan alle perswinkels die de AVLVP hebben ondertekend. In de praktijk werden die voorwaarden door *alle* dagbladhandelaars ondertekend. Het misbruik ligt in het feit dat AMP in die overeenkomst, die alleen betrekking heeft op boeken en strips, een verband legt met de voormelde AVLVP, hoewel die louter op persartikelen betrekking hebben. Dagbladhandelaars die de AVLVP ondertekenen, hebben niet de bedoeling de samenwerking met AMP te verruimen tot de levering van boeken en strips. Door een dergelijke exclusiviteitsovereenkomst met WPG aan te gaan, stelt AMP de dagbladhandelaars voor voldongen feiten: de door WPG uitgegeven boeken strips zijn alleen nog via AMP te verkrijgen. Aldus maakt AMP komaf met één van zijn laatste concurrenten op de markt, *Imapress*.

Sinds medio februari 2013 levert *Imapress* geen boeken en strips van WPG meer aan de dagbladhandelaars waarmee *Imapress* een overeenkomst heeft gesloten voor de levering van boeken en strips. Voorts is *Imapress* naar de rechter gestapt om de boeken en strips van WPG te blijven betrekken en heeft het bedrijf

clause d'exclusivité entre *AMP* et *WPG* viole le droit de la concurrence. En tout état de cause, ces actes d'*AMP* sont, selon *Prodipress*, une nouvelle illustration de la manière dont *AMP* abuse de sa position dominante envers les diffuseurs de presse. En effet, *AMP* s'impose, sans négociations ni accord préalable des diffuseurs de presse, comme le seul distributeur de livres et de bandes dessinées de l'éditeur le plus important en Flandre.

M. Agosti regrette aussi l'absence de concertation entre *AMP* et les diffuseurs de presse depuis 2010.

5. Les subsides de l'État pour *bpost*

Les diffuseurs de presse sont également désavantagés par les importants subsides que *bpost* reçoit annuellement de l'État pour distribuer les journaux aux particuliers. Un tel soutien n'est pas prévu pour les diffuseurs de presse qui distribuent pourtant aussi les journaux au grand public et qui fournissent donc en quelque sorte le même service que *bpost*. Les diffuseurs de presse doivent au contraire payer annuellement environ 14 millions d'euros à *AMP* au titre des frais de port tertiaire afin d'être livré par cette dernière.

C. Audition de M. Tony Vervloet, secrétaire général de la Vlaamse Federatie van Persverkopers (VFP)

1. L'interdiction de la distribution exclusive

Il convient de mettre fin au système par lequel les éditeurs de presse accordent la distribution exclusive de leurs produits de presse à un seul distributeur. Ce système mène non seulement à un cloisonnement du marché de la distribution, mais aussi à une distorsion de la concurrence sur ce marché. Les conventions d'exclusivité ont, en effet, pour conséquence que les diffuseurs de presse ne peuvent pas choisir eux-mêmes un distributeur avec lequel ils peuvent négocier des conditions concurrentielles. Bien au contraire, en raison de l'exclusivité, ils sont dépendants d'un seul distributeur qui impose ses propres conditions.

Il faut agir à court terme dans l'intérêt des libraires et diffuseurs de presse et il n'y a aucune raison objective à maintenir cette exclusivité, contrairement à ce que prétend *AMP*. Selon cette dernière, si plusieurs distributeurs fournissaient en même temps les mêmes produits auprès des diffuseurs de presse, cela pourrait mener à des problèmes d'identification des retours. M. Vervloet estime que cela ne justifie en aucun cas l'octroi d'une

clairement démontré que la exclusiviteitsovereenkomst tussen *AMP* en *WPG* het concurrentierecht schendt. Hoe dan ook toont deze handelwijze van *AMP* volgens *Prodipress* nogmaals aan hoe *AMP* misbruik maakt van zijn machtspositie ten aanzien van de dagbladhandelaars. *AMP* dringt zich immers op als de enige distributeur van boeken en strips van de grootste uitgever van Vlaanderen, zonder daarover met de dagbladhandelaars te hebben onderhandeld en zonder hun voorafgaande toestemming.

De heer Agosti betreurt dat sinds 2010 geen sprake meer is van overleg tussen *AMP* en de dagbladhandelaars.

5. De overheidssubsidies voor *bpost*

Tevens worden de perswinkels benadeeld door de aanzienlijke subsidies die *bpost* jaarlijks van de overheid ontvangt om kranten aan privépersonen te bestellen. De dagbladhandelaars, die nochtans evengoed de kranten aan het publiek bestellen en die dus in zekere zin dezelfde dienst verlenen als *bpost*, moeten het zonder die steun stellen. Sterker nog: de dagbladhandelaars moeten *AMP* jaarlijks ongeveer 14 miljoen euro tertiaire portokosten betalen om hun levering van *AMP* te ontvangen.

C. Hoorzitting met de heer Tony Vervloet, secretaris-generaal van de Vlaamse Federatie van Persverkopers (VFP)

1. Het verbod op exclusieve distributie

Er moet een einde worden gemaakt aan de regeling waarbij de persuitgevers het alleenrecht voor de distributie van hun persberichten aan één enkele distributeur verlenen. Dit systeem leidt er niet alleen toe dat de distributiemarkt wordt afgeschermd, maar vervalst tevens de concurrentie op die markt. Door de exclusiviteitsovereenkomsten kunnen de dagbladhandelaars immers niet vrij kiezen met welke distributeur zij onderhandelen om gunstige voorwaarden te bedingen en zijn zij, integendeel, afhankelijk van één enkele distributeur die hen zijn eigen voorwaarden oplegt.

Er moet op korte termijn worden ingegrepen in het belang van de boekhandelaars en de dagbladhandelaars; er bestaat geen enkele reden om die exclusiviteit te handhaven, wat *AMP* ook moge beweren. Mochten verschillende distributeurs gelijktijdig dezelfde producten aan de dagbladhandelaars leveren, dan zouden volgens *AMP* de retours moeilijk kunnen worden geïdentificeerd. De heer Vervloet is van mening dat zulks geenszins

exclusivité au niveau de l'éditeur-distributeur. Il suffirait de prévoir une exclusivité au niveau du distributeur-diffuseur de presse. En outre, l'éditeur *WPG Uitgevers België* a déclaré explicitement dans le cadre de la procédure (en référé) entamée par la société anonyme *Imapress*, que, d'une part, cette exclusivité lui a été imposée par *AMP* et que, d'autre part, cette exclusivité n'est pas nécessaire (conclusions du 5 mars 2013). En d'autres termes, pour l'éditeur cette exclusivité n'est pas nécessaire ce qui est confirmé par le fait que, dans un passé récent, *WPG* a travaillé simultanément avec plusieurs distributeurs.

La suppression de l'exclusivité pourrait également mettre fin à certaines formes d'abus auxquels les diffuseurs de presse sont confrontés.

2. La création d'un organe de concertation

L'intervenant plaide en faveur de plus de concertation dans le secteur. Ceci pourrait éviter bon nombre de procédures et de plaintes. A l'instar du modèle français, un organe de concertation pour le secteur devrait être mis en place. Cet organe devrait être composé de représentants de l'État et du secteur et devrait également avoir la possibilité de nommer des experts indépendants. Cet organe serait très utile dans un but de médiation. Cette concertation empêcherait donc *AMP* d'imposer unilatéralement ses décisions.

3. L'introduction d'une convention-type

L'équilibre contractuel entre les parties concernées pourrait en outre être rétabli par l'introduction d'une convention-type de distribution produits de presse aux diffuseurs de presse. Cette convention type devrait contenir des arrangements clairs et équitables concernant les aspects les plus importants de la relation entre le distributeur et le diffuseur de presse. Plus précisément, cette convention devrait prévoir un règlement équitable concernant l'organisation du système de retour et de l'imputation des divers frais (à savoir les frais de transport et de structure). Elle devrait également prévoir un système équitable pour la facturation des produits de presse. L'actuel système de soldes fin de mois a pour conséquence que les diffuseurs de presse doivent préfinancer les éditeurs et *AMP*. La convention-type devrait, à tout le moins, prévoir une marge forfaitaire d'erreur en ce qui concerne le retour des produits de presse invendus — système qui est déjà pratiqué aux Pays-Bas — afin d'éviter que toute différence soit systématiquement mise à charge du diffuseur de presse.

Les diffuseurs de presse devraient également avoir la possibilité d'acheter un nombre fixe d'exemplaires sans obligation de retour.

exclusiviteit op het niveau van uitgever-distributeur rechtvaardigt. Exclusiviteit op het niveau van distributeur-dagbladhandelaar volstaat. Bovendien heeft *WPG Uitgevers België*, in het raam van het door *nv Imapress* ingeleide kort geding, uitdrukkelijk verklaard dat die exclusiviteit hem wordt opgelegd door *AMP*, maar dat het die exclusiviteit niet noodzakelijk vindt (conclusies van 5 maart 2013). Voor de uitgever is die exclusiviteit met andere woorden niet noodzakelijk, wat wordt gestaafd door het feit dat *WPG* in een recent verleden met verschillende distributeurs tegelijk heeft gewerkt.

De afschaffing van de exclusiviteit zou bovendien een einde maken aan bepaalde vormen van misbruik waarmee de dagbladhandelaars worden geconfronteerd.

2. Oprichting van een overlegorgaan

De spreker pleit voor meer overleg in de sector. Aldus zouden heel wat procedures en klachten kunnen worden voorkomen. Naar het voorbeeld van Frankrijk zou er een sectoraal overlegorgaan moeten komen. Dat orgaan zou moeten bestaan uit vertegenwoordigers van de overheid en de sector en zou eveneens onafhankelijke deskundigen moeten kunnen aanstellen. Vooral met het oog op bemiddeling zou een dergelijk orgaan nut hebben. Dankzij dergelijk overleg zou *AMP* ook niet langer beslissingen eenzijdig kunnen opleggen.

3. Invoering van een modelovereenkomst

Het contractuele evenwicht tussen de betrokken partijen zou bovendien kunnen worden hersteld door te voorzien in een modelovereenkomst voor de distributie van persmediaproducten aan de dagbladhandelaars. Die modelovereenkomst zou duidelijke en billijke afspraken moeten bevatten over de belangrijkste aspecten van de relaties tussen de distributeur en de dagbladhandelaar. Meer bepaald moet die overeenkomst een billijke regeling bevatten voor de organisatie van het retourstelsel en de aanrekening van kosten (meer bepaald transport- en structuurkosten). Voorts moet de facturatie van de persmediaproducten billijk worden geregeld in die overeenkomst. Met het bestaande stelsel van de eindmaandsaldi zijn het de dagbladhandelaars die de uitgevers en *AMP* kosten voorschieten. De modelovereenkomst zou dus moeten voorzien in een vaste foutenmarge voor de retour van niet-verkochte persmediaproducten — naar het voorbeeld van Nederland — opdat niet elk verschil stelselmatig ten laste van de dagbladhandelaar zou worden gelegd.

Bovendien zouden de dagbladhandelaars een vast aantal exemplaren moeten kunnen afnemen, zonder retourverplichting.

Une telle convention-type protégerait également le diffuseur de presse contre toute modification unilatérale du distributeur.

4. Le soutien de la vente à la pièce

En guise de conclusion, l'intervenant insiste pour que, parallèlement aux subsides pour la distribution des journaux par *bpost*, la distribution des journaux par les diffuseurs de presse soit également soutenue. En effet, dans la mesure où les diffuseurs de presse indépendants s'engagent, tout comme *bpost*, à distribuer les journaux à la population, ils exercent également un service d'intérêt général. Ce service devrait dès lors être subsidié de la même façon que la distribution des journaux par *bpost*.

D. Auditions de MM. Guillaume Beuscart et Tom Vermeirsch (AMP)

M. Guillaume Beuscart, CEO d'AMP, souligne que son groupe a plus de 125 ans de savoir-faire en matière de fourniture et de livraison en Belgique de titres de presse, tels que des magazines, quotidiens et hebdomadaires. Ceux-ci sont livrés à environ 5 800 points de vente répartis sur l'ensemble du territoire belge. Ces livraisons se font quotidiennement, sept jours sur sept et 364 jours par an. 350 tournées de livraison sont organisées chaque jour couvrant tout le territoire entre 3 et 7 heures du matin.

La presse est un secteur particulier dans la mesure où AMP ne se contente pas d'approvisionner quotidiennement les points de vente, mais reprend en même temps également les titres invendus par ces derniers et, dans certains cas, les détruit.

En termes de volumes, AMP distribue quotidiennement 2 500 000 copies à ces 5 800 points de vente et reprend environ 1 200 000 copies invendues qui font l'objet d'un crédit.

Le chiffre d'affaires d'AMP s'est élevé à 394 millions d'euros en 2012, représentant donc une baisse de 8 % par rapport à l'année 2011.

L'intervenant aborde ensuite le déclin de la vente au numéro qui tend à s'accroître depuis 2012. Ainsi, entre 2011 et 2012, la vente de quotidiens a chuté de 8,7 % et la vente de magazines de 9,4 % pour les magazines. Il renvoie aux graphiques illustrant ses propos.

Ten slotte zou een dergelijke modelovereenkomst de dagbladhandelaar beschermen tegen elke eenzijdige wijziging door de distributeur.

4. Ondersteuning van de losse verkoop

Tot besluit dringt de spreker erop aan dat, naast de subsidies voor de krantenverdeling door *bpost*, ook de krantenverdeling door de dagbladhandelaars financieel zou worden ondersteund. Net als *bpost* verbinden de zelfstandige dagbladhandelaars zich ertoe de kranten aan de man te brengen; in dat opzicht verrichten ook zij een dienst van algemeen belang. Die dienstverlening zou dan ook op dezelfde wijze moeten worden gesubsidieerd als de krantendistributie door *bpost*.

D. Hoorzittingen met de heren Guillaume Beuscart en Tom Vermeirsch (AMP)

De heer Guillaume Beuscart, ceo van AMP, onderstreept dat zijn groep ruim 125 jaar knowhow heeft op het gebied van de verdeling en levering in België van persmediaproducten, zoals tijdschriften, dag- en weekbladen. Die persmediaproducten worden geleverd aan ongeveer 5 800 verkooppunten in heel België. Die leveringen gebeuren dagelijks, zeven dagen op zeven en 364 dagen per jaar. Elke dag worden tussen drie en zeven uur 's ochtends 350 leveringsrondes afgewerkt, waarmee het hele land wordt bestreken.

De pers is een aparte sector; AMP zorgt daarom niet alleen voor de dagelijkse bevoorrading van de verkooppunten, maar neemt ook de niet-verkochte exemplaren af en vernietigt die in sommige gevallen.

Naar volume levert AMP dagelijks 2 500 000 exemplaren aan die 5 800 verkooppunten en neemt het ongeveer 1 200 000 niet-verkochte exemplaren weer af, die vervolgens worden gecrediteerd.

In 2012 bedroeg de omzet van AMP 394 miljoen euro, wat 8 % minder is in vergelijking met 2011.

De spreker gaat vervolgens in op de terugval van de verkoop van de losse nummers, die sinds 2012 in vrije val lijkt te zijn. Zo is tussen 2011 en 2012 de verkoop van dagbladen met 8,7 % gedaald, en die van tijdschriften met 9,4 %. Ter illustratie verwijst de spreker naar de grafieken.

La vente au numéro doit également faire face à la concurrence des abonnements. Entre 2007 et 2010, la baisse de la vente au numéro sur le marché francophone a oscillé entre 3 et 7 %, tandis que la vente aux abonnements a augmenté de 2 à 5 % par an. AMP intervient peu sur le marché des abonnements, la majeure partie étant gérée par le canal de *bpost*. Ce phénomène est, par ailleurs, mondial. Ainsi, quels que soient les marchés, on constate une diminution d'environ un tiers de volumes vendus. L'intervenant renvoie à un tableau illustrant l'évolution.

En outre, AMP a perdu, depuis 2007, 100 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit plus de 30 % de son activité. Cela a engendré des adaptations indispensables, notamment des réductions d'effectifs (735 temps pleins en 2008 contre 470 en 2012). AMP a par ailleurs connu l'application des "lois Renault" à deux reprises (2009 et 2011).

M. Tom Vermeirsch, directeur commercial, souligne que les différents points de vente subissent de plus en plus de pressions et tendent même à disparaître au profit de magasins de chaîne de quartier, tels que *Delhaize Proxy*. Ce déclin se généralise dans le monde.

Les librairies fonctionnent grâce aux ventes de presse, de tabac et de loterie. Celles-ci ont également un droit de retour, c'est-à-dire que les exemplaires invendus sont toujours repris. A cet égard, les membres d'AMP sont également rémunérés sur la base des exemplaires vendus. AMP a donc tout intérêt à ce que les ventes des librairies soient maximisées. Les indemnisations pour les libraires sont aussi sous pression à l'heure actuelle. L'intervenant montre un tableau illustrant l'évolution du réseau, particulièrement entre 2005 et 2011.

Certes, AMP a une position forte sur le marché, mais ce sont les éditeurs qui choisissent avec qui ils travaillent. Il y a quelques années encore, d'autres fournisseurs distribuaient également les journaux et magazines dans les différents points de vente.

Une des volontés d'AMP est d'optimiser les rapports entre son groupe et les magasins. Pour ce faire, dix-sept personnes se trouvent sur le terrain. Ces dix-sept délégués commerciaux sont en contact permanent avec les points de vente. Une "équipe account" a aussi pour mission de parler avec les éditeurs. Celle-ci constitue un point de contact pour la gestion de la distribution des titres et le développement du portefeuille. Un service online a été mis en place afin d'améliorer la communication entre les différents intervenants. AMP a par ailleurs élaboré un canal de promotion afin de promouvoir la vente de journaux et de magazines, en les disposant

De losse verkoop moet bovendien opboksen tegen de verkoop per abonnement. Tussen 2007 en 2010 schommelde de daling van de losse verkoop op de Franstalige markt tussen 3 en 7 %, terwijl de verkoop per abonnement jaarlijks steeg met 2 tot 5 %. AMP is weinig actief op de abonnementsmarkt, aangezien de distributie op die markt grotendeels in handen is van *bpost*. Dit fenomeen doet zich overigens overal ter wereld voor. Los van de markt blijken de verkochte volumes met een derde te dalen. De spreker verwijst naar een tabel ter illustratie van die evolutie.

Bovendien heeft AMP sinds 2007 100 miljoen euro omzet verloren, dat wil zeggen meer dan 30 % van zijn bedrijfsactiviteit. Dat heeft onontbeerlijke aanpassingen meegebracht, met name personeelsbeperkingen (735 voltijdsen in 2008 tegen 470 in 2012). Bij AMP werd voorts de "wet-Renault" tweemaal (2009 en 2011) toegepast.

De heer Tom Vermeirsch, commercieel directeur, onderstreept dat de verschillende verkooppunten almaar meer onder druk komen te staan en dreigen te verdwijnen ten voordele van grootwinkelbedrijven, zoals *Delhaize Proxy*. Die teloorgang veralgemeent zich overal ter wereld.

De krantenwinkels draaien dank zij de verkoop van pers, tabak en loterijbriefjes. Zij hebben ook recht op teruggave, dat wil zeggen dat de onverkochte exemplaren altijd worden teruggenomen. In dat opzicht worden de leden van AMP ook betaald op basis van de verkochte exemplaren. AMP heeft er dus alle belang bij de verkoop in de krantenwinkels te maximaliseren. De vergoeding voor de verkopers staat nu ook onder druk. De spreker toont een tabel met de evolutie van het net, met name tussen 2005 en 2011.

AMP staat zeker sterk op de markt, maar het zijn de uitgevers die kiezen met wie ze in zee gaan. Enkele jaren geleden nog verdeelden andere leveranciers ook de kranten en tijdschriften in de verschillende verkooppunten.

Een van de wensen van AMP is de betrekkingen tussen de groep en de winkels te optimaliseren. Daartoe zijn er zeventien mensen op het terrein. Die zeventien commercieel afgevaardigden staan in voortdurend contact met de verkooppunten. Een "account team" heeft ook tot taak met de uitgevers te spreken. Dat team is een aanspreekpunt voor het beheer van de distributie van de titels en de ontwikkeling van het aanbod. Er is een *onlinedienst* opgezet om de communicatie tussen de verschillende belanghebbenden te verbeteren. AMP heeft ook een promotiekanaal ontwikkeld om de verkoop van kranten en tijdschriften te promoten door

notamment près des caisses dans les supermarchés. Il existe une large gamme de possibilités de promotion en point de vente pour les partenaires d'AMP. Celle-ci fournit beaucoup d'efforts pour maximaliser les ventes produits de presse.

L'intervenant souligne ensuite l'existence d'un outil électronique, "Distriweb", développé en vue de faciliter le travail des librairies, et qui enregistre près de 4000 connexions par semaine. Il s'agit d'un outil très simple dont les principales fonctions sont de permettre aux libraires de:

- consulter le catalogue des titres distribués;
- consulter et modifier les quantités livrées;
- avoir connaissance des réassorts et du stock central;
- consulter les notes d'envoi;
- notifier la différence de livraisons;
- notifier les invendus (BIC, RIC, réclamations);
- consulter les chiffres d'affaires et des statistiques.

Du point de vue de l'organisation logistique, AMP a énormément investi dans l'optimisation, ainsi que dans la numérisation, pour favoriser les retours et pour que les erreurs humaines diminuent. Des investissements ont également été faits dans le scan des invendus. Ce scan se fait désormais sur la base d'un code barre et de la couverture. Les invendus sont dorénavant crédités au point de vente et annoncés à l'éditeur. Le logiciel utilisé pour les retours est également connu dans d'autres pays. Néanmoins, si un problème survient en raison des invendus ou d'un mauvais code barre, AMP s'engage à le résoudre. AMP investit enfin pour améliorer la qualité de son travail logistique. Ainsi, onze sites de dépôt sont présents sur l'ensemble du territoire afin de garantir une couverture logistique nationale efficace.

M. Guillaume Beuscart, CEO, conclut cette intervention en affirmant que, dans un climat économique plutôt difficile et une baisse structurelle du format papier, l'innovation passera par la diversification. Les offres des points de vente doivent, selon lui, évoluer en diversifiant leurs activités. En tant que distributeur, AMP a commencé à le faire en offrant une gamme complète de services. AMP a, par exemple, conclu un accord avec la société *Mattel Inc.* pour les périodes de Noël, afin de vendre toute une série de produits allant de la poupée aux petites voitures. AMP a également récemment lancé une gamme de produits électroniques, tels que des casques, *iPod*, *iPhone*, etc. M. Beuscart tient

ze in de supermarkten in de buurt van de kassa's op te stellen. Er is voor de AMP-partners een breed scala aan mogelijkheden tot promotie in de verkooppunten. De groep levert veel inspanningen om de verkoop van persmediaproducten te maximaliseren.

De spreker benadrukt vervolgens het bestaan van een elektronisch hulpmiddel, "Distriweb", dat ontwikkeld is om het werk van de dagbladhandelaars te vergemakkelijken, en waarbij bijna 4 000 verbindingen per week worden geregistreerd. Het gaat om een heel eenvoudig hulpmiddel waarvan de belangrijkste functies zijn de dagbladhandelaars de mogelijkheid te bieden:

- de catalogus van de verdeelde titels te raadplegen;
- de geleverde hoeveelheden te raadplegen en te wijzigen;
- kennis te hebben van de extra bevoorrading en de centrale voorraad;
- de verzendingsnota's te raadplegen;
- het verschil in leveringen mee te delen;
- de onverkochte titels (BIC, RIC, klachten) mee te delen;
- de omzet en de statistieken te raadplegen.

Vanuit een logistiek oogpunt heeft AMP enorm geïnvesteerd in optimalisatie, alsook in digitalisering, om de teruggave te bevoordelen en het aantal menselijke fouten te doen dalen. Daarnaast werd geïnvesteerd in het scannen van de onverkochte artikelen. Die scan wordt nu verricht op basis van een streepjescode en de kaft. De onverkochte artikelen worden voortaan in het verkooppunt gecrediteerd en aan de uitgever meegegeeld. De software voor de retours wordt ook in andere landen gebruikt. Als er zich echter als gevolg van een onverkocht artikel of een slechte streepjescode een probleem voordoet, verbindt AMP zich ertoe het op te lossen. AMP investeert ten slotte om de kwaliteit van haar logistieke werk te verbeteren. Zo zijn er in België elf depots om een doeltreffende nationale logistieke dekking te garanderen.

De heer Guillaume Beuscart, ceo, besluit zijn het betoog met de verklaring dat in een veeleer moeilijk economisch klimaat en een structurele achteruitgang van het papieren *format*, innovatie zal geschieden via diversificatie. Het aanbod in de verkooppunten moet volgens hem evolueren door de activiteiten te diversifiëren. Als distributeur is AMP daarmee begonnen door een volledige waaier van diensten aan te bieden. AMP heeft met *Mattel Inc.* bijvoorbeeld een akkoord gesloten om tijdens de kerstperiodes een hele reeks producten te verkopen, gaande van een pop tot kleine auto's. AMP heeft onlangs ook een gamma elektronische producten gelanceerd, zoals hoofdtelefoons, *iPod*'s,

à préciser qu'*AMP* est un petit acteur sur le marché du livre, représentant, en effet, moins d'un pour cent du marché du livre belge.

AMP développe également le commerce électronique grâce notamment à un accord conclu avec *Mondial Relay*, une société qui propose des services de livraison. 600 points de ventes sont aujourd'hui partenaires en tant que point de retrait de colis "*Décathlon*", "*Les 3 Suisses*" ou "*La Redoute*". Cet accord crée du trafic et une activité supplémentaire pour les points de vente.

AMP a par ailleurs de nombreux projets afin de diversifier la presse. La diversification est nécessaire, tant au niveau de la distribution qu'au niveau des points de vente, sous peine d'être promise à un avenir sombre.

2. Échange de vues avec les membres

M. Karel Uyttersprot (N-VA) déplore l'absence d'un petit commerçant qui serait venu raconter son expérience "avec ses tripes", tout comme celle des éditeurs. Il ressort d'une enquête personnelle menée auprès des librairies de sa province que de nombreux exploitants commencent déjà à 3 heures, pour fermer leurs portes à 18 heures. Globalement, *AMP* est considérée comme un point noir, mais ce sont les éditeurs qui constituent le principal problème: ils prennent une marge de 25 %, alors que les abonnements sont proposés pour la moitié du prix avec un *iPad* en cadeau. Les marges des commerçants sont sous pression. Le membre se réfère à l'exemple d'un quotidien qui propose, par le biais d'un libraire, un abonnement de trois mois à l'essai, au terme duquel le client peut bénéficier d'un abonnement à moitié prix, par le biais de la société anonyme de droit public *bpost*. Le commerçant qui fait l'effort de fidéliser un client perd son abonnement. Le membre cite l'exemple d'un distributeur qui, en un an, a vu son nombre de clients chuter de 600 à 400, 200 d'entre eux s'étant tournés vers *bpost*. Les frais de dossier, qui s'élèvent à 150 euros pour un commerçant, sont un autre problème. Certains groupes proposent aujourd'hui des journaux chez le boulanger, lequel ne doit pas payer de frais de dossier et reçoit, au surplus, un abonnement gratuit. Le membre propose de chercher des solutions aux problèmes liés à *AMP*, car il ressort des éléments en sa possession que les décomptes ne sont pas corrects. C'est toujours le petit commerçant qui est le dindon de la farce et qui ne reçoit pas son dû. Les règles applicables aux librairies sont différentes de celles qui prévalent pour les abonnés, ce qui met en péril les chances de survie des petits commerçants.

iPhone's enzovoort. De spreker wenst te preciseren dat *AMP* op de boekenmarkt een kleine speler is: de groep vertegenwoordigt immers minder dan één procent van de Belgische boekenmarkt.

AMP ontwikkelt ook de *e-commerce* dankzij een overeenkomst met *Global Relay*, een bedrijf dat leveringsdiensten aanbiedt. 600 verkooppunten zijn nu partner voor het afhalen van colli van "*Décathlon*", "*3 Suisses*" of "*La Redoute*". Die overeenkomst zorgt voor extra handel en bijkomende activiteit voor de verkooppunten.

AMP heeft voorts talrijke projecten om de pers te diversifiëren. Diversificatie is noodzakelijk, zowel op het vlak van de distributie als op dat van de verkooppunten; anders staat het bedrijf een sombere toekomst te wachten.

2. Gedachtewisseling me de leden

De heer Karel Uyttersprot (N-VA) betreurt de afwezigheid van een kleine winkelier, die zijn ervaring "uit de buik" komt vertellen, net zoals die van de uitgevers. Uit een persoonlijke enquête bij de krantenwinkels in zijn provincie blijkt dat vele uitbaters al om 3 uur beginnen, om hun zaak te sluiten om 18 uur. Algemeen wordt *AMP* als een knelpunt beschouwd, maar de uitgevers zijn het grootste probleem: zij werken met een marge van 25 %, terwijl abonnementen voor de helft van de prijs worden aangeboden met een *iPad* als cadeau. De marges van de winkeliers staan onder druk. Het lid verwijst naar een voorbeeld, waarbij krant via een winkelier een proefabonnement aanbiedt voor drie maanden, waarna de klant een abonnement mag genieten aan 50 %, via de naamloze vennootschap van publiek recht *bpost*. De winkelier die moeite doet om een klant aan zich te binden, speelt zijn abonnement kwijt. Het lid haalt een bedeler aan, die op een jaar tijd zijn bedeling van 600 naar 400 heeft zien dalen en 200 abonnees aan *bpost* is verloren. Een ander probleem betreft de dossierkosten, die voor een winkelier 150 euro bedragen. Bepaalde groepen bieden nu kranten aan bij de bakker, die geen dossierkosten moet betalen en bovendien een gratis abonnement krijgt. Het lid stelt voor om oplossingen te zoeken rond de problemen met *AMP*, want uit de stukken in zijn bezit blijkt dat de afrekeningen niet kloppen. Het is steeds de kleine winkelier die opdraait en zijn "retour" niet terugkrijgt. Voor de krantenwinkels gelden andere regels dan voor de abonnees, wat de overlevingskansen van de kleine winkelier aantast.

M. Peter Logghe (VB) regrette, à l'instar de l'intervenant précédent, l'absence des éditeurs, qui sont un acteur important. L'absence du gouvernement est également surprenante, dans la mesure où il y a un problème lié à *bpost*: le subventionnement de celle-ci entraîne une distorsion de concurrence. On serait fou d'acheter un abonnement dans une librairie alors que le prix est plus avantageux si l'on passe par *bpost*. Les déclarations d'*AMP* en ce qui concerne les articles propres et les produits offerts en cadeau sont quelque peu alarmantes, car on peut se demander si ces procédés n'entraînent pas un renforcement de la position de monopole. Diminution sensible des chiffres de vente et du chiffre d'affaires; les volumes et le chiffre d'affaires des quotidiens et des périodiques diminuent, tant en Europe qu'en Belgique. La multiplication par deux des frais facturés aux librairies n'est-elle pas une réponse erronée d'*AMP*? Le chiffre d'affaires de ces commerçants est en baisse, deux d'entre eux font faillite chaque semaine, ce qui fait baisser d'autant les ventes d'*AMP*. *AMP* ne se trouve-t-elle pas dans une spirale négative, sans issue? Le membre indique que la position de monopole doit disparaître, afin d'en arriver à des prix normaux.

Le membre demande aux marchands de journaux combien de diffuseurs de presse il faut compter parmi les 5 800 points de vente et ce qu'il en est de l'emploi dérivé. Actuellement, de nombreux marchands de journaux vendent des sandwiches préparés et proposent toute une série de boissons à la vente.

Le système de retour tel qu'il est pratiqué en France est-il un moyen de briser le monopole d'*AMP*? Ne faut-il pas légiférer d'urgence, d'autant plus que le nom du ministre de l'Économie est cité plusieurs fois? Quel peut être l'apport de la majorité?

Mme Karine Lalieux (PS) objecte que la Chambre des représentants n'est pas un tribunal; il est inhabituel et également étonnant que les orateurs se fassent accompagner à la Chambre par de nombreux avocats. Cela montre que le dialogue est rompu depuis longtemps, ce qui n'annonce rien de bon.

Le groupe auquel l'intervenante appartient, mais aussi les libraires souhaitent depuis longtemps le maintien des magasins de proximité. Ceux-ci garantissent une certaine diversité dans les quartiers et fournissent un instrument culturel, ce qui constitue un service important aux citoyens. Cela fait toutefois quelques années que la situation est préoccupante.

De heer Peter Logghe (VB) is het met de vorige spreker eens dat de uitgevers als belangrijke actor ontbreken. De afwezigheid van de regering is eveneens opmerkelijk, omdat er een probleem bestaat rond *bpost*: door subsidiëring treedt concurrentievervalsing op. Men zou gek zijn om een abonnement in een krantenwinkel te kopen, wanneer de prijs via *bpost* voordeliger is. De verklaringen van *AMP* inzake de eigen artikelen en geschenkproducten zijn enigszins alarmerend, want men kan zich afvragen deze handelswijze niet tot een versterking van de monopoliepositie leidt. Sterke daling van de verkoopcijfers en de omzet; de volumes en de omzet van dagbladen en tijdschriften dalen, zowel in Europa als in België. Is de verdubbeling van de kosten, die aan de dagbladhandelaars wordt aangerekend, dan geen verkeerd antwoord van *AMP*? De omzet van die handelaren zakt, twee gaan wekelijks failliet, waardoor de verkoop van *AMP* nog meer daalt. Zit *AMP* dan niet in een soort van neergaande cirkelbeweging, waaraan geen ontkomen is? Zijn er geen andere oplossingen? Het lid stelt dat de monopoliepositie moet verdwijnen, om tot normale prijzen te komen.

Aan de persverkopers vraagt het lid hoeveel dagbladhandelaars onder de 5800 verkooppunten te tellen zijn en hoe het zit met de afgeleide tewerkstelling. Veel dagbladhandelaars verkopen thans belegde broodjes en bieden allerlei dranken te koop aan.

Is het retoursysteem zoals in Frankrijk een middel om de monopoliepositie van *AMP* te doorbreken? Moet er niet dringend een wetgevend initiatief komen, vooral omdat de naam van de minister van Economie verscheidene malen valt? Wat kan de insteek zijn van de meerderheid?

Mevrouw Karine Lalieux (PS) werpt op dat de Kamer van volksvertegenwoordigers geen rechtbank is; het is ongewoon en ook bevreemdend dat de sprekers zich hier laten vergezellen door talrijke advocaten. Het toont dat de dialoog reeds lange tijd zoek is, wat weinig goeds aankondigt.

De fractie waartoe de spreekster behoort, maar ook boekhandelaren wensen al lang het behoud van winkels in de nabijheid. Zij zorgen voor diversiteit in de buurten en reiken een cultureel instrument aan, wat een belangrijke dienst aan de burgers inhoudt. Wel is de toestand sinds enkele jaren verontrustend.

Des plaintes ont été déposées et des condamnations, prononcées: quelles observations les deux parties peuvent-elles formuler au sujet des astreintes qui ne sont pas payées? La condamnation au paiement d'une astreinte doit, en principe, tout de même être exécutée? Qu'en est-il des procédures judiciaires et des contestations devant le Conseil de la concurrence?

D'autres systèmes existent dans d'autres pays. Bien que le Parlement puisse difficilement s'immiscer dans un débat entre deux parties, la membre demande quel système pourrait être utile en Belgique. Il est à noter qu'il n'y a aucune raison de maintenir une position dominante sur un marché concurrentiel, dès lors que la législation relative au fonctionnement du marché l'interdit en Belgique.

Pour conclure, la membre formule le souhait que les deux parties parviennent à une solution. Dans la situation actuelle, une partie subit la volonté unilatérale d'AMP, ce qui n'est pas très satisfaisant à ses yeux.

M. Willem-Frederik Schiltz (*Open Vld*) souligne, lui aussi, que la Chambre n'est pas un tribunal. Elle doit respecter la séparation des pouvoirs et se tenir à l'écart des procédures en cours. Si des contestations se font jour à propos d'un dysfonctionnement du marché, le Conseil de la concurrence peut examiner si l'on est en présence d'un abus de position dominante, et les autorités pourront ensuite, le cas échéant, prendre les mesures de correction nécessaires afin de faire fonctionner le marché.

Le groupe de l'intervenant ne plaidera toutefois jamais en faveur d'une intervention *manu militari*, dont le but serait de maintenir en vie un secteur coûte que coûte. Il est évident que l'on souhaite le plus de prospérité possible au plus grand nombre, et qu'il y ait le plus grand nombre possible de secteurs florissants, mais subsidier à tout prix des vendeurs de presse afin qu'ils puissent garder la tête hors de l'eau n'est pas ce que préconise le groupe libéral. Il en va autrement des subsides accordés à *bpost*, qui induisent une distorsion du marché: la demande de se pencher plus avant sur cette question est légitime. La majorité cherche à établir une collaboration renforcée entre l'Observatoire des prix et l'Autorité de la concurrence, collaboration dans le cadre de laquelle cette dernière aurait une plus grande marge de manœuvre. Quoi qu'il en soit, ces deux institutions peuvent mener une enquête approfondie sur les problèmes dans le secteur de la distribution de la presse, de façon à ce que le législateur puisse prendre des initiatives judicieuses.

Er zijn klachten en veroordelingen geweest: wat kunnen de twee partijen meedelen over dwangsommen die niet worden betaald? De veroordeling tot het betalen van een dwangsom moet in principe toch worden uitgevoerd? Hoe staat het met de rechtszaken en de betwistingen voor de Raad voor de Mededinging?

In andere landen bestaan andere systemen. Ofschoon het voor het Parlement moeilijk is om zich te mengen in een debat tussen twee partijen, vraagt het lid welk systeem in België nuttig zou kunnen zijn? Opgemerkt zij dat er geen enkele reden bestaat tot handhaving van een machtspositie in een concurrerende markt, nu de wetgeving met betrekking tot de marktwerking ze in België verbiedt.

Tot besluit formuleert het lid de wens dat beide partijen tot een oplossing komen. In de huidige toestand ondergaat een partij de eenzijdige wil van AMP, wat voor haar niet erg bevredigend is.

Ook de heer Willem-Frederik Schiltz (*Open Vld*) onderstreept dat de Kamer geen rechtbank is. Zij moet de scheiding der machten respecteren en zich van hangende procedures afzijdig houden. Indien er betwistingen rijzen over het slecht functioneren van de markt, kan de Raad voor de Mededinging onderzoeken of er misbruik van machtspositie bestaat, waarna de overheid corrigerende maatregelen neemt om de markt te doen werken.

De fractie waartoe de spreker behoort zal echter nooit pleiten om *manu militari* op te treden, teneinde een sector, koste wat kost, in leven te houden. Uiteraard is zoveel mogelijk welvaart voor het grootst mogelijke aantal gewenst met zoveel mogelijk florissante sectoren, maar *per se* persverkopers subsidiëren zodat ze het hoofd boven water kunnen houden, is niet meteen waar de liberale fractie voor staat. Anders is het gesteld met de marktversturende subsidies van *bpost*: de vraag om deze kwestie nader te bekijken, is legitiem. De meerderheid streeft een versterkte samenwerking tussen het Prijzenobservatorium en de Mededingingsautoriteit na, waarbij deze laatste over meer slagkracht beschikt. In ieder geval mogen beide instellingen een grondig onderzoek uitvoeren naar de problemen in de distributiesector inzake pers, zodat de wetgever op oordeelkundige wijze initiatieven zou kunnen nemen.

Dans la situation actuelle, il paraît opportun de soumettre ces questions au Conseil de la concurrence, au lieu de créer un tollé en commission, alors qu'une procédure judiciaire est en cours. Pour conclure, le membre se dit prêt à partir en guerre contre la position privilégiée de *bpost*.

Mme Leen Dierick (CD&V) a bien entendu que le système des retours, qui est imposé unilatéralement, engendre de nombreuses pertes, mais l'explication demeure assez vague. Où les problèmes se situent-ils au juste et en quoi consistent-ils concrètement? L'intervenante aimerait également avoir davantage d'indications chiffrées sur les montants que les commerçants doivent payer. Peut-on distinguer certaines tendances à cet égard?

L'institution d'un organe de concertation est présentée comme une solution. Un tel organe existe dans de nombreux secteurs et on peut probablement en tirer profit. Quelle est la position d'AMP à ce sujet et pourquoi l'organe de concertation n'a-t-il pas encore vu le jour? Quels sont les avantages du système de retour néerlandais?

Comment les différents invités jugent-ils les conclusions formulées par le SPF Économie dans les études qu'il a menées?

Mme Ann Vanheste (sp.a) estime qu'AMP ne peut entraîner les diffuseurs de presse parce que son chiffre d'affaires recule. On a beau prétendre que les "retours" sont rémunérés, cela n'est pas systématique. Il arrive que les exemplaires invendus soient refusés. En outre, il ressort d'une enquête de l'Inspection économique que 38 des 50 points de vente constatent des problèmes de stock, ce qui est largement exagéré. La membre cite un certain nombre de personnes concernées afin d'illustrer le caractère poignant de la situation. Il en ressort qu'elles considèrent que l'avenir est très sombre et implorent de l'aide.

*
* *

M. Luc Ardies, directeur distribution chez Unizo, entend qu'AMP accuse une baisse du chiffre d'affaires. Le secteur le constate avec inquiétude et déplore les difficultés du secteur de la presse. Lorsqu'un magasin enregistre des pertes, il est forcé d'adapter ses coûts. Il est toutefois exclu d'aller récupérer les coûts à l'instar d'AMP. On fait face à une position dominante et à l'arbitraire. Si tout le monde souhaite prendre des initiatives afin de résoudre le problème, l'orateur ne peut que s'en réjouir. Le chiffre d'affaires de 394 millions d'euros auquel il est renvoyé ne concerne probablement que la

In de huidige situatie lijkt het opportuun om de vragen voor te leggen aan de Raad voor de Mededinging, in plaats van een spektakel op te zetten in commissie terwijl een rechtsgeding gaande is. Ter afronding vermeldt het lid bereid te zijn om ten strijde te trekken tegen de bevoorrechte positie van *bpost*.

Mevrouw Leen Dierick (CD&V) verneemt wel dat het retoursysteem, dat eenzijdig wordt opgelegd, voor veel verlies zorgt, maar de uitleg daaromtrent blijft nogal vaag. Wat zijn de concrete problemen en waar liggen juist de knelpunten? Graag verkrijgt zij ook meer cijfergegevens met betrekking tot de bedragen, die handelaren moeten betalen. Vallen er bepaalde tendensen te ontwaren?

De oprichting van een overlegorgaan wordt als een oplossing voorgesteld. In vele sectoren bestaat iets dergelijks, allicht kan men hieruit voordeel putten. Wat is de mening van AMP daarover en waarom is het overlegorgaan nog niet tot stand gekomen? Wat zijn de pluspunten van het Nederlandse retoursysteem?

Hoe staan de verschillende genodigden tegenover de conclusies van de FOD Economie in de onderzoeken die zij heeft gevoerd?

Mevrouw Ann Vanheste (sp.a) vindt dat AMP de dagbladhandelaren niet mogen meesleuren, omdat de omzet van AMP daalt. Er mag dan wel worden beweerd dat de "retours" worden vergoed, toch is dat niet systematisch. Onverkochte exemplaren worden wel eens geweigerd. Bovendien toont een onderzoek van de Economische Inspectie aan dat 38 van de 50 verkooppunten problemen constateert met de stock, wat ver overdreven is. Het lid citeert een aantal betrokkenen, om het schrijnend karakter van de situatie te illustreren. Daaruit blijkt dat ze de toekomst zeer somber inzien en om hulp smeken.

*
* *

De heer Luc Ardies, directeur distributie bij Unizo, hoort dat AMP omzetverlies lijdt. De sector kijkt dit met lede ogen aan en betreurt de moeilijkheden van de perssector. Wanneer een winkel verliezen lijdt, moet het zijn kosten aanpassen. De kosten gaan verhalen naar het voorbeeld van AMP is echter uitgesloten. Men heeft te maken met een machtspositie en willekeur. Indien iedereen initiatieven wil nemen om de problemen op te lossen, kan de spreker zich hierover alleen maar verheugen. De omzet van 394 miljoen euro waarnaar werd verwezen, betreft vermoedelijk de persverdeling,

distribution de presse, car le chiffre d'affaires total du groupe s'élèverait à 600 millions d'euros. Lorsqu'un magasin constate des pertes dans un assortiment donné, il tente de les récupérer dans un autre assortiment. La déclaration d'AMP était un raccourci un peu facile. Les supermarchés de proximité qui reprennent la presse doivent également payer des frais de port à AMP et rencontrent exactement les mêmes difficultés que les marchands de journaux. Qu'il soit clair qu'en ce qui concerne le système de retour, les erreurs incombent à AMP. Le rapport de la Direction générale du Contrôle et de la Médiation est également très clair à ce sujet. Mais l'erreur est systématiquement déduite du crédit du marchand de journaux. Le système proposé s'inspire du modèle néerlandais: si le rapport indépendant révèle que les erreurs sont systématiques, ce ne sont pas les marchands de journaux qui doivent assumer la perte. Il est souhaitable d'organiser un système forfaitaire tel qu'il existe aux Pays-Bas, le marchand de journaux étant effectivement crédité jusqu'à un certain plafond. Cela coule de source.

En ce qui concerne "*Distriweb*", on attend davantage d'AMP.

Tout le monde est dans le même bateau et c'est ensemble que nous devons surmonter les difficultés. Il se recommande de créer un organe de concertation, en y associant également les éditeurs.

Il est exact que les avocats présents sont nombreux, ce qui n'avait jamais été le cas auparavant, mais l'heure est grave. On paie des frais de port doubles, ce qui représente un mois et demi de salaire pour les marchands de journaux, et ce, depuis 2009. Le Conseil de la concurrence a été saisi de l'affaire, mais on attend toujours la réponse. Il peut pourtant réagir promptement lorsqu'il s'agit de réprimander les boulangers ou les tenanciers de frierie pour des ententes sur les prix. Ne peut-il faire preuve du même zèle en ce qui concerne les dossiers à l'examen?

M. Walter Agosti, président de l'ASBL ProdiPress, indique que deux points de vente par semaine mettent la clé sous le paillason et qu'au cours des trois dernières années, ils ont été plus de trois cents. M. Tom Vermeirsch a raison d'affirmer que d'autres points de vente se sont ouverts (quelque 170 au cours de la même période), notamment dans les stations-service. On omet toutefois de dire que le vendeur indépendant propose 1 300 à 1 600 publications différentes à la vente, alors que cette offre est nettement plus limitée dans les stations-service: 300 à 400 titres, qui s'écoulent facilement. On ne trouve pas une revue réellement scientifique ou un magazine présentant des habitations de charme au bord de la Méditerranée dans une station-service, mais

want de totale omzet van de groep zou 600 miljoen euro bedragen. Als een winkel verliezen vaststelt voor een bepaald assortiment, dan probeert het dit te recupereren met een ander assortiment. De verklaring van AMP was nogal kort door de bocht. Buurtsupermarkten die pers overnemen moeten ook portokosten betalen aan AMP en ondervinden net dezelfde moeilijkheden als dagbladwinkels. Het moet duidelijk zijn dat in het retourstelsel de fouten bij AMP zitten. Het rapport van de FOD Controlebemiddeling stelt dat ook in zeer duidelijke termen. Maar de fout wordt systematisch afgetrokken van de creditering bij de winkelier. Het stelsel dat wordt voorgesteld beroept zich op het Nederlandse model: als het onafhankelijke rapport uitwijst dat er systematische fouten zijn, dan moeten niet de winkeliers opdraaien voor het nadeel. Een forfaitair stelsel zoals in Nederland is wenselijk, waarbij tot een bepaalde grens de winkelier effectief wordt gecrediteerd. Dat is de logica zelf.

Met betrekking tot "*Distriweb*" wordt van AMP meer verwacht.

Iedereen zit in hetzelfde schuitje en moet samen uit de moeilijkheden komen. De oprichting van een overlegorgaan, waar ook de uitgevers bij worden betrokken, verdient aanbeveling.

Het klopt dat er veel advocaten aanwezig zijn, wat nooit eerder gebeurd is, maar het water staat aan de lippen. Er wordt een dubbele portokost betaald, wat anderhalve maand loonkost vertegenwoordigt van de dagbladwinkeliers en dit sinds 2009. De zaak werd aanhangig gemaakt bij de Raad voor de Mededinging, en nog altijd blijft het antwoord uit. Toch kan zij zeer snel reageren, wanneer ze bakkers en frituurhouders op de vingers te tikken wegens prijsafspraken. Kan niet met dezelfde ijver het voorliggende dossier worden behandeld?

De heer Walter Agosti, voorzitter van de vzw ProdiPress, geeft aan dat wekelijks twee verkooppunten de deuren sluiten, en de afgelopen drie jaar zijn dat er meer dan driehonderd. De heer Tom Vermeirsch heeft gelijk, wanneer hij stelt dat andere verkooppunten werden opgericht (in dezelfde periode circa 170), onder meer in tankstations. Wat echter niet wordt vermeld, is dat de onafhankelijke verkoper 1300 à 1600 verschillende bladen te koop aanbiedt, terwijl men in tankstations een veel kleiner aanbod aantreft: 300 à 400 titels, die makkelijk verkopen. Een ernstig wetenschappelijk tijdschrift, of een magazine met charmewoningen rond de Middellandse Zee, vindt men alleen in een krantenwinkel, niet in een tankstation. Maar de titels die goed

uniquement chez un marchand de journaux. Les titres qui se vendent bien sont toutefois indispensables pour vendre les revues moins populaires. Les marchands de journaux sont des professionnels et leur offre est dès lors plus étendue.

En ce qui concerne les abonnements, une grande différence est observée entre la Flandre et la Wallonie. Le nombre d'abonnements a augmenté en flèche dans le nord du pays, généralement aux dépens des diffuseurs de presse, alors que, dans le sud, c'est l'inverse qui se produit, les éditeurs et les diffuseurs de presse y étant parvenus à un accord. Les éditeurs se chargent des abonnements et octroie aux marchands de journaux une rémunération intégrale, à la hauteur de la rémunération afférente à la vente au numéro. À cela s'ajoute encore une prime par abonnement depuis janvier 2013. L'abonnement pris auprès du marchand de journaux est payé à l'éditeur, mais c'est le marchand de journaux qui se charge de la distribution au client.

L'orateur répond à Mme Karine Lalieux qu'AMP a, le 29 mai 2012, encouru une condamnation pour abus de position dominante. La décision judiciaire rectifie les frais de port, mais son exécution par AMP est équivoque et ignore un certain nombre de conditions spécifiques imposées par le juge. Il y a une différence entre les montants exigés aujourd'hui et les montants réclamés précédemment, et AMP doit rembourser cette différence — ce qu'elle ne fait pas. Le juge n'a pas prévu le paiement d'une astreinte, chose qui est désormais demandée, afin d'inciter AMP à enfin s'exécuter. Le remboursement est également réclamé.

La situation est un peu particulière pour ce qui est des avances de trésorerie. Cela fait maintenant trente ans que l'orateur est actif en tant que commerçant et on peut résumer les choses ainsi: quand un commerce ferme, c'est AMP qui doit de l'argent — pas le commerçant — ce qui prouve qu'une avance de trésorerie a été consentie. Comment faut-il comprendre tout cela? Le 1^{er} janvier 2013, un libraire reçoit 50 exemplaires d'un journal ou d'une revue. Dans le système existant, il doit payer ces 50 exemplaires fin février. Mais dans l'intervalle, il paie une avance de trésorerie hebdomadaire ou mensuelle calculée sur la base des chiffres de vente de l'année écoulée. Cette avance devrait en fait être suffisante, mais en réalité, les 50 exemplaires sont payés fin février, alors qu'il n'y en a peut-être que dix qui ont été vendus. Si l'invitation à renvoyer les invendus intervient fin avril, les 40 exemplaires restants sont renvoyés fin avril. L'exploitant récupère son argent fin mai. Il y a donc bien eu une avance de trésorerie. Mais l'attitude d'AMP est devenue perverse, dès lors que le délai pour renvoyer les invendus n'est que de trois jours.

verkopen zijn noodzakelijk om de minder populaire bladen te verkopen. Een krantenwinkel wordt door professionals uitgebaat, en daarom is hun aanbod groter.

Wat de abonnements betreft, bestaat er een groot verschil tussen Vlaanderen en Wallonië. Het aantal abonnements is in het noorden van het land pijlsnel gestegen, veelal ten koste van persverdelers, terwijl in het zuiden het omgekeerde fenomeen zich voordoet, omdat uitgevers en persverdelers er een akkoord hebben bereikt. De uitgevers nemen de abonnements op zich, en bieden de winkeliers een volledige vergoeding, die even hoog staat als de vergoeding voor de verkoop van een afzonderlijk nummer. Sinds januari 2013 komt er nog een premie per abonnement bovenop. Het abonnement dat bij de winkelier wordt genomen, wordt aan de uitgever betaald, maar de winkelier staat in voor de verdeling bij de klant.

Aan mevrouw Karine Lalieux antwoordt de spreker dat AMP op 29 mei 2012 een veroordeling heeft opgelopen, wegens misbruik van zijn machtspositie. De rechterlijke beslissing corrigeert de portokosten, maar de uitvoering door AMP is slechts halfslachtig en ignoreert een aantal door de rechter specifiek opgelegde voorwaarden. Er is een verschil tussen de thans geëiste bedragen en de vroegere bedragen is er een verschil, en dat verschil moet AMP terugbetalen — hetgeen niet gebeurt. De rechter heeft geen dwangsom opgelegd, wat nu wel gevraagd wordt, om AMP eindelijk in beweging te zetten. Ook de terugbetaling wordt gevorderd.

Wat de voorschotten betreft, is de situatie ietwat bijzonder. De spreker is reeds dertig jaar bedrijvig als winkelier en eigenlijk komt het hierop neer: wanneer een zaak dichtgaat, is AMP geld verschuldigd — niet de winkelier — hetgeen bewijst dat een voorschot werd verstrekt. Hoe moet men dit alles begrijpen? Op 1 januari 2013 krijgt een dagbladverkoper 50 exemplaren van een krant of tijdschrift. In het bestaande systeem moet hij eind februari die 50 exemplaren betalen. Maar intussen betaalt hij wekelijks, of om de zoveelste van elke maand, een voorschot, die de verkoopcijfers van het jaar voorheen vertegenwoordigt. Die voorschot zou eigenlijk voldoende moeten zijn, maar in werkelijkheid worden de 50 exemplaren eind februari betaald, terwijl er misschien maar 10 werden verkocht. Indien de oproep tot terugzending van de niet-verkochte exemplaren eind april geschiedt, worden de 40 overblijvende exemplaren eind april teruggezonden. De uitbater krijgt zijn geld eind mei terug. Er was dus wel degelijk een voorschot. Maar de houding van AMP is pervers geworden, omdat de termijn om de niet-verkochte exemplaren terug te zenden slechts drie dagen bedraagt.

Pour ce qui est du remboursement, le problème se situe au niveau de la différence entre le nombre d'invendus du commerçant et le nombre sur lequel AMP se base. Souvent — pour ne pas dire toujours — la différence joue au détriment de l'indépendant. Il s'ensuit une vive contestation, le commerçant devant s'employer à prouver qu'il a raison, car c'est le pot de terre contre le pot de fer.

En ce qui concerne les frais de structure d'un montant de 110 euros, il appartient plutôt à AMP de fournir une explication.

En ce qui concerne la procédure judiciaire, il est un fait que le plus grand diffuseur de presse et AMP ont rompu tout dialogue depuis trois ans — en dehors des formules de politesse lors de réceptions.

AMP développe des formations pour les diffuseurs de presse, mais elle n'est pas la seule: il y a donc en réalité deux formations différentes.

AMP œuvre à la diversification, mais sans initier qui que ce soit. Les diffuseurs de presse ne vont évidemment pas rester les bras croisés. Ils vont donc prendre eux-mêmes une initiative, étant donné que les parties ne se parlent pas.

M. Tony Vervloet, secrétaire général de la fédération flamande de vendeurs de presse, l'asbl Vlaamse Federatie van Persverkopers (VFP), revient sur l'explication fournie par AMP au sujet de "Distriweb". En renvoyant à l'exemple précité des 50 exemplaires, il fait observer que même si un commerçant encodait dans "Distriweb" qu'il ne souhaite que trois exemplaires, AMP déciderait malgré tout d'en livrer cinquante — AMP affirme que ce sont les éditeurs qui en décident. En d'autres termes, ce que le libraire encode dans "Distriweb" est sans effet. Même si un commerçant ne souhaite pas un titre, celui-ci sera livré malgré tout.

AMP affirme qu'elle fournit des attestations pour les différences, mais il s'agit seulement de notes qui ne sont pas correctes. Le libraire peut télécharger ces attestations de "Distriweb", mais le document n'a aucune valeur fiscale.

La diversification dans le chef d'AMP entraîne une baisse des marges bénéficiaires des commerçants. En outre, les contrats exclusifs d'AMP entravent le fonctionnement du marché libre.

Le subventionnement doit être revu d'urgence. Lorsqu'un journal, tel que la *Gazet van Antwerpen*, parvient à offrir un abonnement moins cher par le biais

Wat de terugstorting betreft, ligt het probleem in het verschil tussen het aantal niet-verkochte exemplaren van de winkeluitbater en het aantal waarop AMP zich baseert. Veelal — om niet te zeggen altijd — speelt het verschil in het nadeel van de zelfstandige. Dit mondt uit in een zware betwisting, waarbij de winkelier echt moeite moet doen, om aan te tonen dat hij gelijk heeft, want het is een ongelijke strijd.

Wat de structuurkosten ten bedrage van 110 euro betreft, komt het veeleer AMP om een toelichting te geven.

Met betrekking tot de rechtszaak is het zo dat elk gesprek tussen de grootste persverdelers en AMP reeds drie jaar uitblijft — buiten beleefdheidsformules op recepties.

AMP ontwikkelt opleidingen voor de persverdelers, maar niet als enige: er zijn dus in werkelijkheid twee verschillende opleidingen.

AMP werkt aan diversificatie, maar zonder ook iemand in te wijden. De persverdelers gaan uiteraard niet bij de pakken blijven zitten. Zij gaan dus zelf een initiatief nemen, aangezien partijen niet met elkaar spreken.

De heer Tony Vervloet, secretaris-generaal van de Vlaamse Federatie van Persverkopers, gaat in op de uitleg van AMP rond "Distriweb". Verwijzend naar het hoger vermelde voorbeeld van de 50 exemplaren doet hij opmerken dat zelfs indien een winkelier in "Distriweb" zou invoeren, dat hij slechts drie exemplaren wenst, dan nog zal AMP beslissen er 50 te leveren — AMP beweert dat de uitgevers dat beslissen. Met andere woorden, wat de winkelier invult in "Distriweb" is zonder gevolg. Zelfs als een winkelier een titel niet wenst, dan nog wordt hij geleverd.

AMP zegt dat zij attesten levert voor de verschillen, maar dat zijn slechts nota's die niet correct zijn. De winkelier kan die attesten van "Distriweb" downloaden, maar de fiscale waarde van het document is nihil.

De diversificatie van AMP leidt tot een daling van de winstmarges van de winkeliers. Bovendien verhinderen de exclusieve contracten van AMP de werking van de vrije markt.

De subsidiëring moet dringend worden herzien. Wanneer een krant, zoals *Gazet van Antwerpen*, erin slaagt om een goedkoper abonnement aan te bieden via

de *bpost* et à supprimer l'abonnement chez le libraire, il est clair que le canal *bpost* est meilleur marché et est donc subventionné. Le débat doit être mené dans sa globalité, car les éditeurs en profitent aussi indirectement.

En Flandre, on peut estimer le nombre de points de vente indépendants à 2000 sur un total de 3 500. Selon *Imapress*, un petit concurrent d'*AMP*, on a enregistré, dans ce secteur spécifique, une centaine de fermetures et 31 faillites.

En ce qui concerne l'intervention de M. Willem-Frederik Schiltz, l'orateur fait observer que depuis 2009 déjà, le Conseil de la Concurrence a cessé de traiter les plaintes qu'il reçoit. Qui plus est, les vendeurs de presse ont été contraints d'entamer de "petites procédures", alors que le secteur a besoin de solutions. Le rôle du politique est d'empêcher ces petites procédures; les initiatives politiques doivent mettre fin aux dérives qui existent aujourd'hui.

En ce qui concerne les frais de structure, ils doivent aussi être payés en dessous d'un certain chiffre d'affaires, conjointement avec les frais de transport. *AMP* a voulu cela et la mesure a été présentée comme un barrage contre les chaînes qui vendent des produits de presse. Mais la pratique montre que cela n'est pas tout à fait vrai. Prenez une station-service moyenne, dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 30 000 euros. Si l'exploitant doit payer 240 euros de frais de port en plus des frais de structure, la marge bénéficiaire s'élèvera à 8 ou 9 %. L'idée selon laquelle la limitation de la marge bénéficiaire limiterait "l'essaimage" du nombre de points de vente est donc fausse.

M. Guillaume Beuscart, CEO d'*AMP*, aborde en premier lieu la diversification. D'aucuns prétendent qu'*AMP* souhaite par ce biais renforcer sa position dominante. Cette interprétation est dénuée de fondement. Premièrement, la diversification accroît les chances de survie des points de vente, mais aussi du système de distribution. *AMP* est la seule à pouvoir distribuer des journaux avant 7 heures du matin à travers toute la Belgique, d'Arlon à Anvers en passant par Bruxelles. Ce service a bien sûr un coût, qui varie d'un lieu à l'autre: le prix à Bruxelles n'est pas le même qu'à Arlon ou dans la région de Genk. Si l'on veut maintenir le système de distribution, en tenant compte de la chute des ventes, les commerçants doivent pouvoir disposer d'autres produits. En tout état de cause, *AMP* n'a pas l'intention d'occuper une position dominante.

D'aucuns citent des exemples à l'étranger (France, Pays-Bas). En France, deux acteurs opèrent dans ce secteur. La société *Prestalis* représente 80 % du

bpost et het abonnement bij de winkelier af te schaffen, is het duidelijk dat het kanaal via *bpost* goedkoper is en dus wordt gesubsidieerd. Het debat moet volledig worden gevoerd, want de uitgevers profiteren onrechtstreeks mee.

Het aantal onafhankelijke verkooppunten in Vlaanderen kan, op een totaal van 3500 verkooppunten, worden geraamd op tweeduizend. Volgens *Imapress*, een kleine concurrent van *AMP*, waren er in die specifieke sector honderd sluitingen en 31 faillissementen.

Ten aanzien van het betoog van de heer Willem-Frederik Schiltz merkt de spreker op dat de Raad voor de Mededinging al sinds 2009 de klachten, die het ontvangt, niet meer behandelt. Bovendien worden de persverkopers tot kleine procedures gedwongen, terwijl de sector nood heeft aan oplossingen. De rol van de politiek is deze kleine procedures te verhinderen; politieke initiatieven moeten paal en perk stellen aan de bestaande wantoestanden.

Met betrekking tot de structuurkosten moet die onder een bepaalde omzet ook worden betaald, samen met de kosten voor vervoer. *AMP* heeft daartoe aangestuurd en de maatregel werd voorgesteld als een dam tegen de ketenwinkels waar persmediaproducten worden verkocht. Maar de praktijk wijst uit dat het niet helemaal waar is. Neem nu een gemiddeld tankstation, met een kleine jaarlijkse omzet — onder 30 000 euro. Indien de uitbater ervan 240 euro portokosten moet betalen bovenop de structuurkosten, dan zal de winstmarge ongeveer 8 of 9 procent bedragen. De opvatting volgens dewelke de beperking van de winstmarge de "uitzwerming" van het aantal verkooppunten zou beperken, is dus niet juist.

De heer Guillaume Beuscart, ceo van *AMP*, bespreekt in de eerste plaats de diversificatie. Beweerd wordt dat *AMP* hiermee haar machtspositie wil verstevigen. Deze interpretatie is niet gefundeerd. Ten eerste verhoogt diversificatie de overlevingskansen van de verkooppunten, maar ook van het distributiesysteem. *AMP* is als enige in staat om voor 7 uur 's morgens in België kranten te leveren over het hele grondgebied, zij het in Aarlen, Brussel of Antwerpen. Dat heeft uiteraard een kostprijs, die varieert van plaats tot plaats: de prijs in Brussel is niet dezelfde als de prijs in Aarlen of in streek rond Genk. Wil men het distributiesysteem handhaven, rekening houdend met de dalende verkoop, moeten de winkeliers over andere producten kunnen beschikken. In ieder geval is het niet de bedoeling van *AMP* om een allesoverheersende positie in te nemen.

Sommigen verwijzen naar buitenlandse voorbeelden (Frankrijk, Nederland). In Frankrijk zijn twee actoren actief. De vennootschap *Prestalis* vertegenwoordigt er

marché et est au bord de la faillite. Elle bénéficie d'une subvention de l'État à hauteur de 600 millions d'euros et ne verse plus de cotisations sociales. Les problèmes sont connus, il suffit de suivre l'actualité, et proviennent de la baisse des ventes. Le nombre de points de vente en France diminue rapidement. Aux Pays-Bas, le distributeur de presse a arrêté du jour au lendemain la distribution de certains titres étrangers dans une série de régions. Ceci montre qu'il faut apporter quelques nuances.

Si *AMP* est consciente des actions intentées à son encontre, elle joue franc jeu avec le SPF Économie ou le Conseil de la concurrence. Toutes les informations demandées sont toujours communiquées en toute transparence, également en ce qui concerne les exemplaires non vendus, sans susciter toutefois de réaction de la part des pouvoirs publics en la matière.

En ce qui concerne la restitution des exemplaires non vendus, l'orateur renvoie à la contribution écrite d'*AMP*. Le système est assez technique et les données ont été reproduites sous forme de tableau.

Pratiquement tous les journaux et hebdomadaires sont distribués et relèvent du "système de reprise", ce qui n'est d'ailleurs pas une particularité belge car le droit de restitution est largement répandu. Le système permet au commerçant de maximaliser ses ventes et évite de le confronter à des pénuries. Ce système est avantageux pour l'éditeur et le vendeur. Les éditeurs augmentent ou réduisent le volume des livraisons en fonction du nombre d'exemplaires vendus. D'aucuns se plaignent que les quantités livrées sont trop réduites, mais *AMP* n'y est généralement pour rien puisque les quantités sont définies par les éditeurs. Les exemplaires non vendus sont portés en compte dans la facture qu'*AMP* présente aux points de vente et aux éditeurs. Par le passé, les éditeurs ont émis des doutes quant aux chiffres communiqués par *AMP*. Si, parfois, il y a eu des erreurs, il s'agissait, dans les autres cas, de fraude. Les points de vente n'indiquaient pas toujours les nombres exacts et on a donc créé un système de contrôle, principalement à la demande des éditeurs. Ce système occupe septante personnes.

Un système de communication avec les points de vente a également été mis en place, de manière à pouvoir communiquer tout changement via "Distriweb", 24 heures sur 24.

Le site Web d'*AMP* est ouvert à la communication dans différentes parties du pays.

80 % van de markt en staat op de rand van het faillissement. Ze geniet een subsidie van overheidswege ter waarde van zeshonderd miljoen euro en betaalt geen sociale zekerheid meer uit. De problemen zijn bekend, men hoeft maar de nieuwsberichten te volgen, en komen voort uit de dalende verkoopcijfers. Het aantal verkooppunten in Frankrijk vermindert snel. In Nederland heeft de krantenverdelers van de ene dag op de andere de verdeling van sommige buitenlandse kranten in een aantal regio's stopgezet. Dit toont aan dat er ruimte voor nuanceren is.

AMP is zich bewust van de vorderingen die tegen haar werden ingesteld, maar speelt open kaart met de FOD Economie of met de Raad voor de Mededinging. Alle gevraagde informatie wordt steeds meegedeeld in volle transparantie, ook omtrent de niet-verkochte exemplaren, zonder dat de overheid hierop echter reageert, wat dit laatste betreft.

Wat de terugbezorging van de niet-verkochte exemplaren aangaat, verwijst de spreker naar de schriftelijke bijdrage van *AMP*. Het systeem is nogal technisch en de gegevens werden in tabelvorm opgenomen.

Bijna alle kranten en weekbladen worden geleverd en vallen onder het "retoursysteem", wat overigens niet typisch Belgisch is, want het recht op teruggave is wijdverbreid. Het systeem stelt de winkelier in staat om zijn verkoop te maximaliseren en verhindert dat hij met tekorten moet kampen. Dit speelt in het voordeel van de uitgever en de verkoper. De uitgevers verminderen of vermeerderen de omvang van de leveringen al naargelang het aantal verkochte exemplaren. Sommigen klagen dat de toegeleverde hoeveelheden te gering zijn, maar *AMP* zit er meestal voor niets tussen; de hoeveelheden worden door de uitgevers bepaald. De niet-verkochte exemplaren worden in rekening gebracht in de factuur die *AMP* aan de verkooppunten en aan de uitgevers voorlegt. In het verleden twijfelden de uitgevers over de aantallen, die door *AMP* werden opgegeven. Soms werden fouten gemaakt, maar in andere gevallen was er fraude. De verkooppunten gaven niet altijd exacte aantallen op en daarom werd een controlesysteem opgericht, overwegend op vraag van de uitgevers. Hiervoor worden zeventig personen tewerkgesteld.

Een communicatiesysteem met de verkooppunten werd eveneens opgericht, zodat zij elke wijziging kunnen meedelen via "Distriweb", de klok rond.

De website van *AMP* staat open voor communicatie in verscheidene delen van het land.

En dépit des nombreux efforts que cela nécessite sur le plan administratif, le responsable de chaque nouveau point de vente bénéficie d'une formation d'une demi-journée axée sur les spécificités de la distribution de la presse.

Chaque jour, un "bordereau", sur lequel est indiqué le nombre d'exemplaires invendus, est imprimé. Ce bordereau peut être envoyé électroniquement par chaque point de vente, mais il peut également être complété manuellement.

La plupart des invendus sont repris conformément à un système où un nouvel hebdomadaire ou un nouveau numéro d'un titre de presse chasse l'autre. *AMP* reprend toutefois quotidiennement des exemplaires invendus.

Il faut faire une distinction entre les journaux et les périodiques, pour lesquels les exemplaires oubliés peuvent encore être restitués pendant trois jours, les modalités applicables variant selon la nature de la publication. Il existe des règles, mais, en même temps, *AMP* essaie d'agir le plus sagement possible. Il ne faut pas oublier qu'*AMP* est elle-même liée aux éditeurs. Si *AMP* ne leur déclare pas le nombre d'invendus dans les délais impartis, les éditeurs refusent de les créditer à *AMP*.

La technologie utilisée pour effectuer les contrôles n'est pas neuve: il existe environ 700 appareils de ce type à travers le monde, dont une vingtaine sont utilisés par *AMP* en Belgique. Les mêmes machines sont utilisées aux Pays-Bas, en Allemagne et au Royaume-Uni, y compris dans le secteur pharmaceutique. Les périodiques sont contrôlés à 100 %, les quotidiens à hauteur de 25 %. La reconnaissance automatique atteint 96 %. Chaque appareil est commandé par une personne, qui prend une photo de chaque périodique, tant du recto que du verso. Toutes les photos sont conservées durant trois à quatre semaines en guise de preuve. L'opérateur prend chaque document en main, l'un après l'autre. Environ 5 % des exemplaires restitués retournent chez les éditeurs, le reste étant détruit. Les 4 % d'exemplaires non reconnus par la machine sont traités manuellement.

Les contestations des points de vente concernant le nombre d'exemplaires s'effectuent par le biais de trois points de contact (Oostkamp, Bruxelles, Liège), qui sont généralement accessibles de 7h à 19h, soit par voie électronique, soit par fax, soit par téléphone. Pourquoi *AMP* refuse-t-elle certaines plaintes ou certains retours? Différentes raisons peuvent l'expliquer. Parfois, un point de vente ne suit pas la procédure: les journaux et les revues ne sont pas triés, ce qui peut entraîner des destructions de revues, lorsqu'elles ont été jointes à

Elk nieuw verkooppunt geniet een opleiding van een halve dag, hoewel dat heel wat inspanningen vergt vanuit administratief oogpunt, dat over de specificiteit van de persverdeling handelt.

Elke dag wordt een "borderel" gedrukt, waarop het aantal niet-verkochte exemplaren wordt vermeld. Elk verkooppunt kan dat elektronisch communiceren, maar het kan ook handmatig worden ingevuld.

De meerderheid van de exemplaren wordt teruggenomen volgens een systeem waarbij een nieuw weekblad of nummer het oude verdrijft. Elke dag worden wel onverkochte exemplaren teruggenomen.

Kranten en tijdschriften moeten van elkaar gescheiden worden, waarbij vergeten exemplaren nog gedurende drie dagen ingeleverd kunnen worden, en naargelang van de aard van de publicatie bestaan er verschillende modaliteiten. Er zijn regels, maar tegelijkertijd probeert *AMP* zo soepel mogelijk te handelen. Men mag niet vergeten dat *AMP* op haar beurt tegenover de uitgevers gebonden is. Wanneer *AMP* niet binnen de termijn bij de uitgevers aangifte doet van niet-verkochte exemplaren, weigeren de uitgevers krediet te verstrekken.

De technologie om de controle uit te voeren is niet nieuw; er bestaan wereldwijd zo'n zevenhonderd toestellen, waarvan een twintigtal in België wat *AMP* betreft. In Nederland, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk worden dezelfde machines gebruikt, en ook de farmaceutische sector maakt er gebruik van. De tijdschriften worden voor 100 % gecontroleerd, de dagbladen *a rato* van 25 %. De automatische herkenning loopt op tot 96 %. Elk toestel wordt door een persoon bemand. Van elk tijdschrift wordt een foto genomen, zowel van de voor- als van de achterzijde. Alle foto's worden vervolgens drie à vier weken bewaard als bewijsmiddel. De operator neemt elk document in handen, stuk per stuk. Ongeveer vijf procent van de ingeleverde exemplaren keert terug naar de uitgevers, de rest wordt vernietigd. De 4 % door het toestel niet herkende exemplaren worden manueel behandeld.

De betwistingen van de verkooppunten met betrekking tot de aantallen gebeurt via drie contactpunten (Oostkamp, Brussel, Luik), die doorgaans beschikbaar zijn van 7 tot 19 uur, hetzij elektronisch, hetzij per fax, hetzij telefonisch. Waarom weigert *AMP* sommige klachten of teruggaves? Verschillende redenen kunnen worden opgegeven. Soms volgt een verkooppunt de procedure niet: kranten en tijdschriften worden niet van elkaar gescheiden wat tot vernietigingen van tijdschriften kan leiden, wanneer zij in een stapel kranten werden

un tas de journaux. Il est matériellement impossible de contrôler chaque jour des millions d'exemplaires pièce par pièce. Certains exemplaires sont remis, mais ne sont pas distribués par AMP. Il peut également arriver que le nombre d'exemplaires retournés soit supérieur au nombre d'exemplaires facturés par AMP. Il ne faut pas s'attendre à ce qu'AMP reprenne 120 exemplaires, alors qu'elle n'en a livré que 100. Et parfois, le délai est dépassé et l'éditeur n'accepte plus le retour; dans ce cas, AMP n'est qu'un intermédiaire.

Entre juillet et novembre, AMP a traité 55 millions d'exemplaires invendus. 131 000 exemplaires ont été refusés et 351 000 acceptés à la suite d'une plainte. Sur les 131 000 exemplaires, 73 % ont été acceptés par la suite. Les refus et les contestations représentent donc 0,25 % des exemplaires invendus. Ces chiffres ont également été transmis au SPF Économie.

Les frais de port s'élèvent à 14 millions d'euros par an. Jusqu'en 2008, 7 millions d'euros étaient facturés aux points de vente. Il en résulte donc un déficit structurel de 7 millions d'euros, qui a augmenté depuis 2009, afin de pouvoir maintenir la diffusion en Belgique. Actuellement, AMP n'est plus en mesure de fournir ce service gratuitement. On pourrait concevoir que les points de vente viennent eux-mêmes enlever les articles; quelque quatre cents points de vente viennent chaque jour chercher les marchandises dans les entrepôts. AMP dispose de 350 camions, qui effectuent quotidiennement 350 tournées entre 3h et 6h du matin et desservent 5 800 points de vente en Belgique.

M. Renaud Dupont, conseiller d'AMP, précise qu'AMP gagne sa vie en percevant une commission pour chaque exemplaire de journal vendu, tout comme les points de vente. À l'instar d'un point de point de vente, AMP perçoit une commission pour chaque journal vendu au prix de 1,20 euro ou 1,30 euro. La baisse des ventes a donc des répercussions non seulement sur les commerçants, mais aussi sur les diffuseurs de presse.

L'affaire est pendante devant le Conseil de la concurrence mais, devant les tribunaux, elle a été perdue par les fédérations. Les juges donnent raison à AMP pour la méthode de contrôle appliquée. Mme Karin Lalieux affirme qu'il n'est pas possible pour une société d'occuper une position dominante. Ce n'est pas tout à fait exact: l'abus de position dominante pose problème. Et le fait d'occuper une position dominante dans un secteur qui perd du terrain n'est pas précisément confortable. M. Walter Agosti indique qu'il dispose d'une offre diversifiée dans son magasin, alors qu'un magasin de nuit ou une station-services concentrera son offre sur les titres

meegegeven. Het is materieel niet mogelijk om dagelijks miljoenen exemplaren stuk per stuk te controleren. Sommige exemplaren worden ingeleverd, maar worden niet door AMP verdeeld. Het kan ook gebeuren dat het aantal teruggeleverde exemplaren hoger ligt dan het aantal door AMP gefactureerde exemplaren. Men kan niet verwachten dat AMP 120 exemplaren terugneemt, wanneer er maar 100 werden bezorgd. En soms is de termijn verstreken en aanvaardt de uitgever de teruggave niet meer; in dat geval is AMP niet meer dan een tussenpersoon.

Tussen juli en november heeft AMP 55 miljoen niet-verkochte exemplaren behandeld. 131 000 exemplaren werden geweigerd en 351 000 werden aanvaard naar aanleiding van een klacht. Van de 131 000 exemplaren, werd nadien 73 % aanvaard. De weigeringen en de betwistingen bedragen dus 0.25 % ten aanzien van de niet-verkochte exemplaren. Deze cijfers werden ook aan de FOD Economie bezorgd.

De portokosten bedragen jaarlijks 14 miljoen euro. Tot 2008 werd 7 miljoen euro aangerekend aan de verkooppunten. Dit betekent dus een structureel deficit van 7 miljoen euro, dat sinds 2009 is toegenomen, teneinde de verdeling in België te kunnen handhaven. Tegenwoordig is AMP niet langer in staat deze dienst gratis te verlenen. Een mogelijkheid zou erin kunnen bestaan dat de verkooppunten de artikelen zelf komen ophalen; een vierhonderdtal verkooppunten komt dagelijks de waren in de opslagplaatsen halen. AMP beschikt over 350 vrachtwagens, die dagelijks 350 rondes verzorgen tussen 3 en 6 uur 's morgens en 5800 verkooppunten in België aandoen.

De heer Renaud Dupont, raadsman van AMP, preciseert dat AMP haar kost verdient door een commissieloon voor elk verkocht krantenexemplaar, net zoals de verkooppunten. AMP ontvangt, net zoals een verkooppunt, een commissieloon voor elke krant die tegen 1,20 euro of 1,30 euro wordt verkocht. De dalende verkoop heeft dus niet alleen gevolgen voor de winkeliers, maar ook voor de persverdelers.

Er is zaak aanhangig voor de Raad voor de Mededinging, maar de zaak voor de rechtbanken werd door de federaties verloren. De rechters stellen AMP in het gelijk voor de toegepaste controlemethode. Mevrouw Karin Lalieux beweert dat het voor een vennootschap niet mogelijk is om een machtspositie te bekleden. Dat is niet helemaal juist: het misbruik van machtspositie stelt problemen. En het hebben van een machtspositie in een sector die aan belang verliest is niet bepaald aangenaam. De heer Walter Agosti geeft aan dat hij in zijn winkel over een gediversifieerd aanbod beschikt, terwijl een nachtwinkel of tankstation zijn aandacht zal

à succès. Mais AMP ne peut juridiquement pas refuser de fournir des journaux ou périodiques aux magasins de nuits ou aux stations-services lorsque ceux-ci en font la demande. C'est une conséquence de la position dominante d'AMP. D'aucuns affirment que les conditions contractuelles sont désavantageuses pour les points de vente, mais les conditions doivent être identiques pour tous. Il n'est pas possible de mener une négociation au cas par cas. Les conditions ont été soumises à la Commission européenne. Le conseil indique que le secteur est en fait en train de se casser la figure car plus personne ne gagne sa vie en vendant des journaux, ni les points de vente, ni AMP. Si la commission de l'Économie veut s'attaquer à cette problématique, elle doit se désintéresser du litige qui oppose les fédérations et AMP. Elle doit examiner la problématique dans une perspective plus large, et également inclure les éditeurs et *bpost* dans l'analyse. La distribution de la presse en tant que telle doit occuper une place centrale. Un autre point est que certains éditeurs assurent eux-mêmes la distribution. C'est le cas du *Groupe Rossel*, qui distribue le journal *Le Soir* à Bruxelles et dans le Brabant wallon. *Concentra nv* distribue le quotidien *Gazet van Antwerpen*. Les provinces éloignées ne sont pas desservies parce que l'opération n'y est pas rentable. La distribution de la presse est déficitaire et doit faire l'objet d'une analyse globale.

toespitsen op de succesvolle titels. Maar AMP kan de levering van kranten of tijdschriften aan nachtwinkels of tankstations juridisch niet weigeren, als de levering wordt gevraagd. Dat is een gevolg van de machtspositie van AMP. Beweerd wordt dat de contractuele voorwaarden voor de verkooppunten nadelig zijn, maar de voorwaarden moeten wel voor iedereen dezelfde zijn. Het is niet mogelijk om voor elk geval afzonderlijk te onderhandelen. De voorwaarden werden aan de Europese Commissie voorgelegd. De raadsman stelt dat de sector eigenlijk op zijn bek valt, want niemand verdient nog wat aan de krantenverkoop, noch de verkooppunten, noch AMP. Indien de commissie voor het Bedrijfsleven de problematiek wil aanpakken, moet ze haar aandacht afwenden van de betwisting tussen de federaties en AMP. Ze moet de zaak in een breder perspectief bekijken, en ook de uitgevers en *bpost* in de analyse te betrekken. De persverdeling als dusdanig dient centraal te staan. Een ander punt is dat sommige uitgevers zelf de verdeling verzorgen. Dat is het geval van *Groupe Rossel*, dat de krant *Le Soir* in Brussel en Waals-Brabant verdeelt. *Concentra nv* verdeelt *Gazet van Antwerpen* in Antwerpen. De afgelegen provincies worden niet aangedaan, omdat de operatie niet rendabel is. De persverdeling is verlieslatend en moet in zijn algemeenheid worden bekeken.