



autorité de régulation
des communications électroniques,
des postes et de la distribution de la presse

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

CONSULTATION PUBLIQUE

30 avril 2021 – 11 juin 2021

**Règles de détermination des quantités servies aux
points de vente des titres CPPAP hors IPG prises en
application du 5° de l'article 18 de la loi n° 47-585
modifiée (dite loi Bichet)**

30 avril 2021

Sommaire

Modalités pratiques de la consultation publique	3
1 Cadre juridique	4
2 Contexte et objet de la consultation publique.....	5
2.1 Déroulement des négociations interprofessionnelles	5
2.2 Absence d'accord interprofessionnel.....	5
2.3 Objet de la présente consultation publique.....	6
3 État des lieux et analyse des quantités servies aux points de vente	6
3.1 Fonctionnement actuel et problématique	6
3.2 Mécanisme envisagé par le CSMP.....	7
3.3 Analyse des invendus des magazines : plus de la moitié des invendus sont générés par les 10 % de titres les plus vendus	8
3.4 Analyse de la régularité des ventes : les ventes sont globalement régulières et s'éloignent peu de la moyenne.....	10
3.5 Simulation d'un principe de plafonnement des quantités servies aux points de vente	11
4 Présentation des règles de détermination des quantités de titres CPPAP hors IPG servies aux points de vente.....	15
4.1 Objectifs poursuivis	15
4.2 Principe général proposé : pour chaque titre CPPAP hors IPG, mettre en place un plafond des quantités servies déterminé pour chaque diffuseur sur la base de l'historique de ses ventes.....	15
4.2.1 Définition du plafond des quantités de titres CPPAP hors IPG servies aux points de vente	16
4.2.2 Détermination des paramètres <i>Nombre_Complémentaire_Faibles_Ventes</i> et <i>Pourcentage_Complémentaire_Fortes_Ventes</i>	18
4.3 Cas particuliers	19
4.3.1 Titres CPPAP hors IPG pour lesquels l'historique de vente dans le point de vente est inférieur à 12 mois	19
4.3.2 Titres CPPAP hors IPG et points de vente dont les ventes sont soumises à une forte saisonnalité.....	20
4.3.3 Titres CPPAP hors IPG à fréquence de publication quotidienne	20
4.3.4 Mécanisme de déplafonnement pour les parutions traitant d'événements exceptionnels	21
4.3.5 Cas des numéros hors-séries et numéros spéciaux	22
Annexe 1.....	24
Annexe 2.....	30
Annexe 3.....	40
Synthèse des questions	47

Règles de détermination des quantités servies aux points de vente des titres CPPAP hors IPG prises en application du 5° de l'article 18 de la loi n° 47-585 modifiée (dite loi Bichet)

Modalités pratiques de la consultation publique

La présente consultation publique est ouverte jusqu'au 11 juin 2021 à 17h00. L'avis des acteurs du secteur est sollicité par l'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse (ci-après « l'Arcep » ou « l'Autorité ») dans le cadre de l'élaboration des règles de détermination des quantités servies aux points de vente des titres CPPAP hors IPG prises en application du 2° de l'article 5 de la loi n° 47-585 modifiée (dite loi Bichet), en application de l'article 21 de la loi Bichet. Seules les contributions arrivées avant l'échéance seront prises en compte.

L'Autorité attire l'attention sur le fait que les éléments présentés dans cette consultation publique ne préjugent en aucun cas de la décision finale qu'elle prendra.

Les réponses doivent être transmises à l'Arcep de préférence par courrier électronique à l'adresse suivante :

CP-Quantites-CPPAP@arcep.fr

L'Autorité s'autorise à rendre publiques tout ou partie des réponses qui lui parviendront, à l'exclusion des parties couvertes par le secret des affaires.

Les contributeurs sont invités à limiter autant que possible les passages couverts par le secret des affaires.

Dès lors que leur réponse contiendrait de tels éléments, les contributeurs sont invités à transmettre leur réponse en deux versions :

- une version confidentielle, dans laquelle les passages couverts par le secret des affaires sont identifiés entre crochets et surlignés en gris : « une part de marché de [25]% » ;
- une version publiable, dans laquelle les passages couverts par le secret des affaires auront été remplacés par « ... » : « une part de marché de « ... »% ».

L'Arcep pourra déclasser d'office des éléments d'information qui, par leur nature, ne relèvent pas du secret des affaires.

1 Cadre juridique

L'article 5 de la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 relative au statut des entreprises de groupage et de distribution des journaux et publications périodiques, dite loi Bichet, dans sa version modifiée par la loi n° 2019-1063 du 18 octobre 2019 relative à la modernisation de la distribution de la presse, dispose que :

« Toute société agréée de distribution de la presse est tenue de faire droit, dans des conditions objectives, transparentes, efficaces et non discriminatoires à la demande de distribution des publications d'une entreprise de presse conformément aux dispositions suivantes :

1° La presse d'information politique et générale [ci-après « IPG »] est distribuée dans les points de vente et selon les quantités déterminées par les entreprises éditrices de ces publications. La continuité de sa distribution doit être garantie. Les points de vente ne peuvent s'opposer à la diffusion d'un titre de presse d'information politique et générale ;

2° Les journaux et publications périodiques bénéficiant des tarifs de presse prévus à l'article L. 4 du code des postes et des communications électroniques, autres que d'information politique et générale, [ci-après « CPPAP hors IPG »] sont distribués selon des règles d'assortiment des titres et de détermination des quantités servies aux points de vente définies par un accord interprofessionnel conclu entre les organisations professionnelles représentatives des entreprises de presse et des diffuseurs de presse et les sociétés agréées de distribution de la presse ou, le cas échéant, les organisations professionnelles représentatives de ces dernières. Cet accord tient compte des caractéristiques physiques et commerciales des points de vente, de la diversité de l'offre de presse et de l'actualité. Ceux-ci ne peuvent s'opposer à la diffusion d'un titre qui leur est présenté dans le respect des règles d'assortiment et de quantités servies mentionnées à la première phrase du présent 2° ;

3° Pour les autres journaux et publications périodiques [ci-après « hors CPPAP »], les entreprises de presse, ou leurs représentants, et les diffuseurs de presse, ou leurs représentants, définissent par convention les références et les quantités servies aux points de vente. (...) ».

L'article 16 de la loi Bichet modifiée dispose que :

« L'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse est chargée de faire respecter les principes énoncés par la présente loi. Elle veille à la continuité territoriale et temporelle, à la neutralité et à l'efficacité économique de la distribution groupée de la presse ainsi qu'à une couverture large et équilibrée du réseau des points de vente.

Elle concourt à la modernisation de la distribution de la presse et au respect du pluralisme de la presse. »

Le 5° de l'article 18 de la loi Bichet modifiée dispose que :

« Pour l'exécution des missions qui lui sont confiées par l'article 16, l'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse :

(...) 5° Est informée par les organisations professionnelles représentatives concernées de l'ouverture de leurs négociations en vue de la conclusion de l'accord interprofessionnel mentionné au 2° de l'article 5 ou d'un avenant à cet accord, reçoit communication de cet accord ou avenant et émet un avis public sur sa conformité aux principes énoncés par la présente loi. En cas de non-conformité de cet accord ou avenant ou de carence des parties dûment constatée au terme de six mois suivant l'ouverture des négociations ou, le cas échéant, suivant l'expiration de l'accord ou de l'avenant, l'autorité définit les règles d'assortiment des titres et de détermination des quantités servies aux points de vente (...) ».

Le III de l'article 13 de la loi n° 2019-1063 (ci-après « loi de modernisation de la distribution de la presse ») dispose que :

« Le premier accord interprofessionnel conclu sur le fondement du 2° de l'article 5 de la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 précitée dans sa rédaction résultant de la présente loi est négocié entre les organisations professionnelles représentatives des entreprises de presse et des diffuseurs de presse et les personnes morales mentionnées au I du présent article. Cet accord est communiqué à l'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse et au ministre chargé de la communication dans un délai de six mois à compter de la date de publication de la présente loi ».

L'article 21 de la loi Bichet dispose enfin que « [l]orsque l'Autorité [...] envisage d'adopter des mesures ayant une incidence importante sur le marché de la distribution de la presse, elle rend publiques les mesures envisagées dans un délai raisonnable avant leur adoption et recueille les observations qui sont faites à leur sujet. L'Autorité rend public le résultat de ces consultations, sous réserve des secrets protégés par la loi ».

2 Contexte et objet de la consultation publique

2.1 Déroulement des négociations interprofessionnelles

La loi de modernisation de la distribution de la presse prévoyait que le premier accord interprofessionnel établissant les règles d'assortiment des titres et de détermination des quantités servies aux points de vente de la presse CPPAP¹ hors IPG², conclu sur le fondement du 2° de l'article 5 de la loi Bichet, devait être communiqué à l'Arcep et au ministre chargé de la communication dans un délai de 6 mois à compter de l'adoption de la loi, soit mi-avril 2020.

En raison du contexte sanitaire exceptionnel du premier semestre 2020, les négociations interprofessionnelles se sont prolongées jusqu'au mois d'octobre 2020. Afin de favoriser les discussions, l'Arcep a mis en place un comité de suivi au cours desquels ses représentants ont occupé un rôle d'animateur et d'observateur neutre.

Entre février 2020 et octobre 2020, sept comités de suivi de l'assortiment ont été organisés durant lesquels des participants issus des différents métiers de la filière (éditeurs, distributeurs, dépositaires, diffuseurs) ont échangé en vue d'élaborer un projet d'accord.

2.2 Absence d'accord interprofessionnel

Le 30 octobre 2020, l'Arcep a reçu un accord signé par l'Alliance de la presse d'information générale (APIG), Culture presse, la Fédération nationale de la presse d'information spécialisée (FNPS), le Syndicat des éditeurs de la presse magazine (SEPM) et le Syndicat national des dépositaires de presse (SNDP).

Aucune des deux sociétés exerçant une activité de distributeur de presse en date du 30 octobre 2020, MLP³ et France Messagerie, ne sont signataires de cet accord.

¹ Commission paritaire des publications et agences de presse

² Information politique et générale

³ Messageries lyonnaises de presse

En outre, par un courrier en date du 8 novembre 2020, MLP a fait part de son refus de signer l'accord présenté par l'APIG, Culture presse, le FNPS, le SEPM et le SNDP. France Messagerie a également signifié son refus de signer ce même accord par un courriel en date du 23 novembre 2020.

Dans ces conditions, l'Arcep constate que, plus d'un an après la publication de la loi de modernisation de la distribution de la presse, les parties mentionnées au 2° de l'article 5 de la loi Bichet n'ont pas pu conclure entre elles un accord interprofessionnel fixant les règles relatives à l'assortiment des titres et des quantités servies aux points de vente de la presse CPPAP.

L'Arcep reste bien entendu très favorable à ce qu'un accord interprofessionnel soit conclu entre les acteurs sur cette question. En l'absence d'un tel accord toutefois, en application du 5° de l'article 18 de la loi Bichet, il reviendra à l'Arcep de définir ces règles.

2.3 Objet de la présente consultation publique

La présente consultation publique a pour objet d'interroger les acteurs sur les orientations de l'Arcep, afin de définir les règles de détermination des quantités servies aux points de vente des titres de la presse CPPAP hors IPG, dans l'hypothèse où ces règles seraient élaborées dans le cadre d'une décision qu'elle adopterait.

Elle complète ainsi la consultation publique du 18 décembre 2020 au 1^{er} février 2021 au travers de laquelle l'Arcep avait interrogé les acteurs sur ses orientations concernant les règles d'assortiment des titres de la presse CPPAP hors IPG.

A l'issue de cette consultation publique et après prise en compte des contributions qu'elle aura reçues, l'Arcep envisage d'élaborer une unique décision définissant les règles d'assortiment des titres et de détermination des quantités servies aux points de vente des titres CPPAP hors IPG qu'elle soumettra à consultation publique.

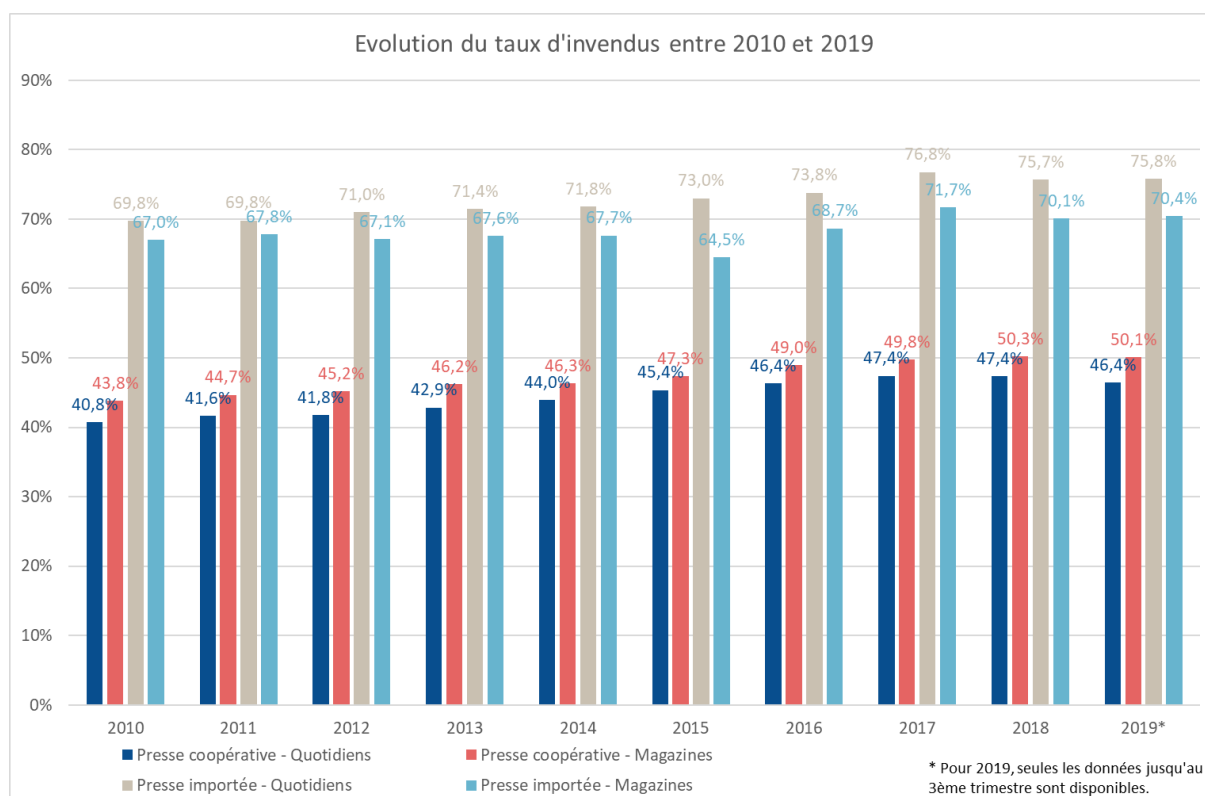
3 État des lieux et analyse des quantités servies aux points de vente

3.1 Fonctionnement actuel et problématique

Actuellement, les quantités servies aux points de vente ne font l'objet d'aucune régulation. Ce sont les éditeurs de presse, avec parfois le conseil des distributeurs ou de prestataires spécialisés, qui décident des réglages, c'est-à-dire du nombre d'exemplaires de chaque titre à livrer aux différents points de vente.

Les taux d'invendus moyens se situent aux alentours de 50 % et ont augmenté de 6,5 points entre 2010 et 2018⁴.

⁴ Source : CSMP (<http://www.csmp.fr/Menu/La-distribution/Distribution-en-chiffre-France>)



Source : illustration par l'Arcep des données du CSMP.

Cette surabondance d'exemplaires par rapport aux ventes encombre les linéaires ce qui nuit, d'une part, à la bonne exposition des titres donc à leur vente et, d'autre part, à l'attractivité du métier de diffuseur, fragilisant ainsi le réseau de distribution. En effet, elle contribue à une augmentation de la charge de travail des diffuseurs qui sont responsables notamment de la mise en place des produits, de la gestion du stock et de la préparation de la relève des invendus. Toutes ces manipulations non rémunérées de ces exemplaires invendus par les diffuseurs et par les autres maillons de la chaîne de distribution de la presse génèrent de l'inefficacité pour le secteur.

3.2 Mécanisme envisagé par le CSMP

Pour réduire ces invendus, le CSMP avait prévu un dispositif de plafonnement des quantités fournies, destiné à s'appliquer à compter du 1^{er} avril 2014⁵. Ce dispositif prévoyait un plafonnement, d'une part, des quantités distribuées aux points de vente et, d'autre part, des quantités fournies aux messageries de presse. Ce dispositif prenait en compte pour chaque titre leurs ventes au niveau national ainsi que dans chaque point de vente, leur taux d'invendus ainsi qu'un taux d'invendus de référence défini par le CSMP.

Il excluait les titres de presse IPG, ainsi que les hors-séries et les déclinaisons associés, et les publications de périodicité inférieure à mensuelle dont les ventes moyennes par parution étaient supérieures ou égales à 400 000 exemplaires par an.

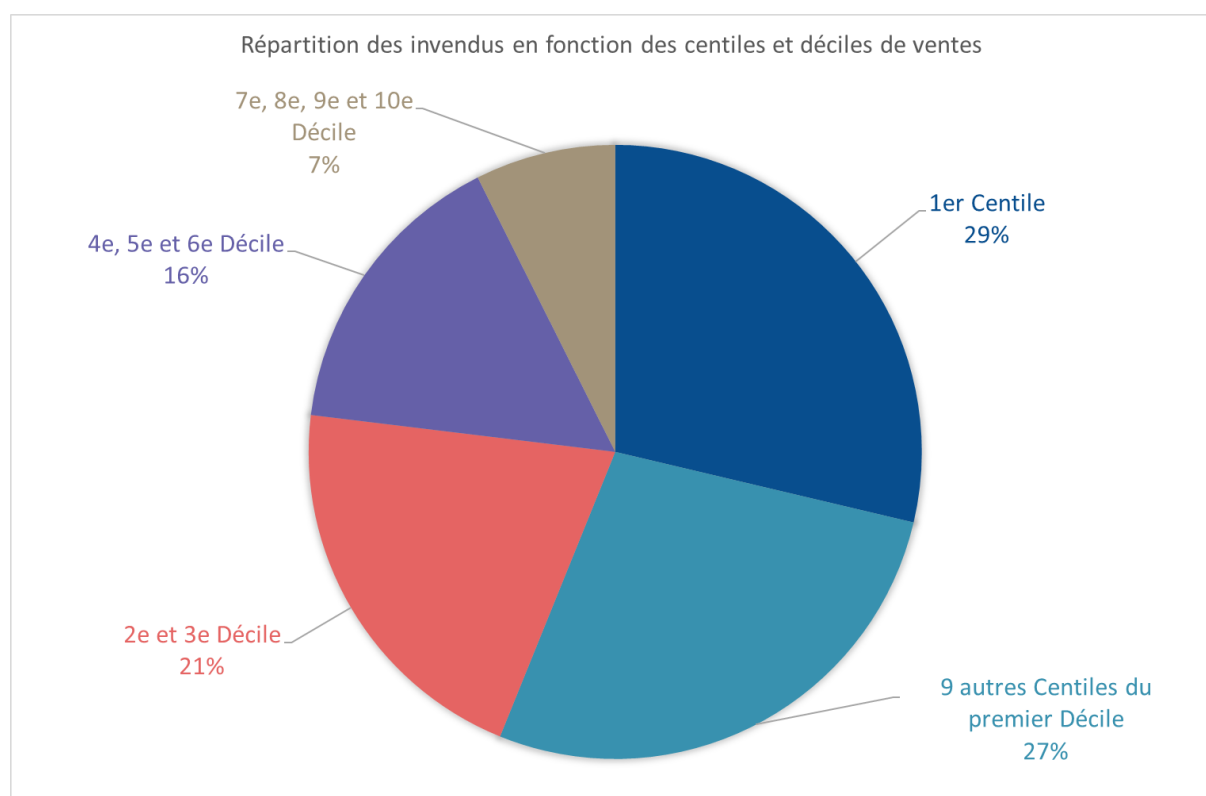
⁵ Décision du CSMP n° 2013-04 relative à la régulation des quantités distribuées dans le réseau collectif de distribution de la presse.

Toutefois, cette décision du CSMP a été suspendue⁶ avant son entrée en vigueur « du fait de l'obsolescence des systèmes d'informations actuellement utilisés pour la distribution de la presse ». Ce mécanisme n'a, depuis lors, jamais été réintroduit.

3.3 Analyse des invendus des magazines : plus de la moitié des invendus sont générés par les 10 % de titres les plus vendus

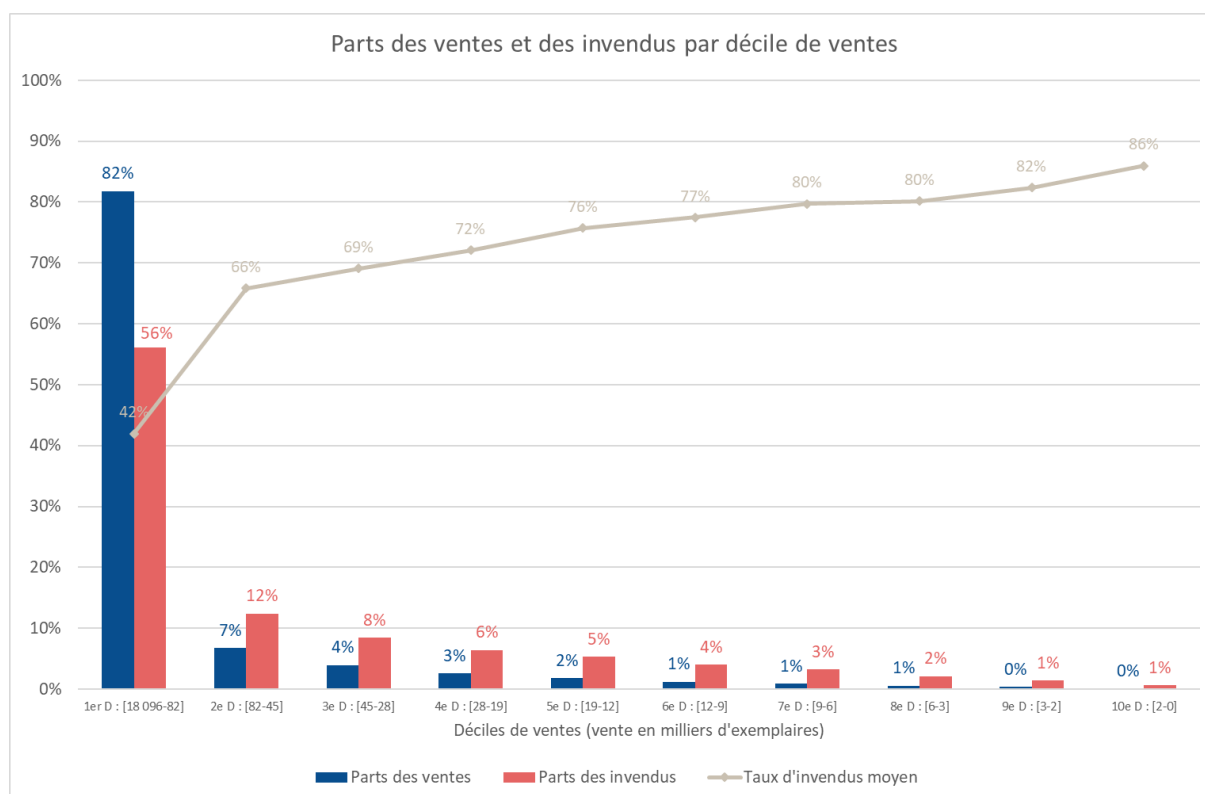
L'analyse des données fournies par les messageries sur le nombre d'exemplaires fournis, vendus et invendus de plus de 3 000 magazines (IPG, CPPAP hors IPG et hors CPPAP) entre janvier et novembre 2019 au niveau national montre que ce sont les titres qui font le plus de ventes qui génèrent le plus grand nombre (en valeur absolue) d'invendus.

En effet, lorsque l'on classe les titres étudiés par nombre de ventes on constate que les titres constituant le premier décile (10 % des titres réalisant les meilleures ventes) génèrent plus de la moitié des invendus (56 %). En détaillant ce premier décile, on constate que les titres les plus vendus (premier centile soit les 1 % des titres réalisant les meilleures ventes) génèrent près d'un tiers des invendus (29 %).



Par ailleurs, on constate que les ventes sont concentrées sur une petite partie des titres et que le taux d'invendus augmente au fur et à mesure que les ventes se réduisent.

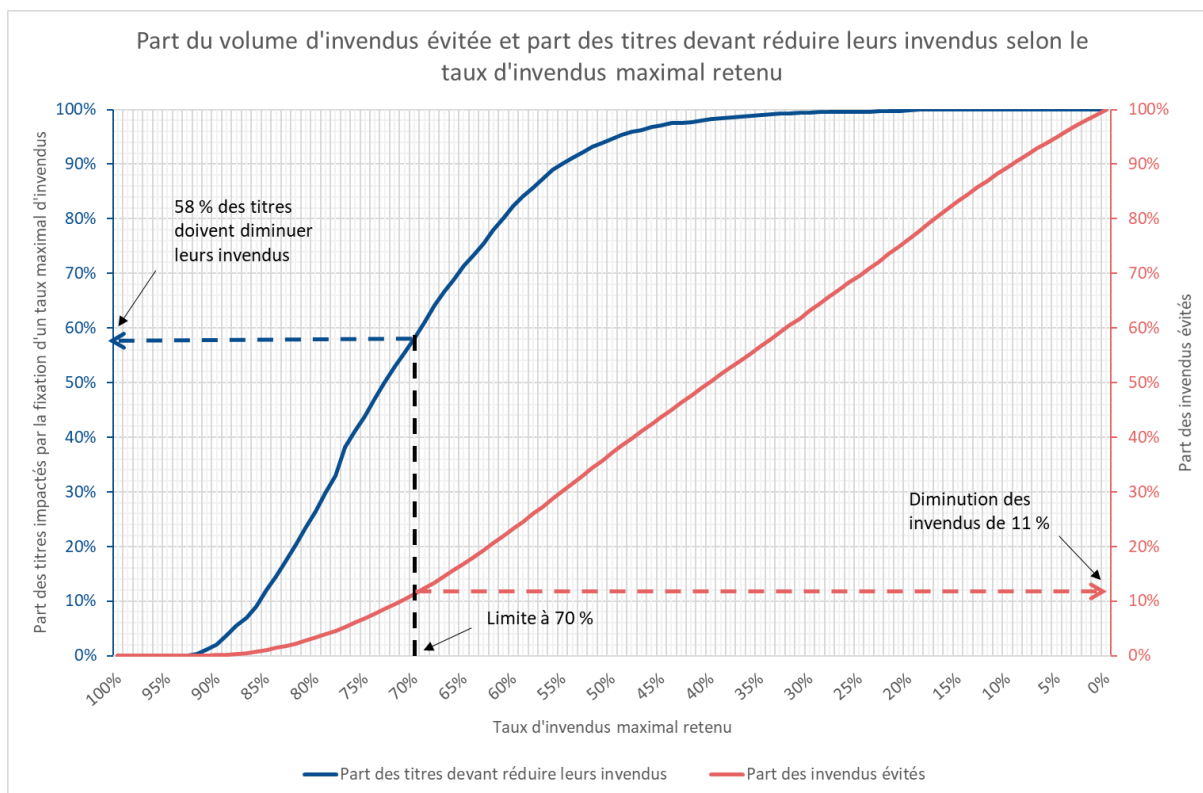
⁶ Décision du CSMP n° 2014-02 suspendant provisoirement l'application de la décision n° 2013-04 relative à la régulation des quantités distribuées dans le réseau collectif de distribution de la presse.



Ainsi, les 10 % de titres les plus vendus concentrent 82 % des ventes (en nombre d'exemplaires), ne présentent qu'un taux d'invendus moyen de 42 % mais engendrent 56 % du nombre total des invendus. *A contrario*, les 40 % des titres les moins vendus (septième, huitième, neuvième et dixième décile) ne concentrent que 2 % des ventes, ont un taux moyen d'invendus supérieur à 80 %, mais n'engendrent que 7 % du nombre total d'exemplaires invendus.

En conséquence, il apparaît qu'un plafonnement du taux d'invendus risquerait de s'avérer peu efficace pour réduire les invendus puisque les taux élevés d'invendus sont générés par des titres à faible nombre de ventes et donc générant peu d'invendus en nombre.

Pour mettre en évidence ce phénomène, une simulation d'une mesure de plafonnement du taux d'invendus a été réalisée. Ainsi, en limitant le taux d'invendus à 70 % (*i.e.* pour tous les titres qui engendrent plus de 70 % d'invendus, on retire les exemplaires invendus qui excèdent le taux de 70 %), on constate que le nombre d'exemplaires invendus diminuerait seulement de 11 % alors même que 58 % des titres seraient impactés par la mesure.



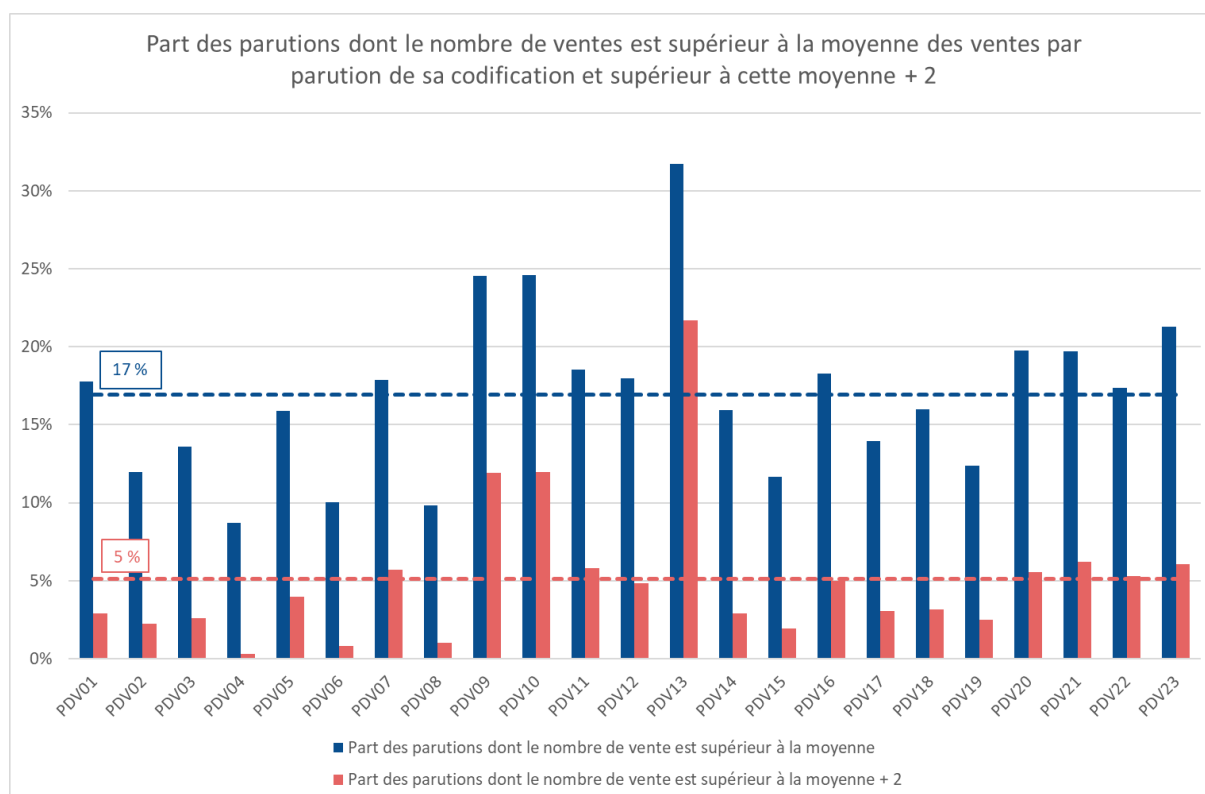
En synthèse, les analyses montrent que les titres avec les plus forts taux d'invendus ne contribuent qu'à une faible part de la production d'invendus. Ainsi, afin de réduire le poids que les invendus font peser sur la filière, il conviendrait de chercher une solution qui permette de limiter les invendus de l'ensemble des titres, et en particulier, les titres les plus vendus, en ce qu'ils génèrent le plus d'invendus.

Les détails de ces analyses sont présentés en annexe 1 du présent document.

3.4 Analyse de la régularité des ventes : les ventes sont globalement régulières et s'éloignent peu de la moyenne

L'analyse des ventes de magazines (IPG, CPPAP hors IPG et hors CPPAP) entre février 2019 et février 2020 d'un échantillon de 23 points de vente, de tailles différentes, montre la même tendance que celle observée au niveau national des messageries, à savoir que ce sont les titres les plus vendeurs qui génèrent le plus grand nombre d'invendus.

En outre, lorsque l'on observe les ventes par codification dans chacun de ces 23 points de vente, on observe que celles-ci sont assez régulières (*i.e.* chaque parution d'une même codification génère à peu près le même nombre de ventes que les autres parutions de la codification). En effet, quand on comptabilise le nombre de parutions dont les ventes sont supérieures à la moyenne des ventes de la codification, on constate que seules environ 17 % des parutions vendues dans un point de vente sont concernées. Si on compare les ventes non pas à la moyenne mais à la moyenne des ventes augmentée de deux exemplaires supplémentaires, alors cette proportion baisse à 5 %. Ceci signifie qu'en moyenne, sur les 23 points de ventes étudiés, les ventes d'environ 95 % des parutions seraient assurées sans besoin de réapprovisionnement si les quantités servies de chaque titre aux points de vente correspondaient à la moyenne des ventes du titre dans le point de vente augmentée de deux exemplaires supplémentaires.



En conséquence, il apparaît que les ventes d'un titre sont en règle générale⁷ assez régulières et stables au sein d'un point de vente, elles s'éloignent rarement de la moyenne des ventes du titre. Ainsi, se fonder sur l'historique des ventes d'un point de vente pourrait être pertinent pour déterminer les quantités de titre servies dans celui-ci.

Les détails de ces analyses sont présentés en annexe 2 du présent document.

3.5 Simulation d'un principe de plafonnement des quantités servies aux points de vente

Les données de ventes dont dispose l'Arcep font état, pour un point de vente donné, de fortes disparités en titres de presse s'agissant du nombre moyen d'exemplaires vendus par parution :

- pour les titres les plus vendus, cette moyenne se situe aux alentours de plusieurs dizaines, voire une centaine, d'exemplaires vendus par parution ;
- pour des titres aux ventes les plus modestes, cette moyenne se situe aux alentours de un, voire en dessous, lorsque chaque parution ne trouvent pas systématiquement d'acquéreur.

Ainsi, afin de tenir compte de cette diversité de situation, a été envisagée une règle dont le niveau de plafonnement des quantités servies est déterminé :

- pour les titres à faibles ventes, par une quantité fixe (c'est-à-dire indépendante de la moyenne des ventes) d'exemplaire(s) supplémentaire(s) qui peut être fournie en supplément de la moyenne des ventes constatées ; cette quantité fixe sera désignée dans la suite comme étant le paramètre (α) ;

⁷ Il peut y avoir des exceptions à ce principe, voir paragraphe 4.3.2.

- pour les titres à fortes ventes, par une quantité correspondant à un pourcentage de la moyenne des ventes constatées qui peut être fournie en supplément de la moyenne des ventes constatées ; ce pourcentage sera désigné comme étant le paramètre (β).

Afin de réconcilier ces approches, la valeur de plafonnement retenue au final correspond à la valeur maximale obtenue, après applications des règles pour les titres à faibles et fortes ventes, aux ventes moyennes.

Les tableaux suivants fournissent une illustration de cette règle (valeurs exprimées en nombre d'exemplaires) pour deux valeurs de couple (α , β) :

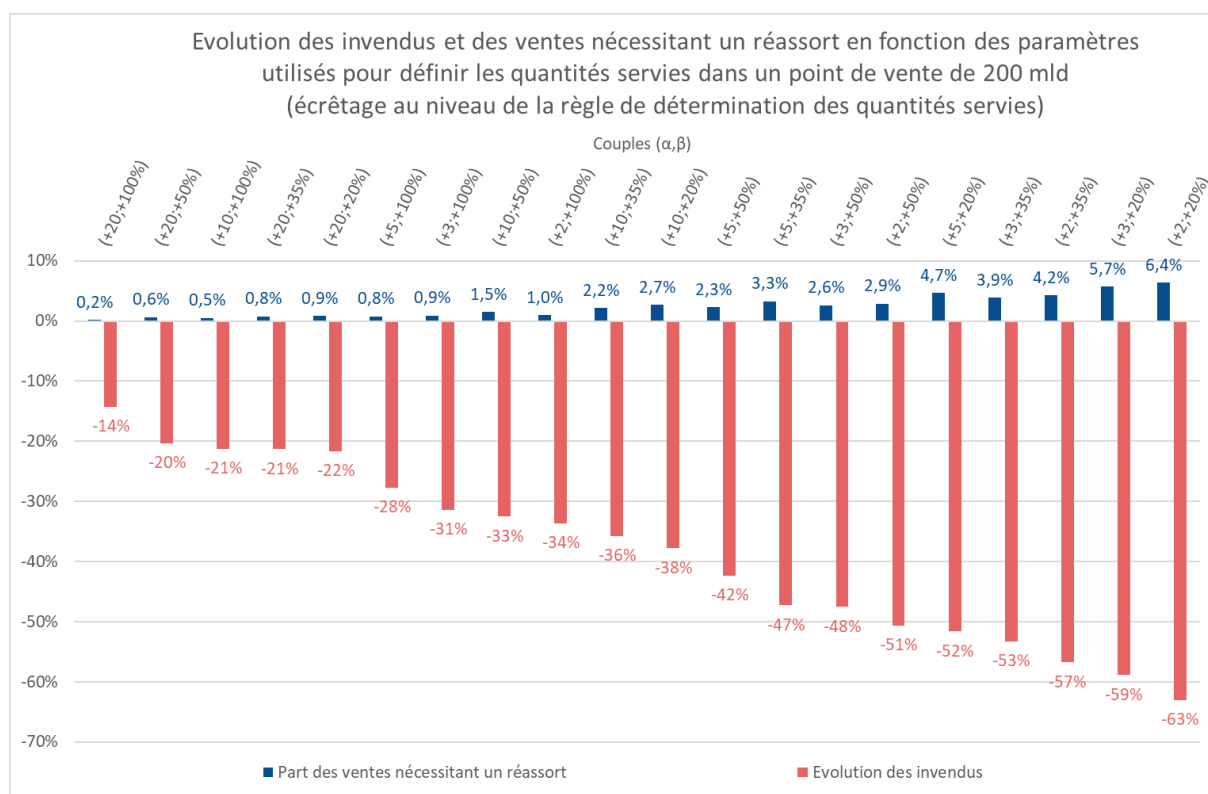
Moyenne des ventes	1	2	3	4	5	10	20	50
Plafond « faibles ventes » ($\alpha = 1$)	2	3	4	5	6	11	21	51
Plafond « fortes ventes » ($\beta = 25\%$)	2	3	4	5	7	13	25	63
Plafond retenu ($\alpha = 1 ; \beta = 25\%$)	2	3	4	5	7	13	25	63

Moyenne des ventes	1	2	3	4	5	10	20	50
Plafond « faibles ventes » ($\alpha = 2$)	3	4	5	6	7	12	22	52
Plafond « fortes ventes » ($\beta = 50\%$)	2	3	5	6	8	15	30	75
Plafond retenu ($\alpha = 2 ; \beta = 50\%$)	3	4	5	6	8	15	30	75

Pour étudier l'impact sur les invendus et sur les besoins de réassort de la mise en place d'une telle règle de détermination des quantités servies aux points de vente, des simulations ont été effectuées et conduisent à plusieurs constats.

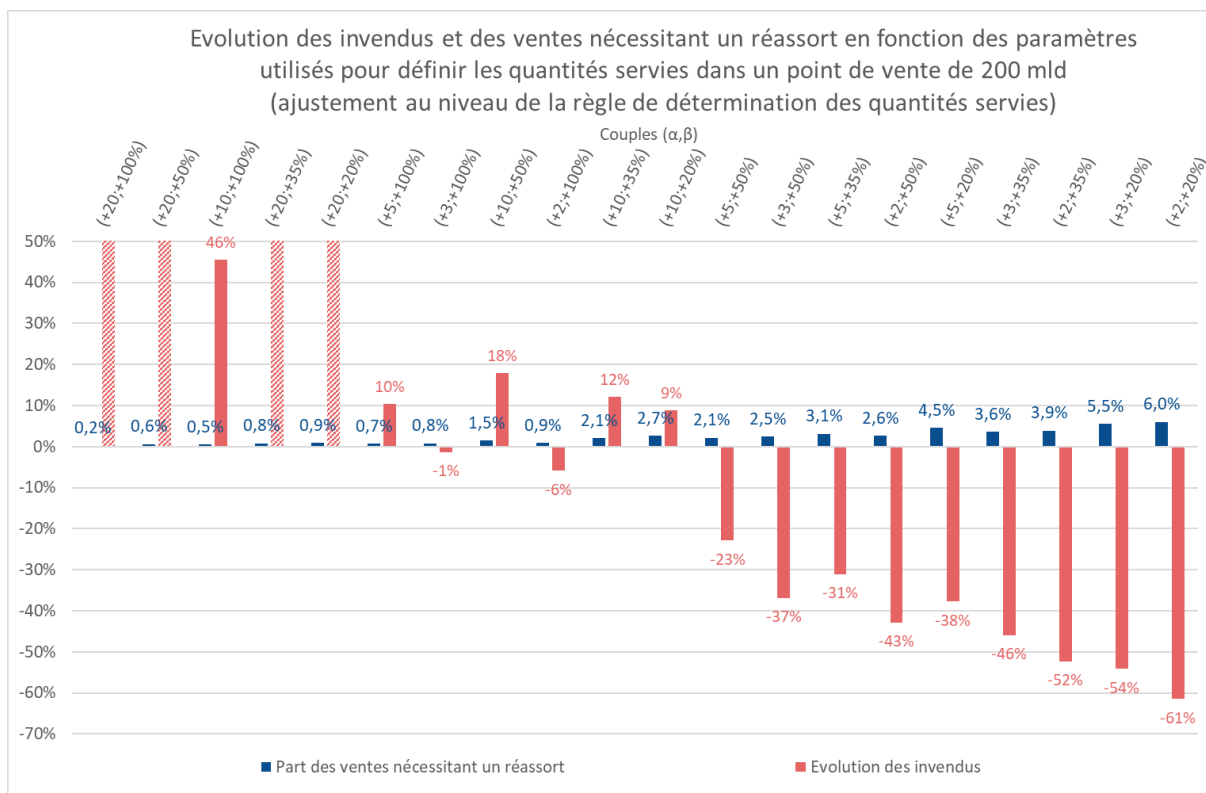
Tout d'abord, une telle règle de détermination des quantités servies aux points de vente permettrait de réduire les invendus tout en ayant un faible impact sur les ventes nécessitant un réapprovisionnement. Ainsi, pour un point de vente de 200 mld⁸ analysé dans le cadre de l'échantillon, l'application d'un couple $\alpha = 2$ et $\beta = 50\%$ permettrait d'atteindre une diminution des invendus de l'ordre de 51 % pour une proportion des ventes ayant besoin d'un réapprovisionnement de l'ordre de 3 %.

⁸ mld : mètres linéaires développés.

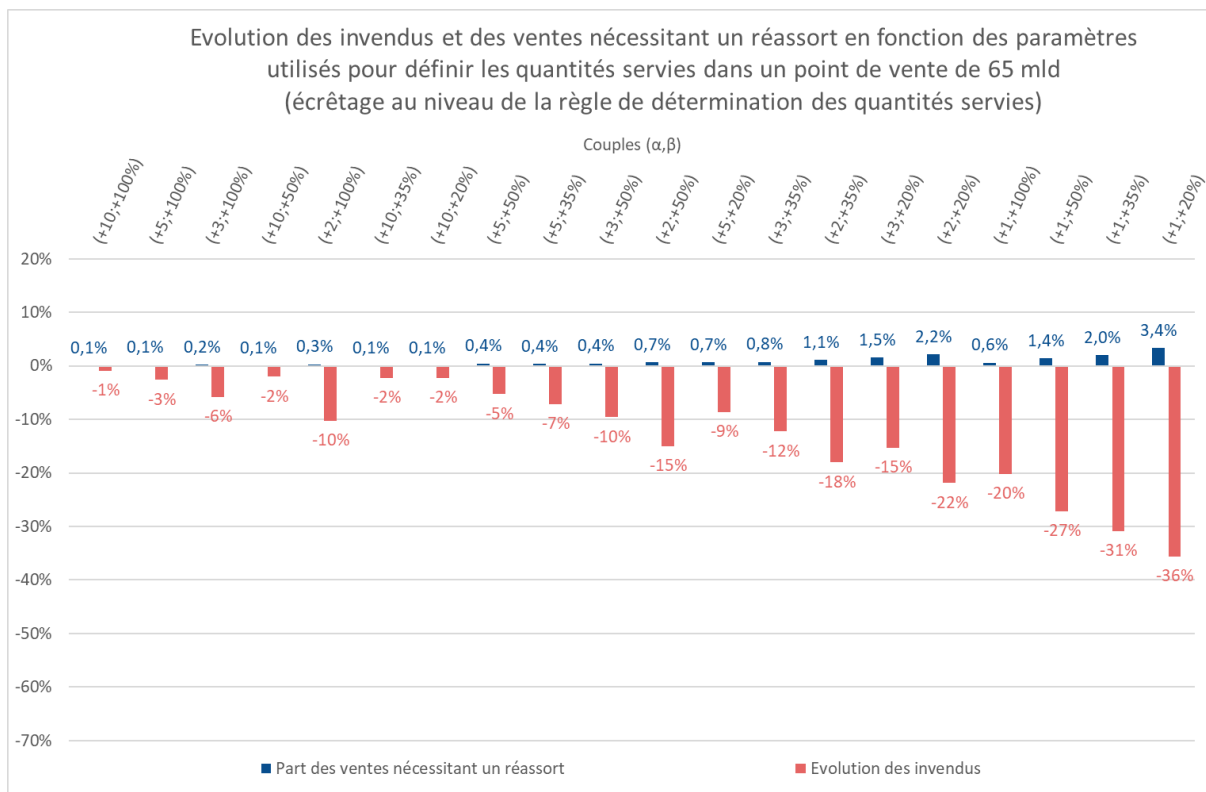


Toutefois, l'effet sur les invendus pourrait être atténué (voire aggravé) si tous les éditeurs ajustaient leurs livraisons au niveau de la valeur maximale définie par la règle (*i.e.* même ceux qui livraient des quantités inférieures à cette valeur maximale). L'efficacité de certains couples de paramètres serait remise en question, voire certains couples seraient contreproductifs et augmenteraient les invendus. Pour éviter un tel risque, il conviendrait de veiller à ce que le paramètre α n'excède pas 5 et le paramètre β n'excède pas 50 %, sauf points de vente particuliers pour lesquels l'analyse des ventes aurait montré que des valeurs supérieures des paramètres α et β serait plus appropriées au regard de l'équilibre entre réduction des invendus et besoin de réassort.

Si une règle de plafonnement des quantités servies aux points de vente était mise en place sur un tel principe, il serait en tout état de cause attendu des acteurs qu'ils conservent les meilleures pratiques qu'ils mettaient jusqu'ici en place pour limiter les invendus et ne fixent pas automatiquement les quantités au maximum autorisé, dans la mesure où de telles pratiques seraient globalement contreproductives pour l'ensemble du secteur.



Enfin, la valeur du couple de paramètres (α, β) n'a pas le même impact suivant les différents points de vente. Ainsi, l'application du couple $\alpha = 2$ et $\beta = 50 \%$, qui permettrait d'atteindre une diminution des invendus de l'ordre de 51 % pour un point de vente de 200 mld, ne permettrait de diminuer les invendus que de 15 % pour un point de vente de 65 mld.



Ces différents éléments indiquent qu'avec des valeurs des paramètres (α, β) adaptées, il est possible d'atteindre de fortes réductions des invendus du marchand avec un impact limité sur les ventes.

Cependant, il apparaît qu'un même couple de paramètres (α , β) n'aura pas les mêmes effets chez tous les points de vente.

Pour permettre aux acteurs de tester l'application de ces paramètres, l'Arcep met à disposition, en complément du document de consultation publique, un outil permettant de simuler l'effet des différents paramètres sur la réduction des invendus d'un point de vente, que chaque diffuseur peut alimenter de l'historique de ses propres ventes. Cet outil nécessite, d'une part, de renseigner pour chaque parution commercialisée dans le point de vente le nombre d'exemplaires fournis, vendus et invendus et, d'autre part, d'indiquer une valeur pour chacun des deux paramètres α et β . Il est accompagné d'une notice utilisateur pour guider le diffuseur dans ses simulations.

Les détails de ces analyses sont présentés en annexe 2 du présent document.

4 Présentation des règles de détermination des quantités de titres CPPAP hors IPG servies aux points de vente

4.1 Objectifs poursuivis

La mise en place de règles de détermination des quantités servies aux points de vente doit permettre d'adapter les quantités servies aux points de vente de chaque titre au regard du potentiel commercial qu'ils représentent.

Il s'agit de permettre aux diffuseurs de disposer de suffisamment d'exemplaires pour répondre à la demande des lecteurs, le cas échéant, en exploitant le mécanisme de réapprovisionnement prévu au point 3.3 du cahier des charges des distributeurs de presse⁹ tout en limitant la quantité d'exemplaires invendus. Elles contribueront ainsi à l'efficacité des diffuseurs par la réduction des tâches non rémunérées liées à la gestion d'invendus.

L'élaboration de ces règles doit permettre de trouver un équilibre raisonnable entre la réduction des invendus et la satisfaction de la demande des lecteurs.

Les règles proposées ne concernent que les titres de presse CPPAP hors IPG conformément au 2° de l'article 5 de la loi Bichet (cf. 1). En particulier, elles ne concernent ni la presse IPG pour laquelle le 1° de l'article 5 de la loi Bichet prévoit qu'elle « *est distribuée dans les points de vente et selon les quantités déterminés par les entreprises éditrices de ces publications* », ni la presse hors CPPAP pour laquelle le 3° du même article dispose que « *les entreprises de presse, ou leurs représentants, et les diffuseurs de presse, ou leurs représentants, définissent par convention les références et les quantités servies aux points de vente* ».

4.2 Principe général proposé : pour chaque titre CPPAP hors IPG, mettre en place un plafond des quantités servies déterminé pour chaque diffuseur sur la base de l'historique de ses ventes

Il est proposé de mettre en place une règle de détermination des quantités servies fonctionnant de la manière suivante :

- définition pour chaque type de parution (principale, hors-série, déclinaison) de chaque titre CPPAP hors IPG d'une quantité maximale, également appelé « plafond » dans la suite,

⁹ Décret n° 2021-440 du 13 avril 2021 portant cahier des charges des sociétés agréées de distribution de la presse.

d'exemplaires qui peut être fournie à chaque diffuseur sur la base de l'historique des ventes de chaque type de parution de chaque titre CPPAP hors IPG dans son point de vente ;

- le diffuseur est tenu d'accepter la livraison de tous les exemplaires d'une parution dès lors que leur nombre est inférieur ou égal au plafond mentionné ci-avant pour ladite parution.

Ce principe est complémentaire du mécanisme de réapprovisionnement prévu au point 3.3 du cahier des charges des distributeurs de presse permettant de réapprovisionner les diffuseurs des parutions susceptibles d'être en rupture de stock avant la fin de la période de mise en vente.

Afin de déterminer le plafond d'un type de parution d'un titre CPPAP hors IPG pour un point de vente donné, il est proposé de se fonder tout d'abord sur la moyenne des ventes constatées pour ce type de parution du titre en question dans le point de vente considéré. Ainsi, les quantités qu'un éditeur peut livrer à un point de vente est lié au potentiel commercial que représente ce point de vente (en fonction notamment de sa zone de chalandise, de sa localisation, de sa taille) pour ce titre évalué au regard des résultats passés.

Compte tenu de la variabilité des ventes entre parutions d'un même type pour un titre donné, il est proposé pour déterminer le plafond d'ajouter à cette moyenne des ventes un complément. L'existence de ce complément doit permettre de concilier l'objectif de réduction des invendus tout en veillant à ce que les quantités présentes chez les diffuseurs soient suffisantes à chaque instant pour satisfaire la demande des lecteurs. En effet, plus le complément sera faible, plus la réduction des invendus sera importante et plus le pilotage du réapprovisionnement devra être réactif pour pallier les ruptures de stock.

Question n° 1

Que pensez-vous du principe de mettre en place une règle de détermination des quantités de titres CPPAP hors IPG servies aux points de ventes basée sur un plafond, dont le niveau serait déterminé sur la base de l'historique des ventes du titre au point de vente auquel s'ajouterait un complément ?

4.2.1 Définition du plafond des quantités de titres CPPAP hors IPG servies aux points de vente

Le principe proposé est donc, pour chaque type de parution (principale, hors-série, déclinaison) de chaque titre dans chaque point de vente, d'établir un plafond égal à la moyenne des ventes majoré d'un complément déterminé de la manière suivante :

- la moyenne des ventes (hors cas particuliers mentionnés au paragraphe 4.3) est calculée sur les ventes des parutions dont la date de fin de mise en vente est intervenue au cours des 12 mois précédents la date de cette moyenne ; ainsi, la moyenne des ventes au 1^{er} mai de l'année N serait déterminée par la moyenne des ventes des parutions dont la date de fin de mise en vente est comprise entre le 1^{er} mai de l'année N-1 et le 30 avril de l'année N ;
- le complément est déterminé comme la plus élevée des deux alternatives suivantes :
 - o le complément pour parutions à faibles ventes qui correspond à un nombre d'exemplaires fixes, désigné en tant que paramètre *Nombre_Complémentaire_Faibles_Ventes* identique pour toutes les parutions de titres CPPAP hors IPG du point de vente ;
 - o le complément pour parutions à fortes ventes qui correspond à un pourcentage des ventes moyennes dont le taux, désigné en tant que paramètre *Pourcentage_Complémentaire_Fortes_Ventes*, est identique pour toutes les parutions de titres CPPAP hors IPG du point de vente.

Il n'est pas nécessaire de préciser de frontière entre parutions à faibles et à fortes ventes, puisque toute parution bénéficiera *in fine* du complément le plus favorable au regard des deux modes de calcul.

Disposition envisagée

Pour chaque point de vente et pour chaque type de parutions (principale, hors-série, déclinaison) d'un titre CPPAP hors IPG, le plafond des quantités servies aux points de vente (hors mécanisme de réapprovisionnement) est défini par la formule suivante :

Plafond = Maximum (Arrondi à l'entier supérieur (*Moyenne_Ventes* + *Nombre_Complémentaire_Faibles_Ventes*) ; Arrondi à l'entier supérieur ((1+ *Pourcentage_Complémentaire_Fortes_Ventes*) x *Moyenne_Ventes*))

Avec :

- *Plafond* : nombre d'exemplaires pour ce type de parution (principale, hors-série, déclinaison) du titre CPPAP hors IPG concerné à la livraison desquels le diffuseur ne peut s'opposer ;
- *Moyenne_Ventes* : moyenne des ventes par parution des parutions, dont la date de fin de mise en vente est intervenue au cours des 12 mois précédents, dans le point de vente ;
- *Nombre_Complémentaire_Faibles_Ventes* : nombre d'exemplaires à ajouter à la moyenne des ventes pour les parutions à faible vente moyenne (nombre décimal positif ou nul) ;
- *Pourcentage_Complémentaire_Fortes_Ventes* : pourcentage de la moyenne des ventes à ajouter pour les parutions à fortes ventes (positif ou nul).

A titre d'illustration, ci-dessous un tableau de correspondance entre la moyenne des ventes, d'une part, et le nombre de fournis maximal, d'autre part, pour plusieurs couples (*Nombre_Complémentaire_Faibles_Ventes* ; *Pourcentage_Complémentaire_Fortes_Ventes*) abrégés en (NCFV ; PCFV) :

Moyenne des ventes	Nombre de fournis maximal							
	Couple (NCFV ; PCFV)	(1;20%)	(1;35%)	(1;50%)	(2;20%)	(2;35%)	(2;50%)	(3;35%)
0		1	1	1	2	2	2	3
0,1		2	2	2	3	3	3	4
0,9		2	2	2	3	3	3	4
1		2	2	2	3	3	3	4
2		3	3	3	4	4	4	5
3		4	5	5	5	5	5	6
5		6	7	8	7	7	8	8
10		12	14	15	12	14	15	14
20		24	27	30	24	27	30	27
50		60	68	75	60	68	75	68

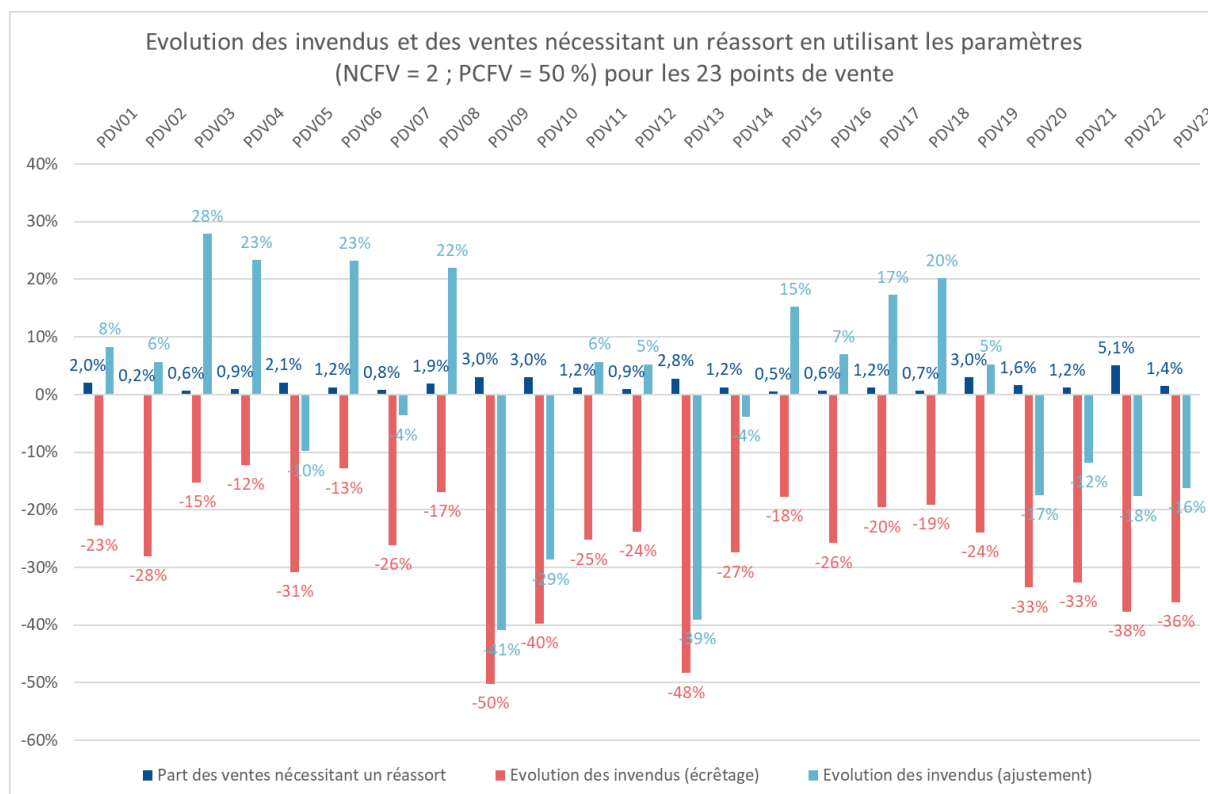
Question n° 2

Que pensez-vous de la formule proposée pour définir le plafond des quantités de titres CPPAP hors IPG servies aux points de vente ?

4.2.2 Détermination des paramètres *Nombre_Complémentaire_Faibles_Ventes* et *Pourcentage_Complémentaire_Fortes_Ventes*

Afin de faciliter la mise en œuvre de cette règle pour l'ensemble des points de vente (plus de 20 000 actuellement), il est proposé de déterminer une valeur par défaut pour le couple (*Nombre_Complémentaire_Faibles_Ventes* ; *Pourcentage_Complémentaire_Fortes_Ventes*).

Les simulations réalisées montrent que l'application du couple (*Nombre_Complémentaire_Faibles_Ventes* = 2 ; *Pourcentage_Complémentaire_Fortes_Ventes* = 50 %) constitue une proposition globalement équilibrée permettant de réduire les invendus tout en limitant le besoin de réapprovisionnement.



Dans le graphique ci-dessus, le scénario « ajustement » considère que les éditeurs ajusteront leurs réglages, le cas échéant à la hausse, pour fournir le diffuseur avec le maximum d'exemplaires possibles alors que le scénario « écrêtage » considère comme seule évolution des réglages l'écrêtement des fournis au plafond.

Toutefois, comme indiqué précédemment (cf. 3.5), au regard de la diversité des points de ventes tant en termes de taille que de spécificité commerciale, il apparaît qu'un même couple de paramètres n'aura pas les mêmes effets chez tous les points de vente. Ainsi, s'il apparaît que pour certains points de ventes, d'autres couples de paramètres (cf. détail des simulations en annexe 3) puissent sembler plus optimaux en fonction de l'objectif poursuivi (réduction des invendus, minimisation du besoin de réapprovisionnement), les données disponibles ne permettent pas d'identifier une règle générale qui se fonderait sur les caractéristiques du point de vente. Il apparaît que seule une analyse spécifique de l'historique des ventes de chaque point de vente permet d'identifier les paramètres optimaux de chaque point de vente.

En conséquence, il est proposé que ces paramètres par défaut puissent être modifiés à la demande des diffuseurs (*via* le portail mis à disposition par les distributeurs prévu par le cahier des charges des distributeurs de presse¹⁰) spécifiquement pour l'ensemble de la presse CPPAP hors IPG de leur point de vente s'ils souhaitent ajuster l'équilibre entre invendus et besoins de réapprovisionnement compte tenu de leurs spécificités commerciales. Afin de permettre aux distributeurs de recalculer les plafonds et d'en informer les éditeurs pour ajustement éventuel de leurs réglages et de leurs impressions, une modification de ces paramètres devrait être prise en compte dans un délai d'un mois.

Pour permettre aux acteurs d'apprécier l'effet de cette proposition, l'Arcep met à disposition, en complément du document de consultation publique, un outil permettant de simuler l'effet des différents paramètres sur la réduction des invendus et le besoin de réapprovisionnement d'un point de vente, que chaque diffuseur peut alimenter de l'historique de ses propres ventes.

Question n° 3

Que pensez-vous de la détermination d'un couple de paramètres (*Nombre_Complémentaire_Faibles_Ventes ; Pourcentage_Complémentaire_Fortes_Ventes*) par défaut pour tous les points de vente que les diffuseurs peuvent, sur demande spécifiquement, ajuster à leurs spécificités ?

Question n° 4

Que pensez-vous de choisir par défaut le couple (2 ; 50 %) ?

4.3 Cas particuliers

4.3.1 Titres CPPAP hors IPG pour lesquels l'historique de vente dans le point de vente est inférieur à 12 mois

Certaines situations peuvent conduire à l'absence de données de vente historiques sur les 12 derniers mois. Il en va ainsi, par exemple, des situations dans lesquelles un titre est nouvellement mis en service dans un point de vente ou lorsqu'un point de vente vient de s'implanter.

Dans ces cas, il est proposé de mettre en place un dispositif transitoire de détermination des quantités servies tant qu'un historique minimal de données de vente n'est pas atteint. Dans cette période transitoire, ce serait à l'éditeur de déterminer la quantité à servir à chaque point de vente dans lequel le titre est nouvellement mis en service ou au point de vente nouvellement implanté.

Pour définir la taille de cet historique minimal, il pourrait être envisagé de retenir le même nombre de parutions que celui applicable au droit d'accès temporaire des titres nouvellement agréés CPPAP hors IPG, envisagée pour les règles d'assortiment aux points de vente des titres CPPAP hors IPG. Ce nombre de parutions permettrait ainsi d'obtenir une évaluation *a posteriori* du potentiel de vente que représente un titre dans un point de vente. Ainsi, une fois passé ce nombre de parutions, l'historique de ventes serait considéré comme suffisant pour appliquer la règle générale.

¹⁰ Point 4.3 du décret n° 2021-440 du 13 avril 2021 portant cahier des charges des sociétés agréées de distribution de la presse.

Question n° 5

Que pensez-vous de la disposition envisagée pour déterminer les quantités servies des titres CPPAP hors IPG lorsque l'historique de 12 mois n'est pas disponible ?

S'agissant du cas spécifique des nouveaux points de vente, que penseriez-vous de l'hypothèse de les exclure temporairement de l'application de ces règles de plafonnement pour laisser aux éditeurs le soin de déterminer les quantités qui leur seront servies ? Le cas échéant, quelle durée vous semble pertinente pour cette exclusion ?

4.3.2 Titres CPPAP hors IPG et points de vente dont les ventes sont soumises à une forte saisonnalité

Les ventes d'un titre peuvent être impactées par les saisons soit parce que le titre en lui-même traite d'événements saisonniers (exemple des titres liés à la pratique des sports d'hiver), soit parce que le point de vente est saisonnier (exemple de points de vente situés dans des stations balnéaires). Dans ces situations, se fonder sur l'historique des ventes sur les 12 derniers mois risque de ne pas être représentatif de la demande des lecteurs.

Il est proposé, pour ces éditeurs et points de vente qui se déclarent saisonnier auprès de leur distributeur pour les premiers et *via* le portail mis à disposition par les distributeurs prévu par le cahier des charges des distributeurs de presse¹¹ pour les seconds, de déterminer les quantités servies aux points de vente sur la base de la moyenne des ventes calculées sur la même période de l'année précédente. Ainsi, pour un point de vente réalisant la majeure partie de ses ventes sur les mois estivaux, les quantités servies au mois d'août par exemple seraient déterminées à partir de l'historique des ventes réalisées pendant les mois estivaux de l'année précédente.

En pratique, pour un titre qui se déclarerait comme saisonnier auprès de son distributeur, la moyenne des ventes permettant de calculer son plafond dans tous les points de vente pour les parutions mises en vente au cours du mois M de l'année N, serait déterminée par la moyenne des ventes des parutions dont la date de début de la mise en vente a eu lieu au cours des mois M-1, M et M+1 de l'année N-1.

De manière analogue, pour un point de vente qui se déclarerait comme saisonnier auprès de son distributeur, la moyenne des ventes permettant de calculer le plafond de toutes ses parutions CPPAP hors IPG mises en vente au cours du mois M de l'année N, serait déterminée par la moyenne des ventes des parutions dont la date de début de la mise en vente a eu lieu au cours des mois M-1, M et M+1 de l'année N-1.

Question n° 6

Que pensez-vous de déterminer le plafond des quantités servies des titres CPPAP hors IPG et des points de vente à forte saisonnalité du mois M de l'année N-1 sur la base des ventes constatées au cours des mois M-1, M et M+1 de l'année précédente ?

4.3.3 Titres CPPAP hors IPG à fréquence de publication quotidienne

Les études menées par l'Arcep n'ont pas porté sur les titres à fréquence de publication quotidienne. En effet, ces titres, à la différence de ceux ayant une autre fréquence de publication (hebdomadaire, bimensuelle, mensuelle, bimestrielle et trimestrielle), ne peuvent probablement pas faire l'objet d'un

¹¹ Point 4.3 du décret n° 2021-440 du 13 avril 2021 portant cahier des charges des sociétés agréées de distribution de la presse.

mécanisme de réapprovisionnement à des coûts raisonnables. En outre, les réglages sont complexes à ajuster et la variabilité des ventes est plus importante en ce qu'elles peuvent dépendre des informations événementielles mises en une ou contenues dans la parution.

Aussi, il est proposé pour les quotidiens CPPAP hors IPG de ne pas prévoir de plafond et de laisser la responsabilité à l'éditeur de déterminer les quantités à servir dans chacun des points de vente.

Question n° 7

Que pensez-vous de ne pas fixer de plafond aux quantités servies aux point de vente des quotidiens CPPAP hors IPG ?

4.3.4 Mécanisme de déplafonnement pour les parutions traitant d'événements exceptionnels

Les parutions traitant d'événements exceptionnels faisant l'objet d'une forte couverture médiatique pourraient susciter une demande significativement plus importante que pour les autres parutions de leur titre de la part des lecteurs. Alors que le mécanisme de réapprovisionnement prévu par le cahier des charges de distributeur de presse¹², est destiné à éviter les pénuries chez les diffuseurs, un éditeur pourrait craindre que le mécanisme de réapprovisionnement ne soit pas suffisamment réactif pour répondre à la demande. Il s'agirait de situations où l'ensemble des exemplaires fournis initialement au diffuseur conformément à la règle décrite précédemment, seraient vendues au cours des deux ou trois premiers jours de vente, c'est-à-dire avant que la livraison du réapprovisionnement ne puisse intervenir.

Ainsi, il est proposé un mécanisme exceptionnel, dit de « déplafonnement global », qui complète le réapprovisionnement sans s'y substituer pour permettre aux éditeurs de déroger au plafond des quantités servies, sans obtenir l'accord préalable des diffuseurs, pour les parutions pour lesquelles ils anticipent des ventes exceptionnelles. Ces quantités supplémentaires n'ont pas pour objet de couvrir les ventes pendant l'intégralité de la période de commercialisation de la parution mais uniquement pendant les premiers jours de commercialisation avant que ne puisse intervenir un réapprovisionnement.

Le réapprovisionnement constituant le mécanisme à privilégier pour éviter les pénuries, le mécanisme de déplafonnement ne peut être utilisé pour une parution que si l'éditeur a alloué au mécanisme de réapprovisionnement de son distributeur un stock d'exemplaires au moins égal à 50 % du nombre d'exemplaires fournis initialement à l'ensemble des diffuseurs, quantités déplafonnées incluses.

A titre d'illustration, en considérant une valeur de 50 % pour le paramètre *Pourcentage_Complémentaire_Fortes_Ventes*, le mécanisme de déplafonnement global ne serait applicable que pour les parutions pour lesquelles son éditeur envisage des ventes supérieures à 2,25 fois les ventes moyennes avec :

- une fourniture initiale des diffuseurs supérieure à 1,5 fois les ventes moyennes ;
- un stock de réapprovisionnement supérieur à 0,75 fois les ventes moyennes.

En outre, dans l'hypothèse où les ventes réelles ne seraient pas à la hauteur des prévisions exceptionnelles de l'éditeur, afin que les quantités livrées initialement n'encombrent pas les diffuseurs, il est proposé que le diffuseur dispose d'un droit de retour anticipé gratuit avant la fin de la période de commercialisation pour les quantités fournies initialement en supplément par rapport au

¹² Point 3.3 du décret n° 2021-440 du 13 avril 2021 portant cahier des charges des sociétés agréées de distribution de la presse.

plafond que le diffuseur peut exercer à compter d'une semaine à partir de la date de début de commercialisation de la parution.

Si l'éditeur ne souhaite pas recourir au mécanisme de déplafonnement global, il est tenu par le plafond de fournis initial au diffuseur mais reste libre de la quantité d'exemplaires qu'il alloue au réapprovisionnement. Le diffuseur ne dispose alors pas de droit de retour anticipé.

Question n° 8

Que pensez-vous de la disposition envisagée pour déterminer les quantités servies des parutions des titres CPPAP hors IPG traitant d'événements exceptionnels ?

4.3.5 Cas des numéros hors-séries et numéros spéciaux

Les hors-séries correspondent à un type de parution ne s'inscrivant pas dans la séquence principale (également appelé « titre maître » ou « série principale ») d'un titre. Les parutions hors-séries sont commercialisées en même temps qu'une ou plusieurs parutions de la séquence principale du titre. Elles disposent de leurs propres caractéristiques de commercialisation (date et durée de mise en vente, prix) et, contrairement à la séquence principale, ne seraient pas contraintes par le respect d'une périodicité régulière de parution.

Ainsi, l'application de la règle décrite au 4.2.1, conduit pour déterminer le plafond des quantités applicables aux parutions hors-séries d'un titre à :

- utiliser la moyenne des ventes des seules parutions hors-séries de ce titre, et
- ajouter le nombre d'exemplaires calculé avec les paramètres *Nombre_Complémentaire_Faibles_Ventes* et *Pourcentage_Complémentaire_Fortes_Ventes* du point de vente.

A *contrario*, les numéros spéciaux correspondent à des parutions faisant partie de la séquence principale (ou d'une déclinaison¹³) d'un titre mais se distinguant des autres parutions par leurs conditions de mise en vente telles que la durée de mise en vente (par exemple un titre à fréquence de publication mensuelle proposant un numéro spécial unique pour les mois de juillet et août dont la durée de mise en vente serait double de celle des autres parutions mensuelles du titre). Dans certains cas, les numéros spéciaux pourraient rester en vente pendant tout ou partie de la période de mise en vente de la parution suivante.

Ainsi, l'application de la règle décrite au 4.2.1, conduit pour déterminer le plafond des quantités applicables aux parutions spéciales d'un titre à :

- utiliser la moyenne des ventes des parutions de la séquence principale (ou de la déclinaison) de ce titre, et
- ajouter le nombre d'exemplaires calculé avec les paramètres *Nombre_Complémentaire_Faibles_Ventes* et *Pourcentage_Complémentaire_Fortes_Ventes* du point de vente.

Question n° 9

Que pensez-vous des dispositions envisagées pour les numéros hors-séries et les numéros spéciaux ?

¹³ Une déclinaison est une séquence de parutions alternative à la séquence principale dont les parutions comportent le même contenu mais peuvent différer par le format ou la présence d'un plus produit.

Question n° 10

Voyez-vous d'autres cas particuliers qui devraient faire l'objet d'un traitement particulier dans l'application de la règle de détermination des quantités servies aux points de vente envisagée ? Le cas échéant, de quelle manière ?

Question n° 11

De manière plus générale, avez-vous d'autres remarques sur les dispositions envisagées par l'Arcep pour déterminer les quantités de titres CPPAP hors IPG servies aux points de vente ?

Annexe 1

Analyse des invendus à partir des données nationales transmises par les messageries

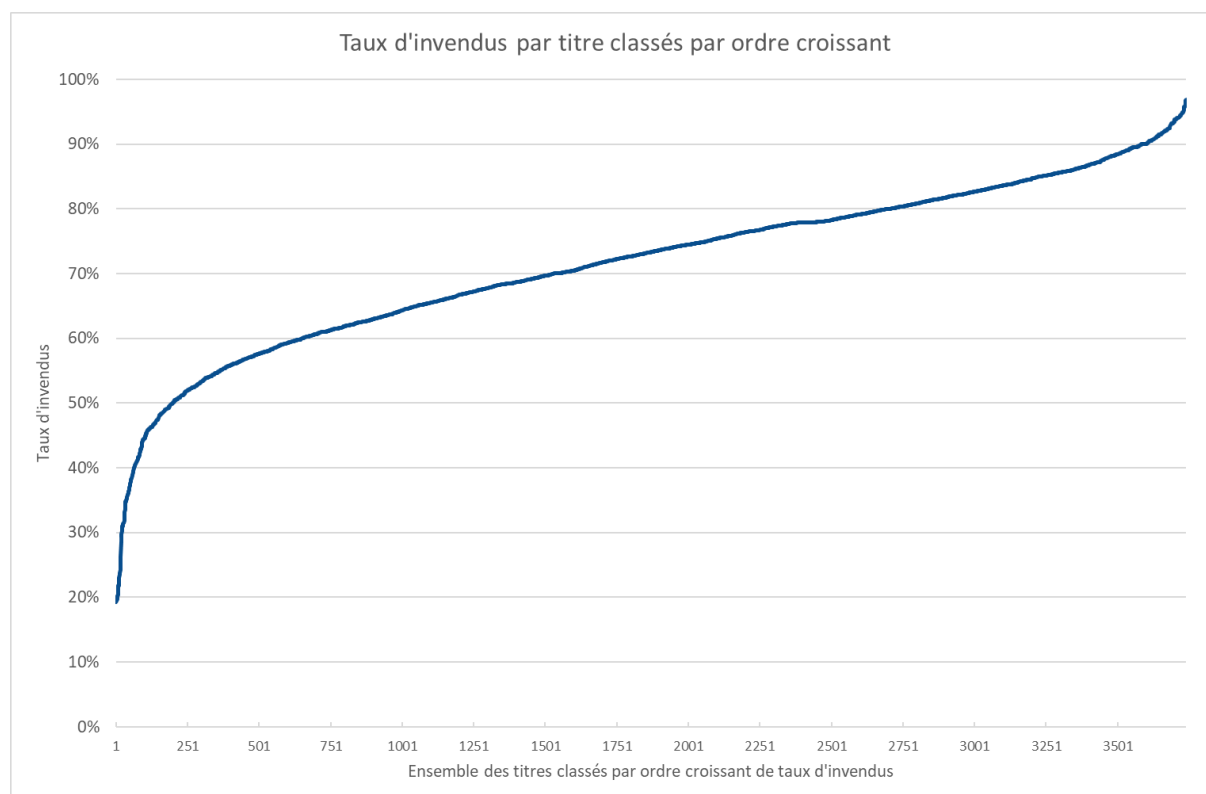
Description des données

Les données utilisées ont été transmises par les deux distributeurs. Elles concernent les volumes fournis aux diffuseurs et ceux ayant été rappelés en fin de périodicité. Elles traitent de la période allant de janvier à novembre 2019. Afin d'étudier la problématique des invendus, seuls les magazines ont été conservés pour l'analyse (sans mention de leur caractère IPG ou non).

La base de données est donc constituée de plus de 3 000 titres qui ont généré sur la période étudiée 51 % d'invendus.

Relation entre les taux d'invendus et la part d'invendus générés

En première analyse, l'ensemble des titres étudiés a été classé en fonction de leur taux d'invendus respectif :



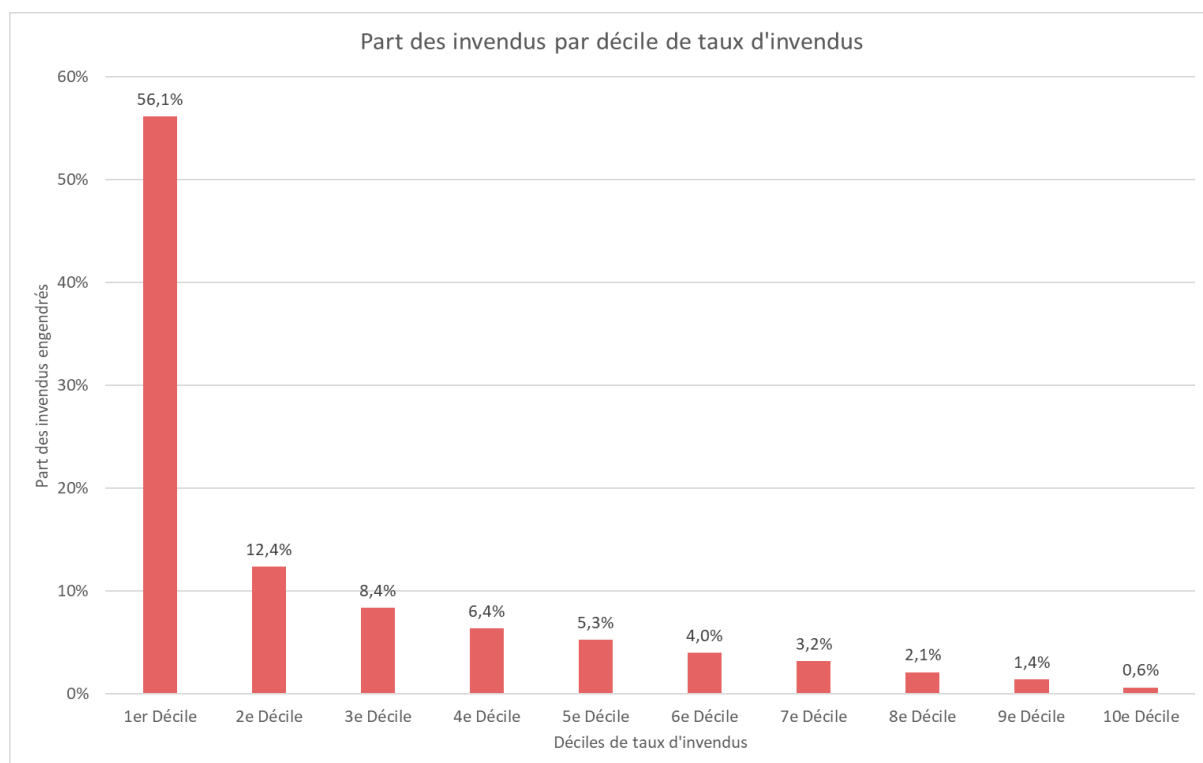
Pour les titres étudiés, les taux d'invendus sont compris entre 19 % et 97 %.

Pour affiner cette représentation, les titres ont été regroupés par déciles de taux d'invendus croissants (les titres ayant les plus faibles taux d'invendus sont situés dans le premier décile et inversement pour le dernier décile) :



Les titres du premier décile (celui regroupant les 10 % des titres générant le moins d'invendus) génèrent des taux d'invendus compris entre 19 % et 55 %. Les titres des neuf déciles suivants, soit 90 % des titres, présentent, quant à eux, des taux d'invendus compris entre 55 % et 97 %.

En reprenant la segmentation des titres par décile de taux d'invendus, est associé à chaque décile la part d'invendus générés par ses titres, c'est-à-dire le nombre d'invendus que les titres de chaque décile génèrent, rapporté au nombre total d'invendus générés par l'ensemble des titres :

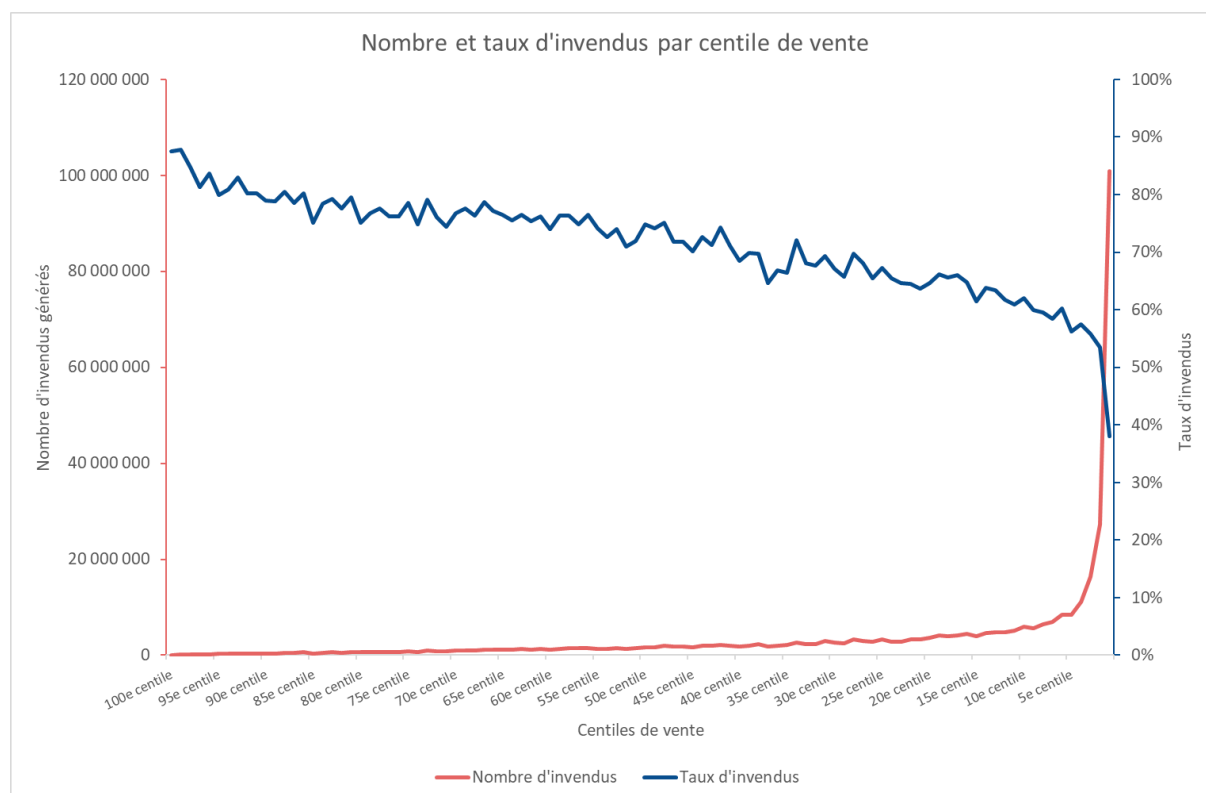


On observe que plus de la moitié des invendus sont générés par les 10 % des titres dont les taux d'invendus sont les plus faibles : les titres du premier décile de taux d'invendus (les titres générant entre 19 % et 55 % d'invendus) sont responsables ensemble de 56,1 % des invendus totaux.

Il apparaît que les titres ayant individuellement les plus faibles taux d'invendus sont ceux qui génèrent au global le plus d'invendus en nombre.

Relation entre le niveau des ventes et la part d'invendus générés

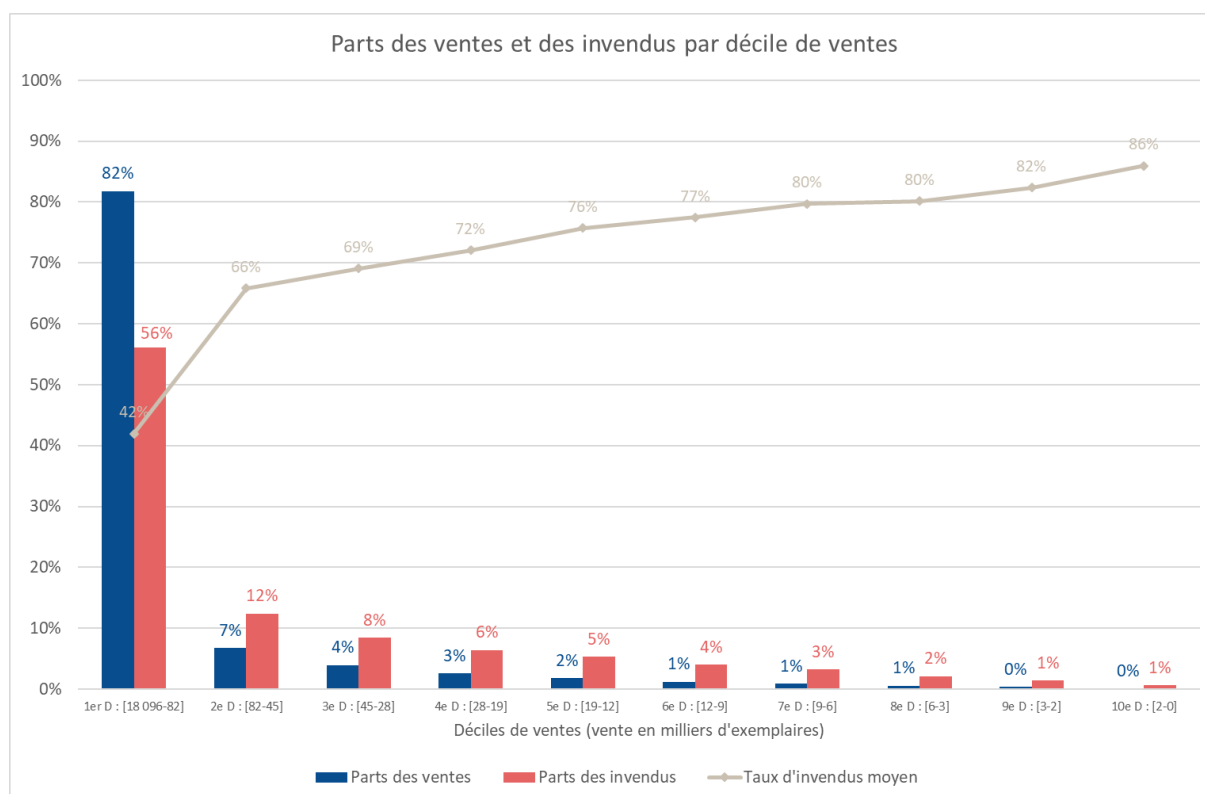
Pour observer la relation entre le nombre de ventes et le nombre d'invendus générés par chaque titre, les titres ont été regroupés par centiles de vente (les titres faisant le plus grand nombre de vente sont situés dans le premier centile, à droite sur le graphique, et inversement pour le dernier centile, situé à gauche sur le graphique) :



On observe une décroissance du taux d'invendus (courbe bleue) lorsque les ventes augmentent avec en parallèle une très forte hausse des invendus (courbe rouge) sur les plus grosses ventes. Cela vient compléter l'analyse précédente montrant que les titres ayant les plus fortes ventes sont ceux qui, à la fois :

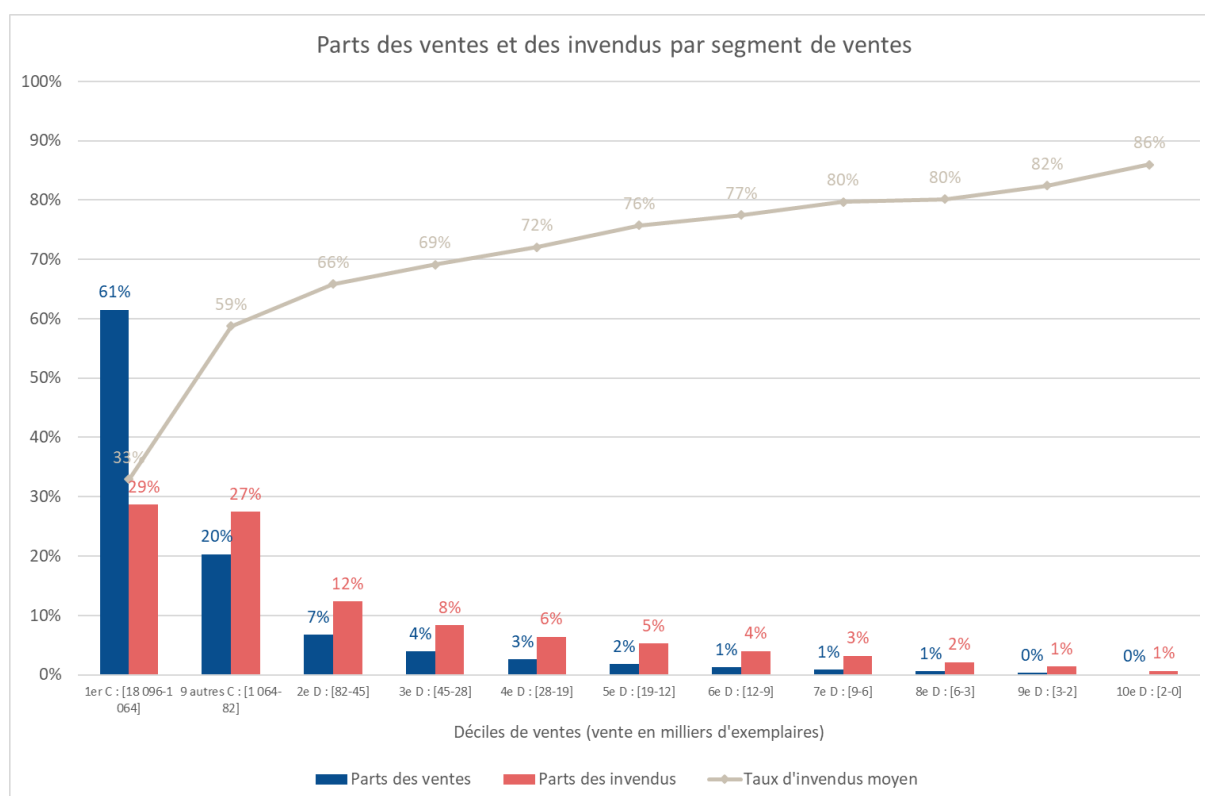
- ont des taux d'invendus individuels les plus faibles ;
- contribuent les plus à la production d'invendus.

Pour mieux appréhender cette relation entre les invendus et les ventes, les titres ont été regroupés par décile de vente (les 10 % de titres faisant le plus grand nombre de vente sont situés dans le premier décile et inversement pour le dernier décile) et pour chacun d'eux a été calculé la part des ventes et la part des invendus générées par chaque décile :



Ainsi, les 10 % des titres faisant les meilleures ventes (ceux situés dans le premier décile) génèrent 82 % des ventes mais aussi 56 % des invendus (avec un taux d’invendus moyen de 42 %).

Le graphique ci-dessous détaille le premier décile (l’échelle n’est pas uniforme : le premier segment représente le premier centile, le deuxième segment regroupe quant à lui les neuf autres centiles du premier décile, puis les neuf autres segments représentent les neuf autres déciles) :



Cet approfondissement montre que les titres faisant les meilleures ventes (ceux constituant le premier centile) génèrent 61 % des ventes mais aussi 29 % des invendus (avec un taux d'invendus moyen de 33 %). Ainsi, les titres du 1^{er} centile sont neuf fois moins nombreux que ceux du reste du premier décile, réalisent trois fois plus de ventes et produisent un nombre d'invendus similaire.

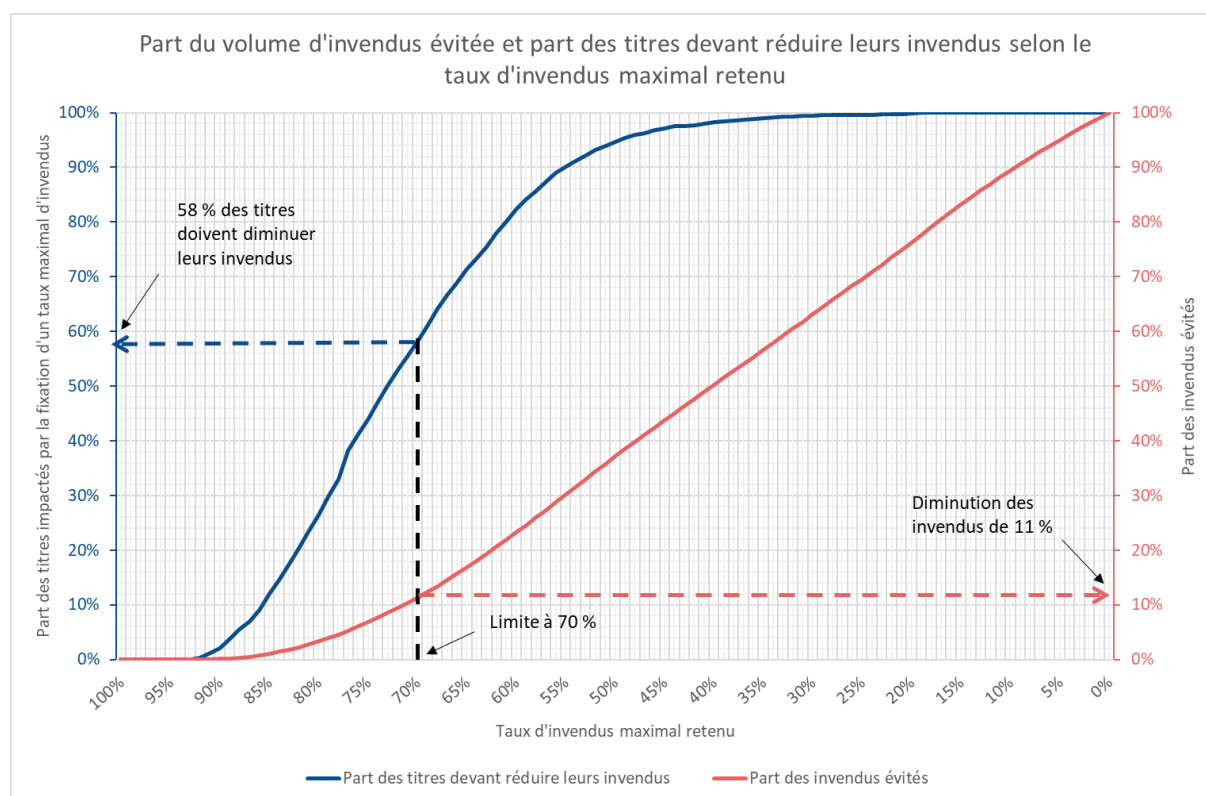
Limitation du taux d'invendus

Pour étudier l'impact d'une mesure visant à fixer un taux maximal d'invendus, une simulation a été effectuée afin d'estimer la réduction des invendus permise par la mise en œuvre d'une telle mesure.

Ainsi, pour chaque taux maximal possible (de 0 % à 100 % en abscisse du graphique ci-dessous), lui est comparé, le taux d'invendus constaté de chaque titre :

- si le taux d'invendus constaté est supérieur au taux maximal alors ce dernier est utilisé dans la simulation pour ce titre et on en déduit le nombre d'invendus correspondant (en prenant l'hypothèse que le nombre de vente reste identique) ;
- dans le cas contraire, on retient le nombre d'invendus constatés du titre.

Cette simulation nous permet d'obtenir la courbe rouge du graphique ci-dessous. La courbe bleue est obtenue de façon similaire en comptabilisant non pas les invendus évités mais les titres impactés.



Ainsi, à titre d'illustration, on peut observer que la mise en place d'un taux d'invendus maximal de 70 % permettrait de réduire les volumes d'invendus de 11 % mais impacterait 58 % des titres. Une telle mesure serait donc peu efficace pour réduire significativement les volumes d'invendus engendrés par la filière magazine.

Conclusion

Les titres avec les plus forts taux d'invendus ne représentent qu'une faible part des invendus, il serait de ce fait peu efficace de mettre en place des mesures visant à la limitation du taux d'invendus.

En revanche, même s'ils ont déjà les meilleurs taux d'invendus, ce sont les titres les plus vendus qui au global engendrent le plus grand nombre d'invendus.

Ainsi la limitation globale des invendus de la filière nécessite des pistes d'optimisation qui permettent de limiter les invendus de l'ensemble des titres, et en particulier sur ceux qui génèrent le plus de ventes.

Annexe 2

Analyse des invendus à partir des données d'un échantillon de points de vente

Description des données

Les données utilisées ont été transmises par le SNDP, l'AADP, NAP et le groupe Relay. Elles concernent les volumes fournis de 23 points de vente de tailles différentes comprises entre 50 mld¹⁴ et 308 mld. Elles traitent de la période allant de février 2019 à février 2020. Un retraitement des données a été effectué afin de distinguer les enregistrements non pertinents comme ceux concernant la catégorie « hors-presse » et d'exclure les titres ayant fait l'objet d'un réapprovisionnement. Ces analyses n'incluent aucune donnée de ventes des quotidiens.

Identifiant	Taille en MLD	Nombre de parutions	Taux d'invendus
PDV01	50 – 100	7 115	55%
PDV02	50 – 100	6 494	49%
PDV03	50 – 100	8 410	51%
PDV04	50 – 100	7 402	68%
PDV05	100 – 150	11 301	55%
PDV06	100 – 150	8 984	62%
PDV07	100 – 150	13 863	44%
PDV08	100 – 150	10 618	71%
PDV09	200 – 250	16 610	56%
PDV10	150 – 200	15 374	49%
PDV11	150 – 200	16 215	45%
PDV12	100 – 150	15 063	44%
PDV13	200 – 250	16 652	50%
PDV14	150 – 200	15 411	57%
PDV15	200 – 250	12 417	50%
PDV16	200 – 250	18 088	41%
PDV17	200 – 250	16 445	48%
PDV18	250 – 300	14 858	44%
PDV19	150 – 200	13 796	59%
PDV20	200 – 250	18 259	52%
PDV21	> 250	18 273	47%
PDV22	200 – 250	20 881	57%
PDV23	> 250	23 704	50%

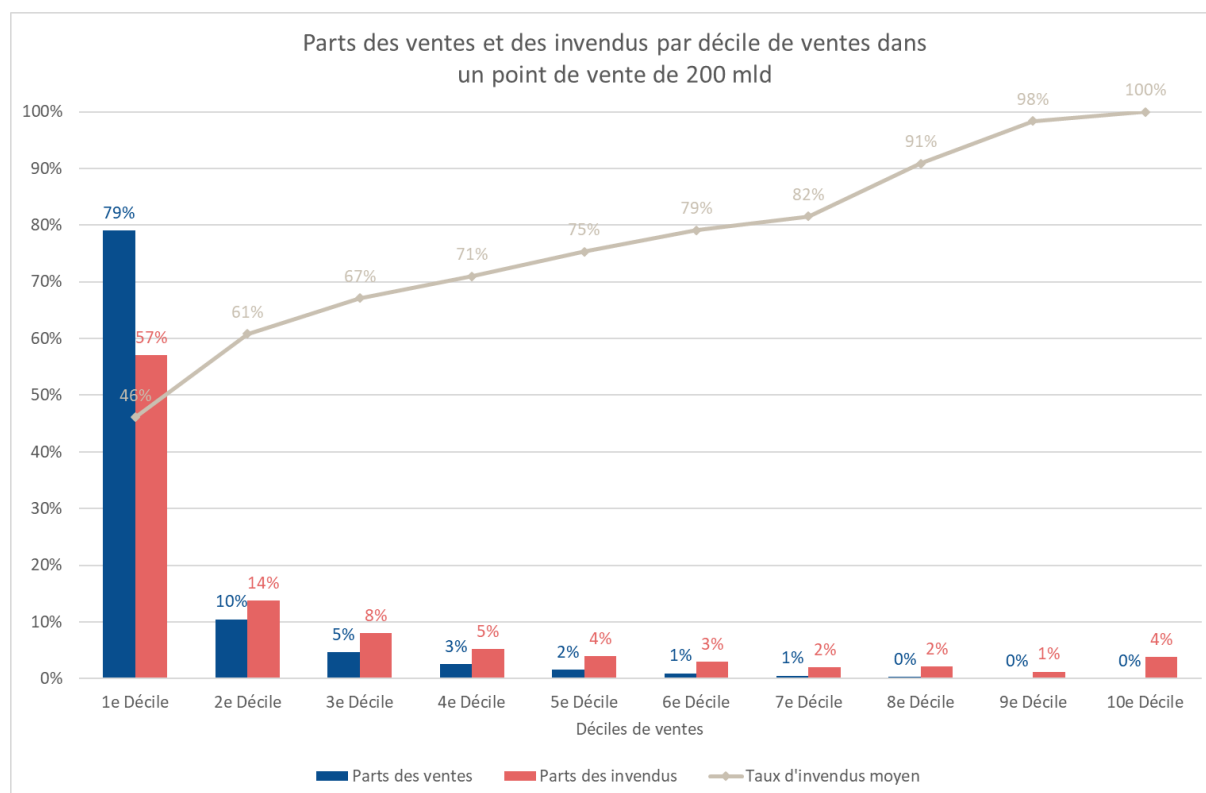
¹⁴ mld : mètres linéaires développés.

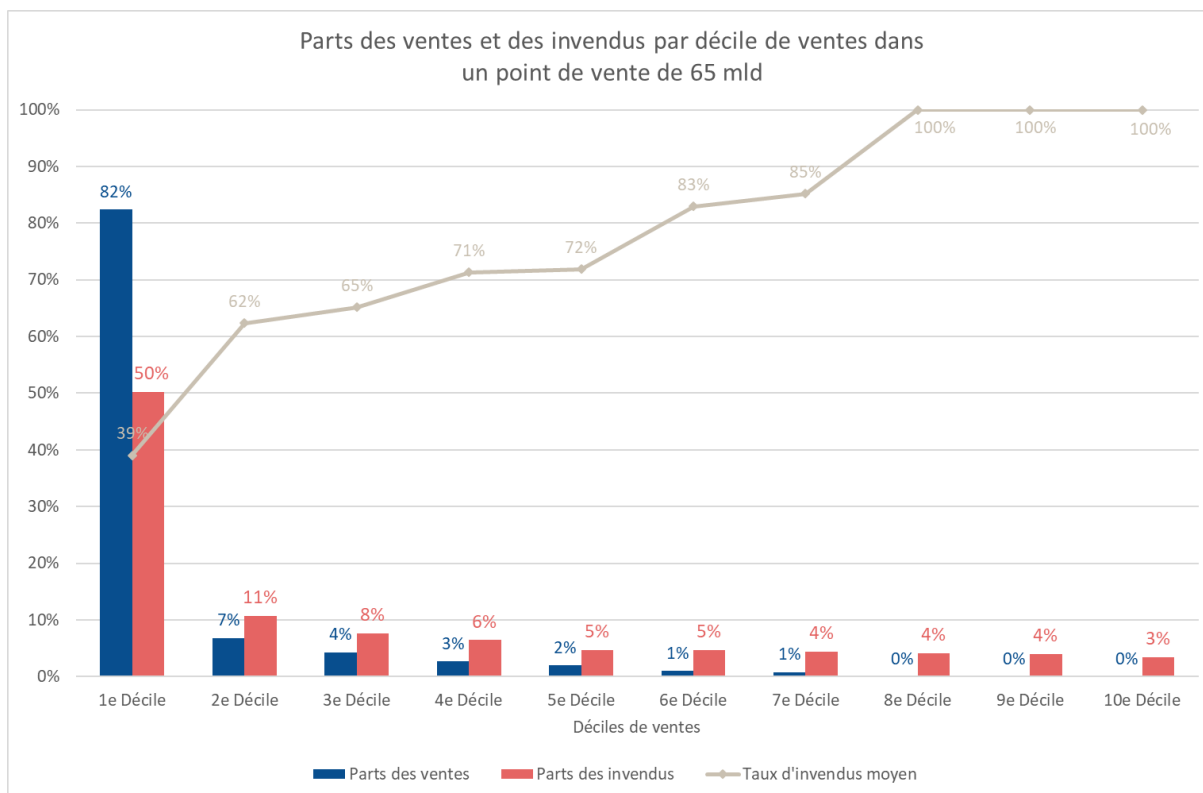
Relation entre le niveau des ventes et la part d'invendus générés

L'analyse de la structure des ventes et des invendus a été conduite pour chacun des 23 points de vente de manière similaire à celle présentée à l'annexe 1 :

- classement des codifications par décile de vente (les titres faisant le plus grand nombre de vente sont situés dans le premier décile et inversement pour le dernier décile) dans chaque point de vente ;
- détermination de la part des ventes et de la part des invendus générées par chaque décile.

Bien que l'analyse ait été effectuée pour chacun des 23 points de ventes, les graphiques ci-dessous ne présentent les résultats pour deux d'entre eux, l'un de 200 mld et l'autre de 65 mld.

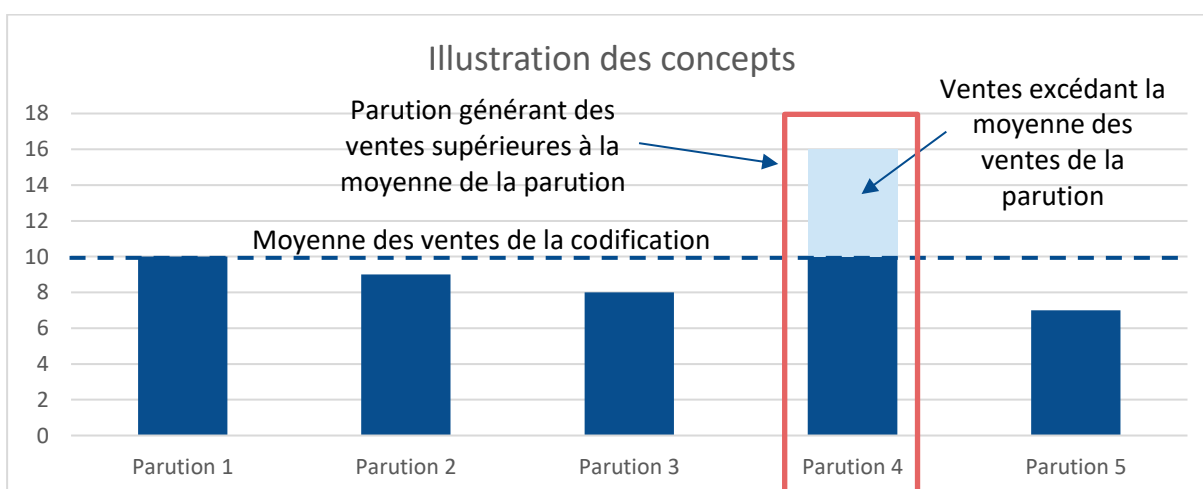




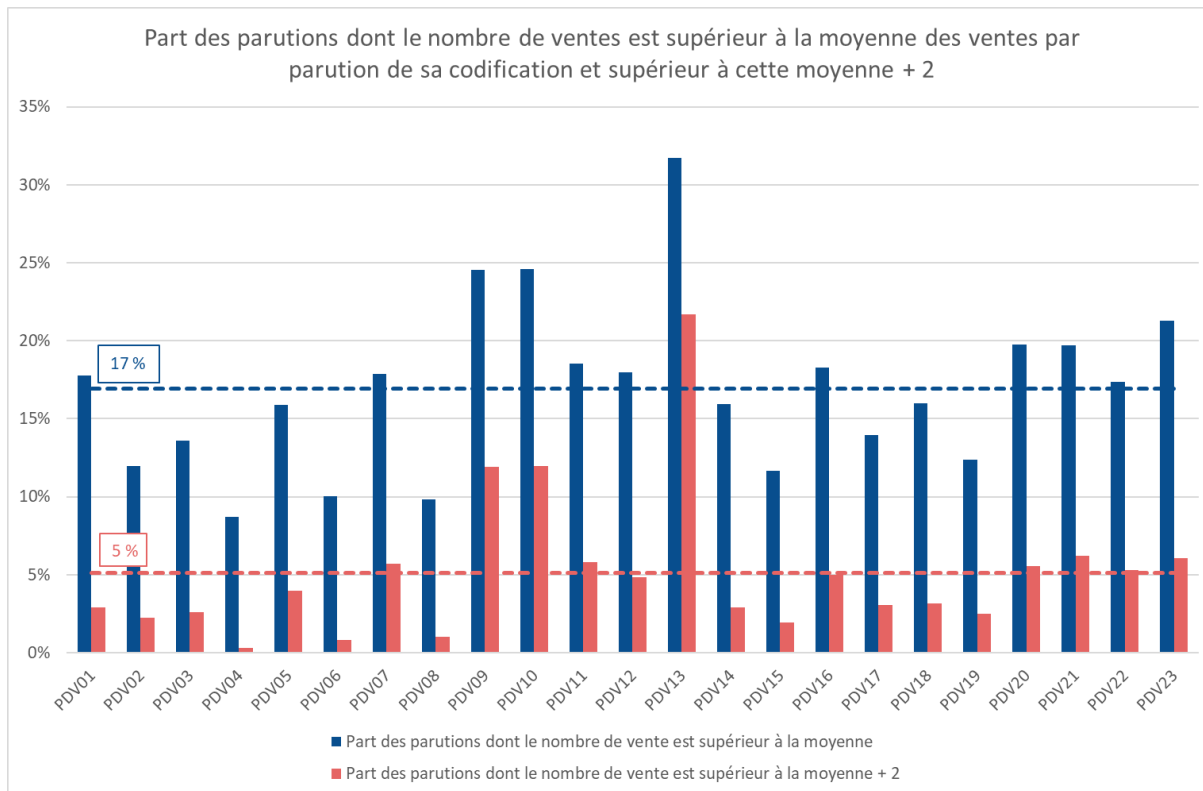
On constate alors que la structure des ventes et des invendus est semblable à celle observée au niveau national à partir des données des distributeurs (*cf.* annexe 1) quelle que soit la taille du point de vente. Ainsi, ce sont les codifications les plus vendues (celles qui constituent le premier décile de ventes) qui génèrent le plus d'invendus mais ont aussi les taux d'invendus les plus bas. Les 10 % des codifications les plus vendues génèrent plus de 50 % des invendus du point de vente (57 % pour le point de vente de 200 mld et 50 % pour le point de vente de 65 mld).

Variabilité des ventes

A titre préliminaire, l'illustration suivante décrit pour une codification donnée, une parution (n° 4) dont les ventes dépassent les ventes moyennes ainsi que les ventes (en bleu clair) qui excèdent la moyenne des ventes de la parution.

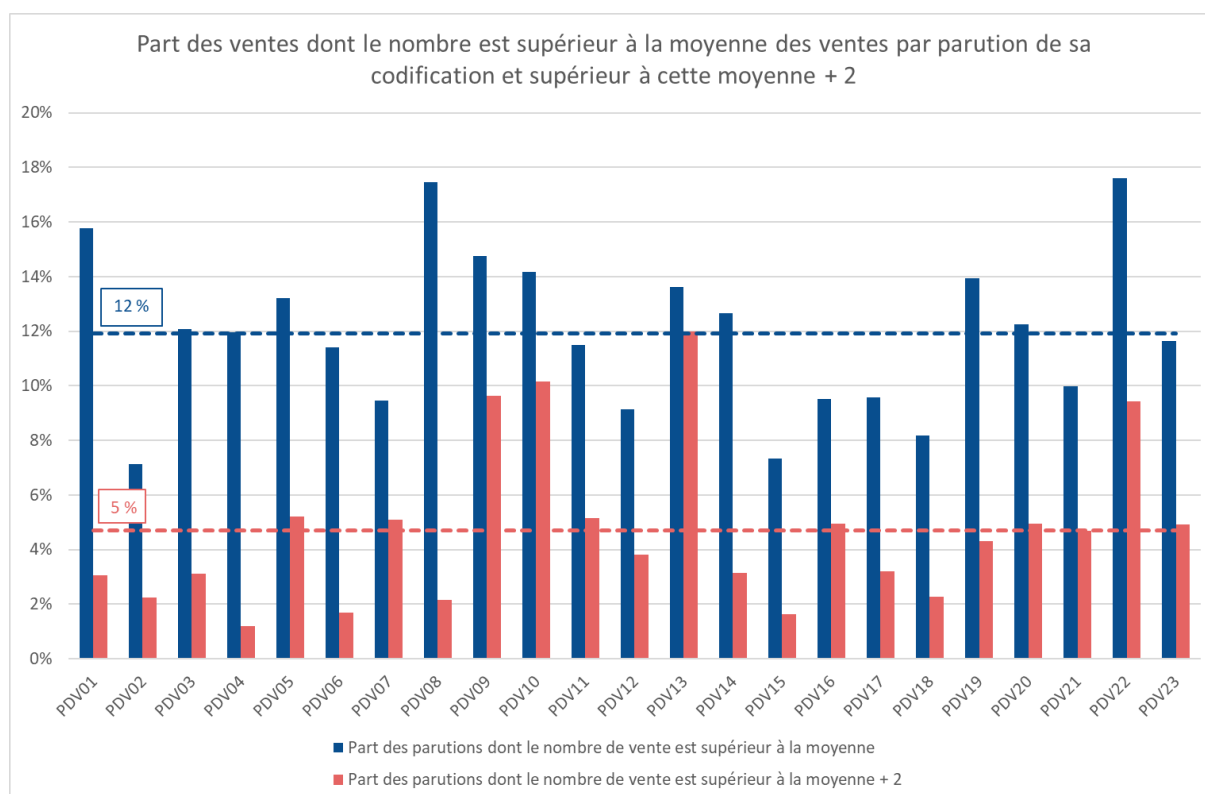


A partir des données des 23 points de vente, a été étudié la variabilité des ventes : les ventes de chaque codification sont comparées par rapport à sa moyenne des ventes et est comptabilisé le nombre de parutions pour lesquelles le nombre de vente est supérieur à la moyenne des ventes de cette codification (données en bleu). On procède de la même manière en comparant les ventes des parutions par rapport à la moyenne des ventes de la codification avec un complément de deux exemplaires supplémentaires (données en rouge).



Les ventes d'une codification sont assez régulières : sur les 23 points de vente observés, environ 17 % des parutions génèrent des ventes supérieures à la moyenne des ventes de la codification. En comparant par rapport à la moyenne des ventes augmentée de deux exemplaires, cette part des parutions excèdent un tel niveau de vente se situe aux alentours 5 %.

Le graphique suivant traduit cette situation en nombre de ventes :



Ainsi, le nombre des ventes qui excèdent la moyenne des ventes de leur codification représentent environ 12 % des ventes du point de vente. De la même façon, le nombre de ventes qui excèdent la moyenne des ventes de leur codification augmentée de deux exemplaires représentent environ 5 % des ventes du point de vente.

Etude d'une règle de détermination des quantités servies

Les éléments précédents confirment que les constats faits à partir des données des distributeurs au niveau national (cf. annexe 1) se vérifient aussi à la maille des points de vente, quelle que soit leur taille. Ainsi, ce sont les titres les plus vendus qui génèrent le plus d'invendus en nombre tout en ayant individuellement un taux d'invendus plus faible. Une mesure de limitation du taux d'invendus serait, en conséquence, peu efficace.

Par ailleurs, l'analyse de la variabilité des ventes suggère qu'une règle de détermination des quantités à servir aux points de vente fondée sur l'historique des ventes de chaque titre au point de vente aurait des impacts limités sur les ventes. Il reste alors à déterminer l'impact sur les invendus de la mise en place d'une telle règle.

L'application d'un complément par rapport à la moyenne des ventes constatée apparaît être une solution à instruire pour limiter l'impact sur les ventes. Il semble pertinent que celle-ci puisse s'exprimer de deux façons complémentaires :

- en nombre d'exemplaires supplémentaires (α) par rapport à la moyenne des ventes (désignée par $\langle V \rangle$) dans le cas de titres à faible vente moyenne (cas illustré ci-dessus avec $\alpha = 2$) :
Nombre de fournis $\leq$ Arrondi à l'entier supérieur ($\langle V \rangle + \alpha$) avec $\alpha > 0$
- en part d'exemplaires supplémentaires (β) par rapport à la moyenne des ventes dans le cas de titres à forte vente moyenne :
Nombre de fournis $\leq$ Arrondi à l'entier supérieur ($(1 + \beta) \langle V \rangle$) avec $\beta > 0$

Pour s'affranchir de la détermination d'un seuil explicite segmentant les titres à faible vente des titres à forte vente, il est proposé d'étudier une règle réunissant ces deux approches :

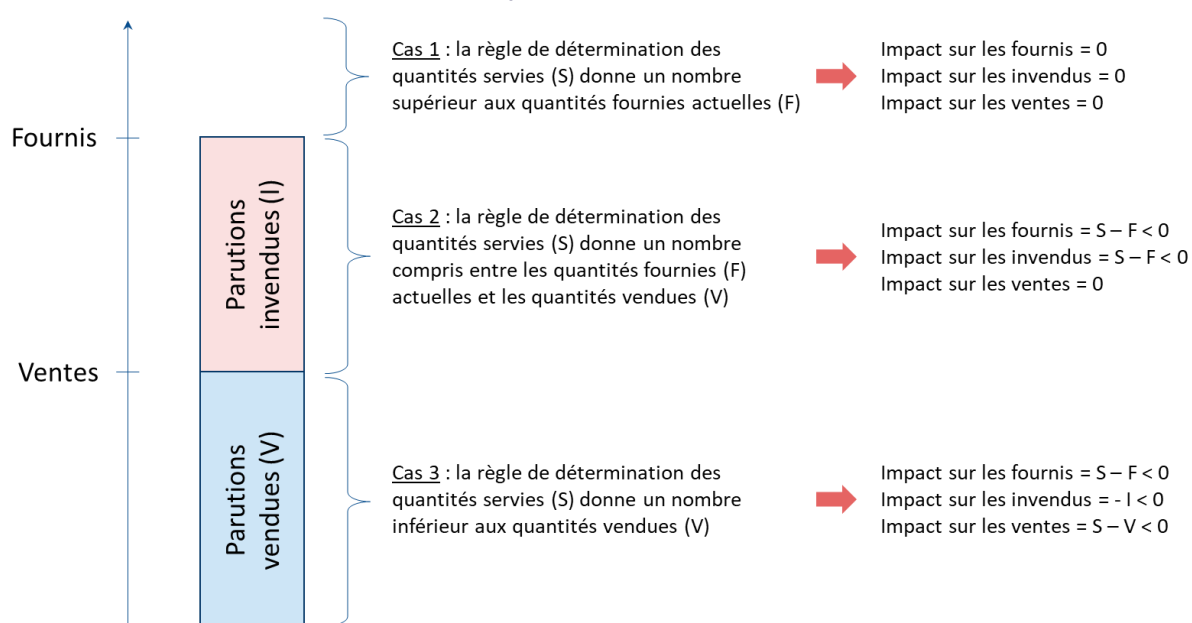
Nombre de fournis $\leq$ Maximum (Arrondi à l'entier supérieur $(\langle V \rangle + \alpha)$; Arrondi à l'entier supérieur $((1 + \beta) \langle V \rangle)$)

Plusieurs valeurs des paramètres α et β ont été testées : toutes les combinaisons pour $\alpha = 2, 3, 5, 10$ et 20 et $\beta = 20\%, 35\%, 50\%$ et 100% soit 20 paramétrages différents au total. Pour chacun des paramétrages, ont été calculés la part des parutions qui seraient en rupture de stock avec l'application d'une telle règle de détermination des quantités servies, la part des ventes nécessitant un système de réapprovisionnement et enfin la part que représentent les invendus évités par rapport au volume global d'invendus du point de vente.

- étude d'un scénario avec écrêtage des quantités fournies au niveau des quantités maximales définies par la règle

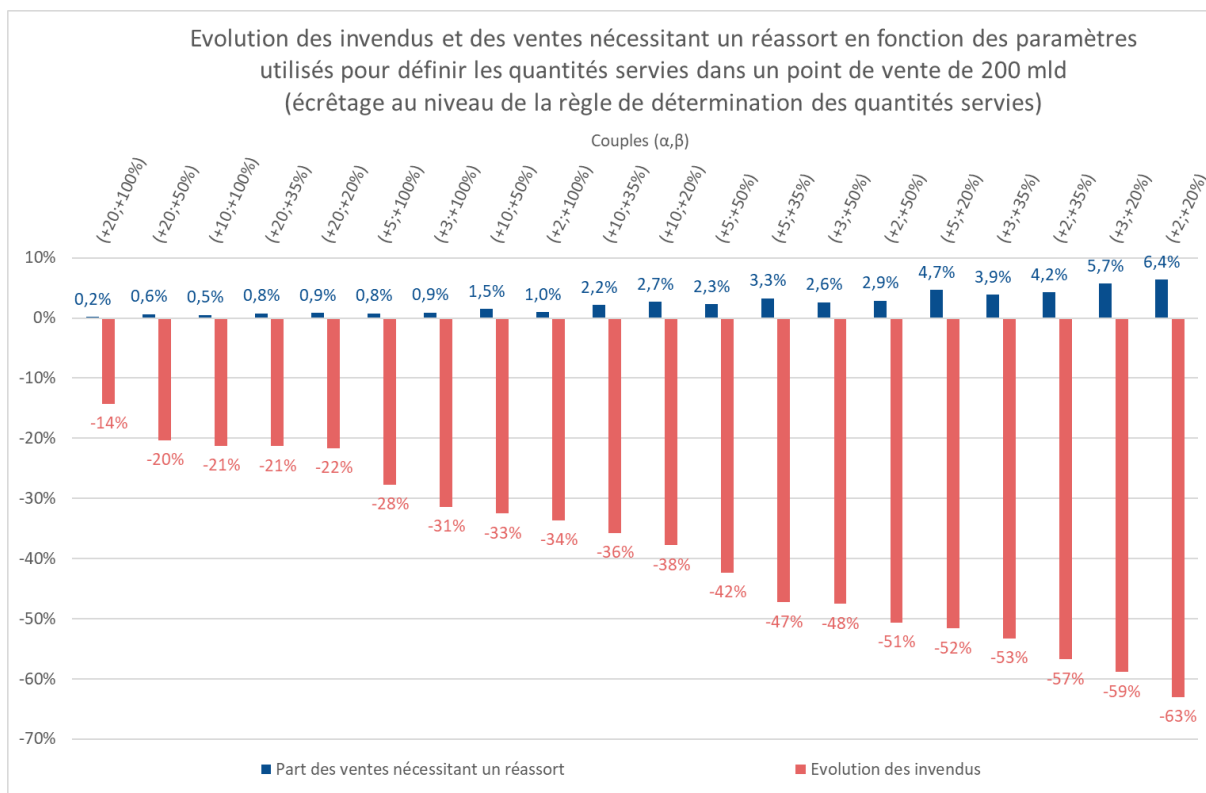
Ce scénario fait l'hypothèse que les volumes fournis resteront inchangés tant qu'ils ne dépassent pas la valeur maximale de quantités servies définie précédemment.

Illustration du scénario d'écrêtage des quantités fournies au niveau de la règle de détermination des quantités servies

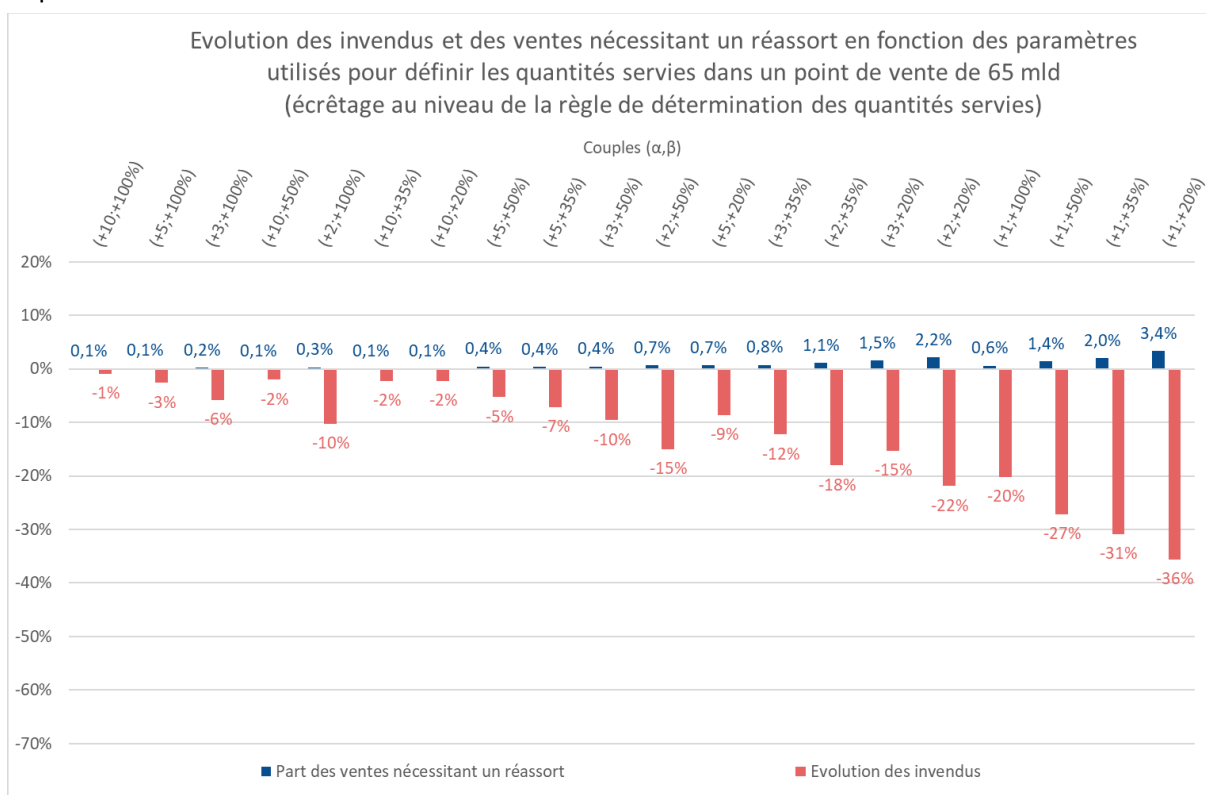


Ainsi, lorsque la règle de détermination des quantités servies donne un niveau supérieur aux fournis actuels, les quantités servies restent inchangées et le gain sur les invendus est nul. Si la règle donne un niveau de quantité à servir inférieur aux fournis actuels mais supérieur au nombre de ventes alors le gain sur les invendus sera égal à la différence entre les fournis et le niveau maximal de quantité à servir. Enfin, lorsque la règle donne un niveau de quantité à servir inférieur aux ventes alors le gain sur les invendus est égal au volume d'invendus car tous ceux-ci disparaissent.

On teste alors l'application de cette règle de détermination des quantités servies sur deux points de vente de taille différente.



Pour un point de vente de 200 mld, on constate que la réduction des invendus peut aller jusqu'à 63 %, entraînant une nécessité de réapprovisionnement pour 6 % des exemplaires, avec les paramètres $\alpha = 2$ et $\beta = 20$ %.



Pour un point de vente de plus petite taille, 65 mld, on constate qu'une telle réduction des invendus n'est pas atteignable. Par ailleurs, des paramétrages identiques donnent des résultats moins efficaces. Par exemple, pour les paramètres $\alpha = 2$ et $\beta = 20$ %, la réduction des invendus n'est que de 22 %, au

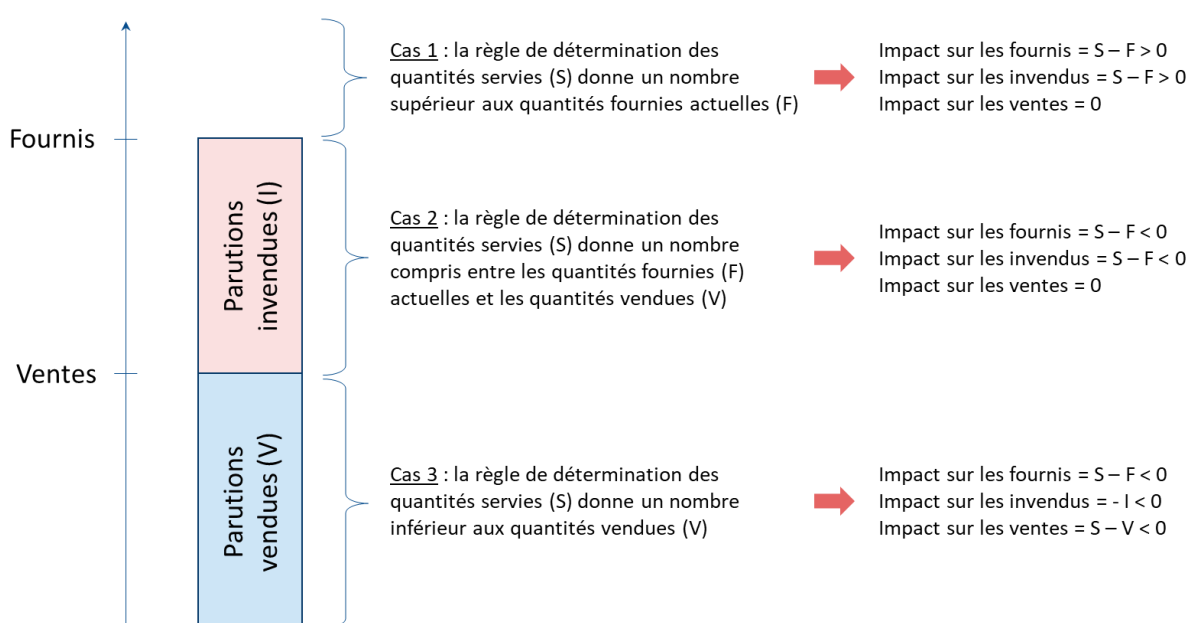
lieu de 63 % pour le point de vente de 200 mld. Il est donc nécessaire d'opter pour des paramètres plus restrictifs (ajout des couples de paramètres avec $\alpha = 1$ à droite du graphique).

On constate également que l'ordre d'efficacité des paramétrages est différent selon les points de vente : c'est le cas des paramètres ($\alpha = 2$; $\beta = 50\%$) et ($\alpha = 5$; $\beta = 20\%$) qui réduisent respectivement de 51 % et 52 % les invendus dans un point de vente de 200 mld et de 15 % et 9 % dans un point de vente de 65 mld. Cette différence peut s'expliquer par la structure des invendus qui est unique à chaque point de vente.

- étude d'un scénario avec ajustement des quantités fournies au niveau des quantités maximales définies par la règle

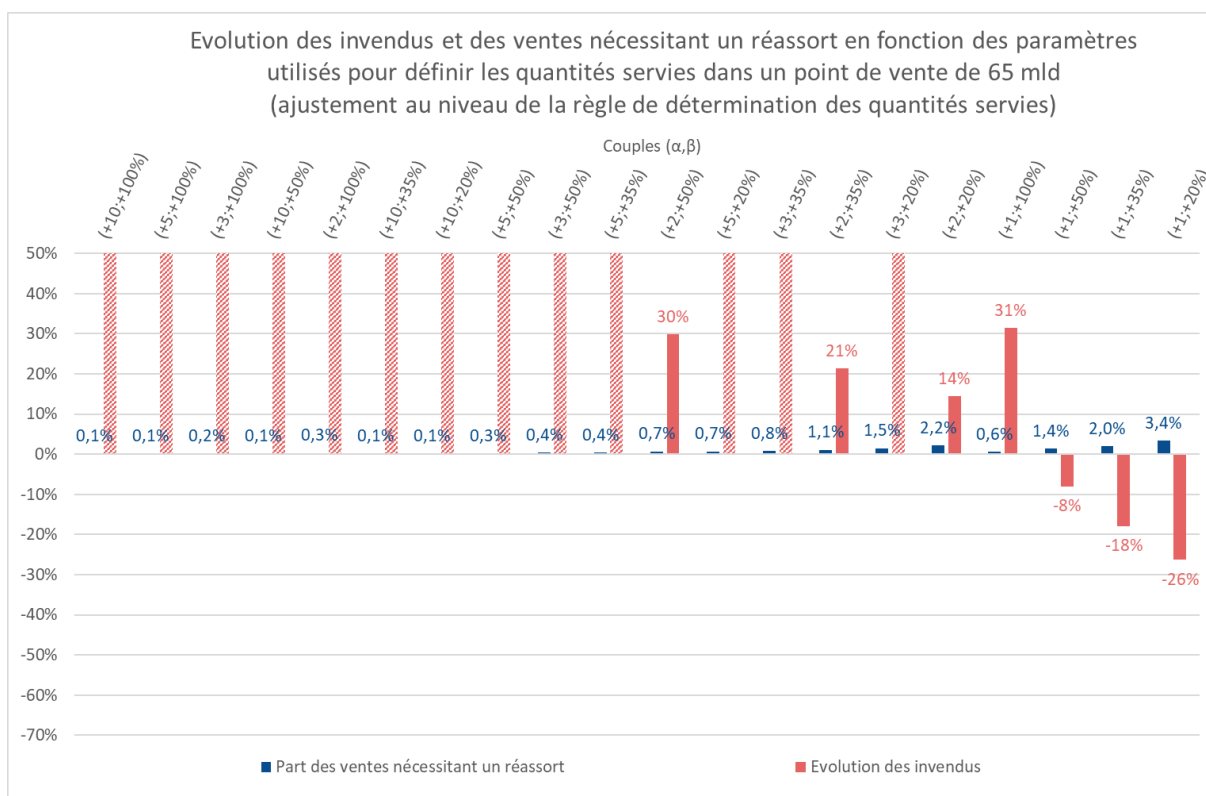
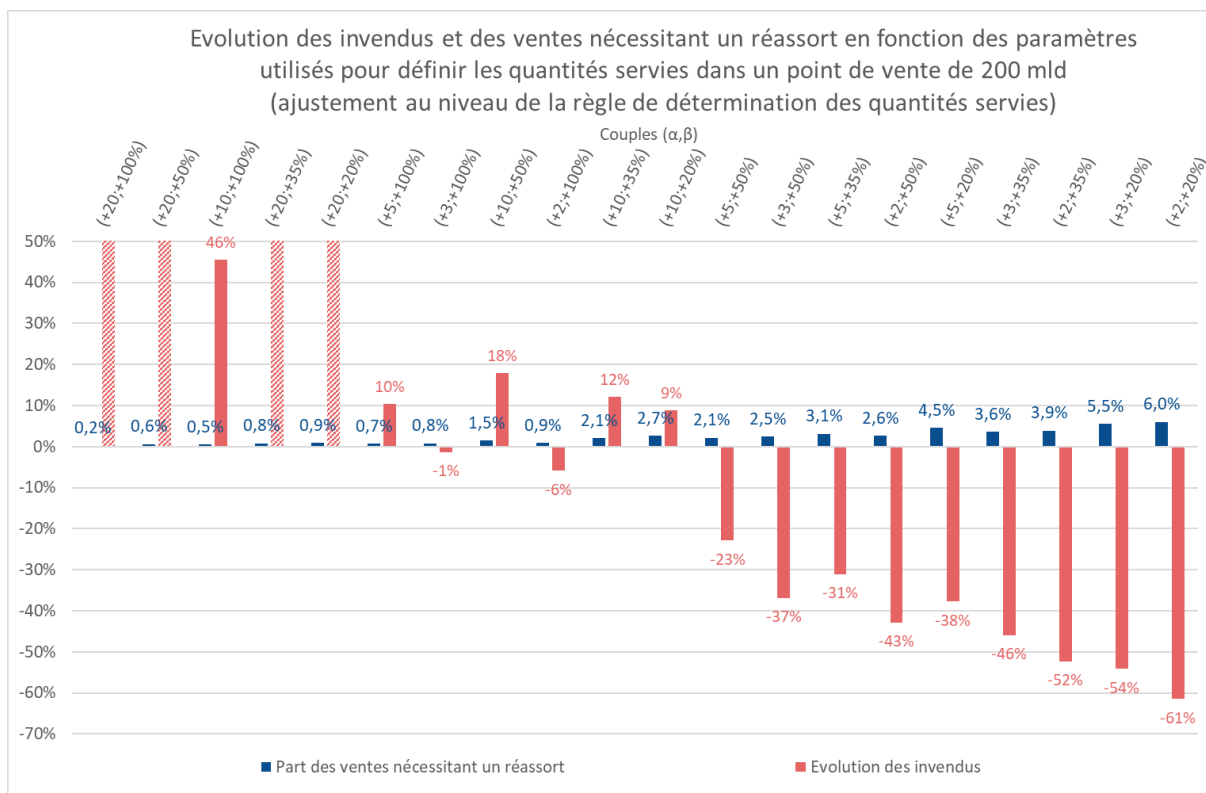
Ce scénario fait l'hypothèse que les volumes fournis seront alignés sur la valeur maximale de quantités servies définie précédemment.

Illustration du scénario d'ajustement des quantités fournies au niveau de la règle de détermination des quantités servies



Ainsi, comparé au scénario précédent, lorsque la règle de détermination des quantités servies donne un niveau supérieur aux fournis actuels, les quantités servies s'ajustent à ce niveau élevant ainsi mécaniquement le nombre d'invendus.

De la même manière, on teste l'application de cette règle sur les deux mêmes points de vente de taille différente.



On constate que l'application de ce scénario réduit l'efficacité de la règle mise en place voire aggrave les taux d'invendus pour certains paramétrages, particulièrement pour les points de vente de plus petite taille.

Conclusion

Une règle de détermination des quantités servies aux points de vente fondée sur l'historique des ventes de chaque titre au point de vente augmentée d'un complément en nombre d'exemplaires ou en pourcentage d'exemplaires supplémentaires est efficace pour réduire de manière significative le nombre d'invendus. Elle génère par ailleurs des besoins de réapprovisionnement limités.

Toutefois, l'efficacité dépend des paramètres utilisés (les plus restrictifs produisent une diminution plus importante des invendus). Par ailleurs, ces paramètres ne produisent pas les mêmes effets selon la taille des points de vente et leur structure d'invendus.

Enfin, la modélisation fait apparaître un risque d'augmentation des invendus pour certains points de vente avec certaines valeurs de paramètre dans le cas où certains éditeurs aligneraient, en les augmentant, les quantités fournies sur la valeur maximale de quantités servies.

Annexe 3

**Résultats de l'application de différents couples
(Nombre_Complémentaire_Faibles_Ventes ;
Pourcentage_Complémentaire_Fortes_Ventes) sur un échantillon de points de
vente**

A partir des données disponibles des 23 points de vente, l'Arcep a effectué des simulations de l'application de plusieurs valeurs des paramètres *Nombre_Complémentaire_Faibles_Ventes* (NCFV) et *Pourcentage_Complémentaire_Fortes_Ventes* (PCFV) : toutes les combinaisons pour NCFV = 1 et 2 et PCFV = 20 %, 35 % et 50 % soit 6 paramétrages différents au total.

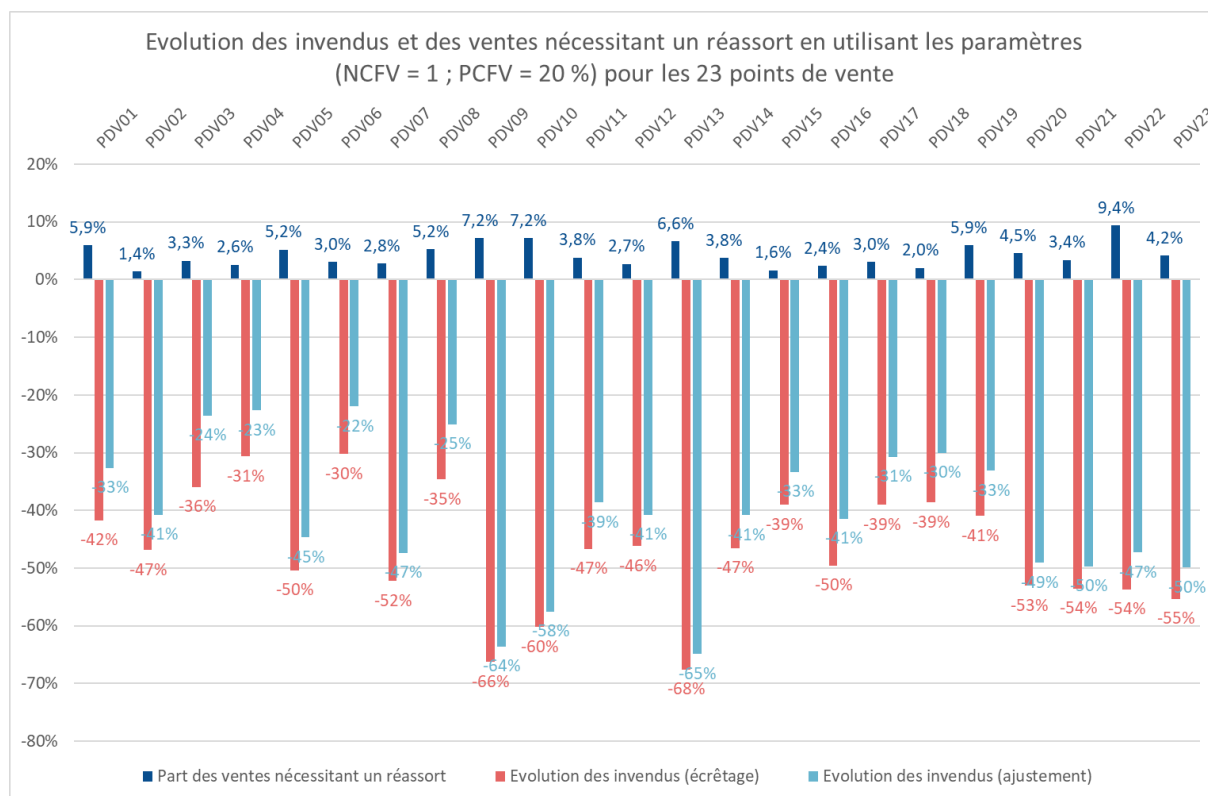
Identifiant	Taille en MLD	Taux d'invendus constaté	NCFV	PCFV	Taux d'invendus simulé en cas d'écrtage au plafond	Taux d'invendus simulé en cas d'ajustement au plafond	Part des ventes nécessitant un réassort
PDV01	50 – 100	55,1%	1	20%	43,2%	46,8%	5,9%
			1	35%	44,3%	48,5%	4,3%
			1	50%	45,2%	50,5%	3,4%
			2	20%	48,5%	56,2%	2,9%
			2	35%	48,8%	56,6%	2,5%
			2	50%	49,2%	57,6%	2,0%
PDV02	50 – 100	48,8%	1	20%	34,0%	36,4%	1,4%
			1	35%	36,1%	40,7%	0,7%
			1	50%	37,5%	44,5%	0,4%
			2	20%	38,2%	44,5%	0,9%
			2	35%	39,8%	47,4%	0,4%
			2	50%	40,8%	50,3%	0,2%
PDV03	50 – 100	51,3%	1	20%	41,1%	45,4%	3,3%
			1	35%	42,4%	47,4%	1,9%
			1	50%	43,5%	49,8%	1,3%
			2	20%	45,7%	55,1%	2,1%
			2	35%	46,5%	56,1%	1,0%
			2	50%	47,3%	57,5%	0,6%
PDV04	50 – 100	67,5%	1	20%	59,7%	62,2%	2,6%
			1	35%	60,0%	62,7%	2,1%
			1	50%	60,3%	63,2%	1,7%
			2	20%	64,6%	71,9%	1,1%
			2	35%	64,7%	72,0%	1,0%
			2	50%	64,8%	72,1%	0,9%
PDV05		54,7%	1	20%	38,8%	41,4%	5,2%

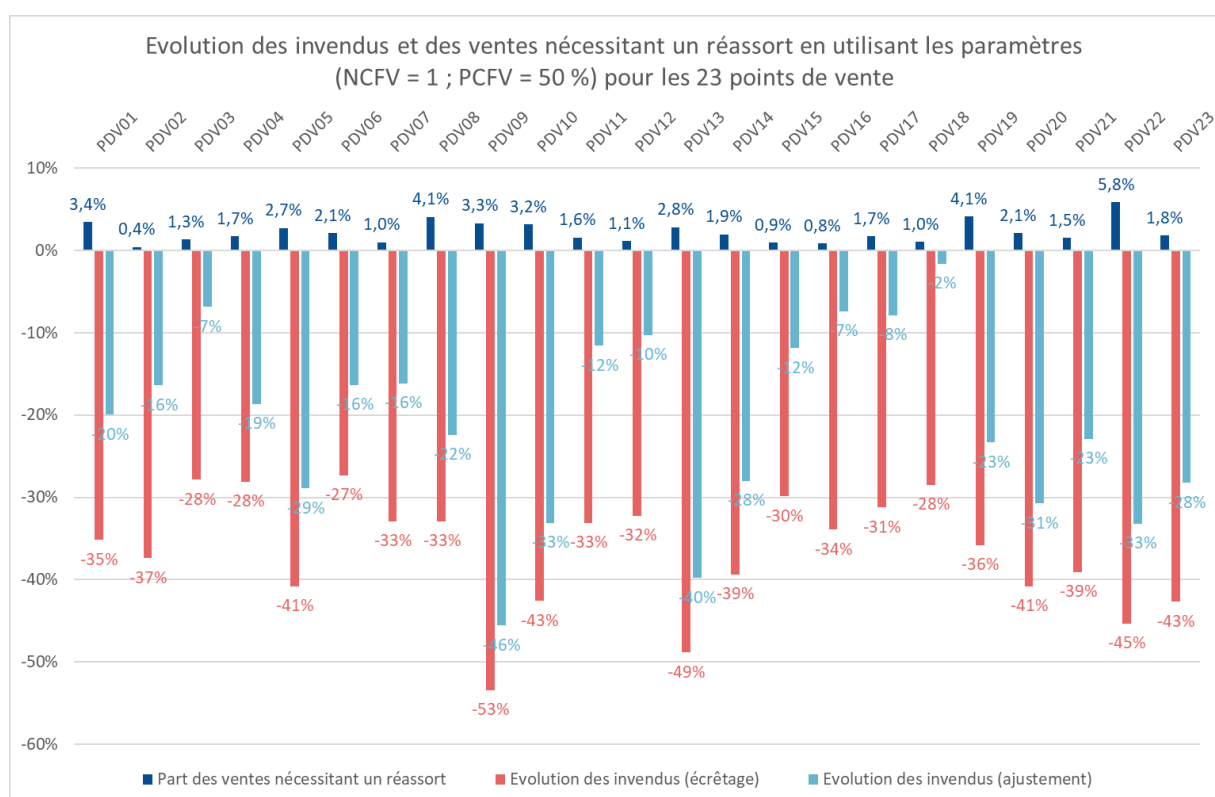
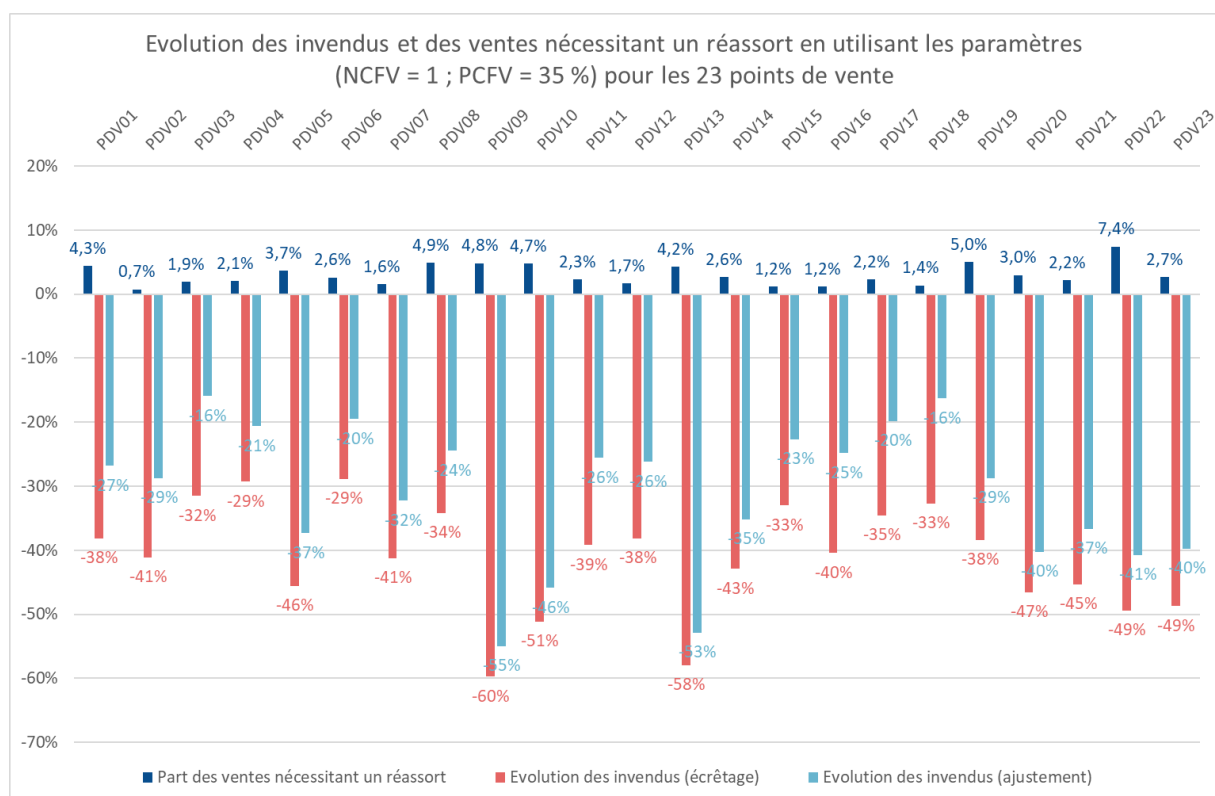
	100 – 150		1	35%	40,6%	44,0%	3,7%
			1	50%	42,4%	46,9%	2,7%
			2	20%	43,9%	49,4%	3,8%
			2	35%	44,9%	50,8%	2,7%
			2	50%	46,1%	52,7%	2,1%
PDV06	100 – 150	62,0%	1	20%	54,0%	56,7%	3,0%
			1	35%	54,3%	57,3%	2,6%
			1	50%	54,7%	58,2%	2,1%
			2	20%	58,7%	66,5%	1,6%
			2	35%	58,9%	66,7%	1,4%
			2	50%	59,0%	67,0%	1,2%
PDV07	100 – 150	44,4%	1	20%	28,2%	30,2%	2,8%
			1	35%	32,3%	35,4%	1,6%
			1	50%	35,1%	40,3%	1,0%
			2	20%	31,5%	35,6%	2,3%
			2	35%	34,9%	39,7%	1,2%
			2	50%	37,3%	43,7%	0,8%
PDV08	100 – 150	70,9%	1	20%	62,6%	65,8%	5,2%
			1	35%	62,7%	65,9%	4,9%
			1	50%	63,0%	66,3%	4,1%
			2	20%	67,2%	75,0%	2,1%
			2	35%	67,2%	75,0%	2,1%
			2	50%	67,3%	75,1%	1,9%
PDV09	200 – 250	55,8%	1	20%	31,5%	33,1%	7,2%
			1	35%	34,9%	37,4%	4,8%
			1	50%	37,9%	41,6%	3,3%
			2	20%	34,0%	36,4%	6,5%
			2	35%	36,8%	39,9%	4,4%
			2	50%	39,4%	43,5%	3,0%
PDV10	150 – 200	49,0%	1	20%	29,2%	30,6%	7,2%
			1	35%	33,0%	35,3%	4,7%
			1	50%	36,3%	39,9%	3,2%
			2	20%	31,1%	33,3%	6,7%
			2	35%	34,4%	37,3%	4,5%
			2	50%	37,4%	41,4%	3,0%
PDV11	150 – 200	45,0%	1	20%	31,2%	34,3%	3,8%
			1	35%	33,8%	38,4%	2,3%
			1	50%	35,7%	42,4%	1,6%
			2	20%	34,8%	40,8%	3,0%
			2	35%	36,7%	43,6%	1,9%
			2	50%	38,3%	46,7%	1,2%
PDV12	100 – 150	43,6%	1	20%	30,0%	32,0%	2,7%
			1	35%	32,7%	36,7%	1,7%
			1	50%	34,6%	41,2%	1,1%
			2	20%	33,8%	38,2%	2,0%

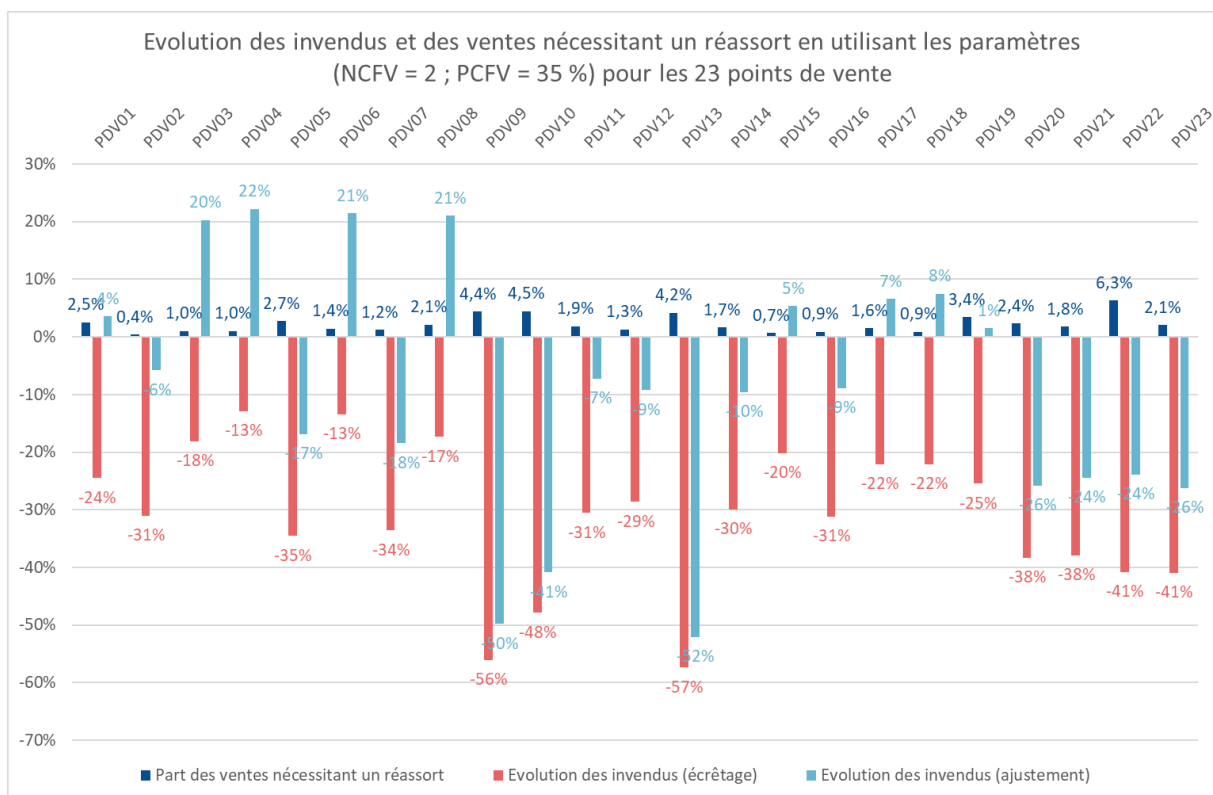
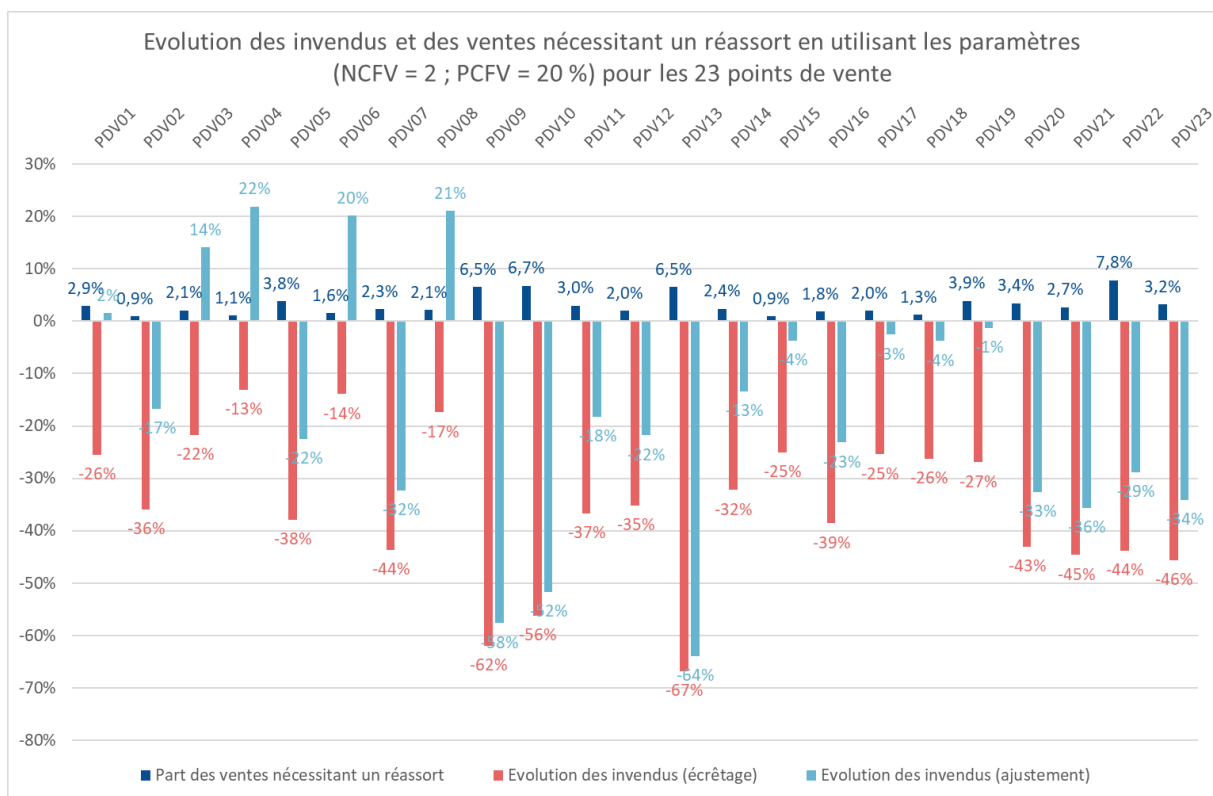
			2	35%	35,9%	41,5%	1,3%
			2	50%	37,3%	45,1%	0,9%
PDV13	200 – 250	49,6%	1	20%	25,5%	27,0%	6,6%
			1	35%	30,2%	32,6%	4,2%
			1	50%	34,1%	37,9%	2,8%
			2	20%	25,9%	27,5%	6,5%
			2	35%	30,4%	33,0%	4,2%
			2	50%	34,3%	38,1%	2,8%
PDV14	150 – 200	56,5%	1	20%	41,9%	44,5%	3,8%
			1	35%	43,3%	46,4%	2,6%
			1	50%	44,6%	48,9%	1,9%
			2	20%	47,5%	53,6%	2,4%
			2	35%	48,1%	54,5%	1,7%
			2	50%	48,9%	55,9%	1,2%
PDV15	200 – 250	49,9%	1	20%	38,1%	40,3%	1,6%
			1	35%	40,3%	43,8%	1,2%
			1	50%	41,3%	46,9%	0,9%
			2	20%	42,9%	49,1%	0,9%
			2	35%	44,4%	51,3%	0,7%
			2	50%	45,2%	53,6%	0,5%
PDV16	200 – 250	41,3%	1	20%	26,7%	29,7%	2,4%
			1	35%	29,8%	34,9%	1,2%
			1	50%	31,9%	39,7%	0,8%
			2	20%	30,6%	35,5%	1,8%
			2	35%	32,8%	39,3%	0,9%
			2	50%	34,5%	43,1%	0,6%
PDV17	200 – 250	48,2%	1	20%	36,9%	39,9%	3,0%
			1	35%	38,3%	43,2%	2,2%
			1	50%	39,4%	46,5%	1,7%
			2	20%	41,4%	48,0%	2,0%
			2	35%	42,4%	50,1%	1,6%
			2	50%	43,0%	52,4%	1,2%
PDV18	250 – 300	43,7%	1	20%	32,7%	35,6%	2,0%
			1	35%	34,6%	39,7%	1,4%
			1	50%	35,9%	43,5%	1,0%
			2	20%	36,7%	43,0%	1,3%
			2	35%	37,9%	45,7%	0,9%
			2	50%	38,7%	48,4%	0,7%
PDV19	150 – 200	59,2%	1	20%	47,7%	50,8%	5,9%
			1	35%	48,5%	52,2%	5,0%
			1	50%	49,3%	53,7%	4,1%
			2	20%	52,5%	59,9%	3,9%
			2	35%	52,9%	60,4%	3,4%
			2	50%	53,2%	61,2%	3,0%
PDV20		52,5%	1	20%	35,2%	37,0%	4,5%

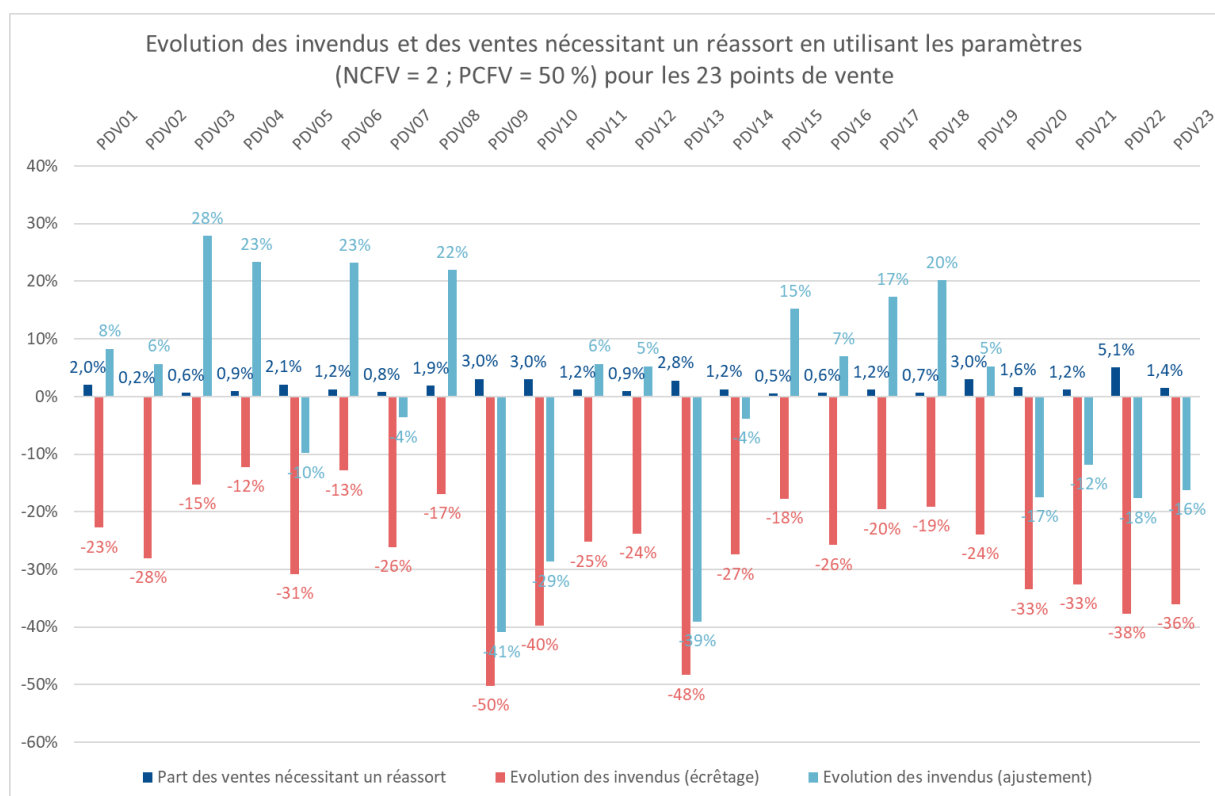
	200 – 250		1	35%	37,8%	40,5%	3,0%
			1	50%	40,0%	43,8%	2,1%
			2	20%	39,4%	43,5%	3,4%
			2	35%	41,1%	45,6%	2,4%
			2	50%	42,7%	48,1%	1,6%
PDV21	> 250	47,1%	1	20%	30,0%	31,6%	3,4%
			1	35%	33,2%	36,5%	2,2%
			1	50%	35,5%	41,0%	1,5%
			2	20%	33,6%	37,0%	2,7%
			2	35%	36,0%	40,6%	1,8%
			2	50%	37,8%	44,3%	1,2%
PDV22	200 – 250	56,6%	1	20%	40,0%	43,2%	9,4%
			1	35%	41,6%	45,5%	7,4%
			1	50%	43,1%	48,1%	5,8%
			2	20%	44,3%	50,2%	7,8%
			2	35%	45,2%	51,5%	6,3%
			2	50%	46,1%	53,1%	5,1%
PDV23	> 250	49,6%	1	20%	31,4%	34,0%	4,2%
			1	35%	34,1%	37,8%	2,7%
			1	50%	36,5%	41,8%	1,8%
			2	20%	35,6%	40,1%	3,2%
			2	35%	37,2%	42,5%	2,1%
			2	50%	38,9%	45,5%	1,4%

Dans les graphiques suivants sont représentés les réductions d'inventus suivants les deux scénarios possibles (écrêtage au plafond et ajustement au plafond) et les besoins de réapprovisionnement :









Synthèse des questions

Question n° 1

Que pensez-vous du principe de mettre en place une règle de détermination des quantités de titres CPPAP hors IPG servies aux points de ventes basée sur un plafond, dont le niveau serait déterminé sur la base de l'historique des ventes du titre au point de vente auquel s'ajouterait un complément ?

Question n° 2

Que pensez-vous de la formule proposée pour définir le plafond des quantités de titres CPPAP hors IPG servies aux points de vente ?

Question n° 3

Que pensez-vous de la détermination d'un couple de paramètres (*Nombre_Complémentaire_Faibles_Ventes ; Pourcentage_Complémentaire_Fortes_Ventes*) par défaut pour tous les points de vente que les diffuseurs peuvent, sur demande spécifiquement, ajuster à leurs spécificités ?

Question n° 4

Que pensez-vous de choisir par défaut le couple (2 ; 50 %) ?

Question n° 5

Que pensez-vous de la disposition envisagée pour déterminer les quantités servies des titres CPPAP hors IPG lorsque l'historique de 12 mois n'est pas disponible ?

S'agissant du cas spécifique des nouveaux points de vente, que penseriez-vous de l'hypothèse de les exclure temporairement de l'application de ces règles de plafonnement pour laisser aux éditeurs le soin de déterminer les quantités qui leur seront servies ? Le cas échéant, quelle durée vous semble pertinente pour cette exclusion ?

Question n° 6

Que pensez-vous de déterminer le plafond des quantités servies des titres CPPAP hors IPG et des points de vente à forte saisonnalité du mois M de l'année N-1 sur la base des ventes constatées au cours des mois M-1, M et M+1 de l'année précédente ?

Question n° 7

Que pensez-vous de ne pas fixer de plafond aux quantités servies aux point de vente des quotidiens CPPAP hors IPG ?

Question n° 8

Que pensez-vous de la disposition envisagée pour déterminer les quantités servies des parutions des titres CPPAP hors IPG traitant d'événements exceptionnels ?

Question n° 9

Que pensez-vous des dispositions envisagées pour les numéros hors-séries et les numéros spéciaux ?

Question n° 10

Voyez-vous d'autres cas particuliers qui devraient faire l'objet d'un traitement particulier dans l'application de la règle de détermination des quantités servies aux points de vente envisagée ? Le cas échéant, de quelle manière ?

Question n° 11

De manière plus générale, avez-vous d'autres remarques sur les dispositions envisagées par l'Arcep pour déterminer les quantités de titres CPPAP hors IPG servies aux points de vente ?