



Contribution à la consultation publique sur l'accord professionnel sur les règles d'assortiment et de détermination des quantités servies des titres CPPAP hors IPG aux points de vente.



15 novembre 2022

Table des matières

Le cadre	3
Introduction.....	3
1/ Évaluation quantitative de l'efficacité du projet	3
2/ Analyse qualitative de l'efficacité du projet	4
3/ Recommandations	4
Conclusion :	6

Annexes

Réduction des invendus selon la répartition écrêtage,

Fichier séparé : Projet d'accord soumis à la consultation, annoté.

Le cadre

La continuité de la distribution de la presse dépend de l'intérêt des marchands à exercer cette activité dans un contexte baissier. Si la vente constitue un intérêt commun entre les éditeurs et les marchands, ses conditions sont un point de divergence d'intérêt. La modification de la Loi Bichet, en octobre 2019, a pour but de réduire cette divergence en :

- Sérialisant les produits afin de permettre aux marchands un choix sur une partie de la production
- Introduisant l'obligation de concevoir une méthode de définition des quantités servies aux points de vente visant à la réduction du nombre d'invendus.

La divergence des intérêts entre éditeurs et marchands repose en effet sur la définition de l'offre. Maximiser l'offre permet aux éditeurs de maximiser les ventes. Mais cela nuit à la rentabilité de l'exploitation des marchands et les incite à cesser cette activité.

C'est dans ce cadre que les éditeurs présentent le projet de définition des quantités sur lequel porte la présente consultation.

Introduction

La régulation des quantités introduite par la modification de la Loi Bichet en octobre 2019 a pour objectif de rapprocher le nombre d'exemplaires distribués de celui des ventes, pour réduire le nombre des invendus dont les coûts de traitement nuisent à l'efficacité de la filière.

Le projet d'accord soumis à l'analyse dans le cadre de la présente consultation devrait s'inscrire dans cet objectif. C'est donc l'adéquation de ce projet à cet objectif que nous étudierons ci-après.

1/ Évaluation quantitative de l'efficacité du projet

Le couple de paramètres (3, 50%) retenu dans ce projet a été étudié par l'ARCEP.
L'étude fait ressortir les résultats suivants :

Pour les linéaires de 200 mld (2.5% des points de vente du réseau) : une baisse prévisible de 37% du nombre d'invendus.

Cette baisse est toutefois pratiquement la plus faible de toutes les options étudiées.

Plusieurs couples de paramètres différents permettraient en effet d'atteindre une réduction entre 43% et 61% du nombre d'invendus.

L'option proposée n'est donc, et de loin, pas la plus efficace.

Pour les linéaires de 65 mld (50% des points de vente du réseau) : une hausse, non déterminée mais supérieure à 50% du nombre d'invendus.

Pour ces points de vente, qui représentent plus de 50% du réseau, un tel choix de paramètres serait donc contraire à l'objectif. Il existe pourtant, d'après l'étude de l'ARCEP, bien des couples de paramètres permettant d'aller dans le sens recherché. Mais les signataires du projet présenté n'ont pas jugé pertinent de choisir parmi ceux-là.

2/ Analyse qualitative de l'efficacité du projet

Pour qu'un tel projet porte ses fruits (réduction des invendus), il est indispensable que :

- a) Les règles qu'il introduit soient claires et ne puissent être contournées.
Les cas de dérogations envisagés sont trop nombreux pour que ce projet puisse s'avérer efficace.
- b) La transparence en garantisse l'intégrité.
Le traitement des dérogations envisagées n'offre aucune garantie à cet effet. Le projet réintroduit une architecture décisionnelle orientée dont les intérêts ne coïncident aucunement avec l'objectif.

3/ Recommandations

Les rayonnages des points de vente sont aussi différents que les tirages éditeurs. La distinction entre les petits points de vente selon leur taille est aussi nécessaire que celle envisagée entre les titres selon leurs tirages.

C'est à la fois une question d'équité de traitement entre éditeurs et marchands et une nécessité qui s'impose pour obtenir une distribution efficace et viable.

La distinction entre les titres, selon leur taille, est prise en considération par l'association de deux paramètres majorants, l'un en unité, l'autre en pourcentage, la quantité moyenne des ventes, pour déterminer le plafond du nombre d'exemplaires à ne pas dépasser en livraison.

La distinction entre les points de vente, selon leur taille, a pour objectif d'éviter que l'application des paramètres retenus ne soit inadaptée. L'étude de l'ARCEP a montré, sur deux exemples (<65 MLD et > 200 MLD) que l'influence des différents couples de paramètres n'était pas du tout la même.

Il nous paraît nécessaire d'aller un peu plus loin dans l'analyse des chiffres, afin de permettre d'une part une distinction nécessaire, d'autre part de rendre celle-ci la plus pertinente possible.

Probablement, en faisant cette analyse, constaterons-nous une progressivité des effets des différents couples de paramètres, selon la taille de linéaire auxquels ils seront appliqués.

Ce n'est qu'alors qu'il sera possible de déterminer, avec le plus de pertinence possible, la conduite à tenir.

Peut-être sera-t-il préférable d'envisager plusieurs seuils de taille de linéaire pour améliorer l'efficacité de la distribution. Peut-être pourrions-nous trouver une formule permettant de définir automatiquement les couples de paramètres à retenir en fonction de la taille de linéaire.

La chose certaine est que nous ne pouvons pas envisager de n'avoir qu'un couple de paramètres pour l'ensemble des points de vente. Les plus petits rayonnages, doivent avoir un coefficient α minimal et un coefficient β moindre que les grands points de vente.

A défaut de mettre en place cette différenciation nous constaterons une augmentation du nombre d'invendus dans la majeure partie des points de vente. Et, la tendance étant à la réduction de linéaire, faute de rentabilité, cela accélérera l'arrêt de la distribution de la presse dans de très nombreux points de vente. Ce qui n'est pas le but recherché.

Dans l'immédiat, en l'absence de résultat d'une étude complète liant la taille des rayonnage et les couples de paramètres nous préconisons :

Pour les linéaires < 150 mld :	le couple de paramètres (1, 20%)
Pour les linéaires > 150 mld	le couple de paramètres (2, 35%)

Par ailleurs nous attirons l'attention sur le risque introduit par l'exploitation d'anciens « *textes* » choisis pour référence.

L'accord auquel est rattaché l'avenant soumis aujourd'hui à nos commentaires indique en son article 43 :

1° : Ayant pris acte de l'incapacité temporaire des systèmes d'information de la filière à gérer un tel mécanisme efficacement, elles acceptent que cette régulation soit reportée dans le temps. Dans l'intervalle elles s'accordent à maintenir la bonne exécution des mesures de plafonnement et règles actuellement en vigueur afin de garantir des quantités raisonnables servies au diffuseur. Les règles en vigueur sont annexées au présent accord interprofessionnel (annexes 1 et 2).

Deux éléments mettent hors d'atteinte l'objectif fixé par la Loi.

L'application de nouvelles règles est conditionnée par leur mise en œuvre par des acteurs qui estiment qu'elles leurs sont défavorables. Ils s'octroient, avec ce texte, la légitimité de différer autant qu'il leur plaira. Et même si le régulateur fixe une date limite, comme ce fut le cas pour la mise en œuvre de la facturation des ventes, aucune pénalité financière ne les contraint à la respecter.

Nous invitons à supprimer toute possibilité de report qui retirerait sa raison d'être au travail entrepris. La mise en œuvre de la Loi n'a déjà été que trop longtemps différée.

De plus, pendant cette période transitoire qui pourrait se prolonger durablement, cet article introduit comme référence des conditions de dérogations, définies par un groupe de travail constitué par le CSMP excluant nombre de parties, et fixant des règles de plafonnement et des dérogations possibles.

A titre d'exemple, une de ces règles prévoit que, les parutions du 20 juin au 25 août sont exclues des règles de plafonnement. Ceci provoque une surcharge totalement contreproductive dans de nombreux magasins privés d'une bonne part de leur clientèle en période estivale. Ce n'est donc pas conforme à l'objectif déclaré et ne saurait continuer à être mis en œuvre. Il nous semble nécessaire de supprimer cette dérogation automatique très éloignée de l'intérêt commun et général.

Nous invitons à faire preuve de vigilance à l'égard de toute volonté d'exploitation de références antérieures qui éloigneraient la filière de son objectif d'améliorer l'adéquation entre les besoins réels et les quantités fournies aux points de vente.

Conclusion :

Il nous est demandé de nous prononcer sur l'intérêt de ce projet et de mettre en évidence les éventuels risques que sa validation pourrait engendrer. Il n'est pas utile, pour cela, de reprendre point par point son contenu. Nous nous joignons toutefois une version du projet annotée à cet effet.

Ce projet nous paraît contre-productif. Il ne tire ni les leçons du passé ni ne prend en considération les suggestions et les études réalisées. Malgré la demande de la Présidente de l'ARCEP il n'a aucunement été soumis à la discussion préalable auprès des autres acteurs que les signataires. Il illustre une volonté d'imposer une vision orientée qui affecte la filière dans son ensemble.

Nous le rejetons dans son ensemble et préconisons le retour au projet présenté initialement par l'ARCEP, amendé par les éléments que nous avons communiqués dans notre contribution du mois de juin 2021 et ceux que nous apportons dans la présente contribution.

Il nous semble particulièrement impérieux de distinguer, par des couples de paramètres différents, les points de vente selon la taille de linéaire exploité. C'est un élément qui, bien qu'étant mentionné comme risqué dans l'étude quantitative de l'ARCEP, avait été obéré dans le projet soumis à consultation.

Nous restons bien évidemment à disposition pour faire avancer enfin ce sujet dont le délai de traitement, significativement impacté par les initiateurs de ce projet transmis tardivement à l'ARCEP, nuit à la filière.

Réduction des invendus selon la répartition écrêtage_(1^{er}%) / ajustement (2^{ème} %)

	70%	30%				
MLD	1;20	1;35	1;50	2;20	2;35	2;50
50 - 100	-39%	-31%	-27%	-15%	-12%	-9%
100 - 150	-44%	-37%	-31%	-28%	-23%	-17%
150 - 200	-42%	-35%	-32%	-19%	-17%	-15%
200 - 250	-51%	-43%	-36%	-40%	-33%	-27%
> 250	-53%	-44%	-36%	-42%	-35%	-28%
250 - 300	-39%	-28%	-20%	-19%	-13%	-7%

	60%	40%				
MLD	1;20	1;35	1;50	2;20	2;35	2;50
50 - 100	-39%	-30%	-25%	-12%	-9%	-5%
100 - 150	-44%	-36%	-30%	-26%	-20%	-15%
150 - 200	-42%	-34%	-31%	-17%	-15%	-12%
200 - 250	-51%	-42%	-35%	-38%	-31%	-24%
> 250	-53%	-44%	-35%	-41%	-34%	-26%
250 - 300	-39%	-26%	-18%	-17%	-10%	-3%

	50%	50%				
MLD	1;20	1;35	1;50	2;20	2;35	2;50
50 - 100	-38%	-29%	-24%	-10%	-6%	-2%
100 - 150	-43%	-35%	-29%	-24%	-18%	-12%
150 - 200	-42%	-34%	-30%	-14%	-12%	-10%
200 - 250	-51%	-41%	-34%	-37%	-30%	-22%
> 250	-52%	-43%	-33%	-40%	-32%	-24%
250 - 300	-40%	-25%	-15%	-15%	-7%	1%

	40%	60%				
MLD	1;20	1;35	1;50	2;20	2;35	2;50
50 - 100	-38%	-28%	-22%	-7%	-3%	2%
100 - 150	-43%	-35%	-27%	-23%	-16%	-9%
150 - 200	-42%	-33%	-28%	-11%	-9%	-7%
200 - 250	-50%	-40%	-32%	-36%	-28%	-20%
> 250	-52%	-42%	-32%	-39%	-31%	-22%
250 - 300	-40%	-23%	-12%	-13%	-4%	4%

	30%	70%				
MLD	1;20	1;35	1;50	2;20	2;35	2;50
50 - 100	-38%	-27%	-20%	-4%	1%	6%
100 - 150	-42%	-34%	-26%	-21%	-13%	-7%
150 - 200	-42%	-32%	-27%	-9%	-7%	-4%
200 - 250	-50%	-40%	-31%	-34%	-26%	-18%
> 250	-51%	-41%	-30%	-38%	-29%	-20%
250 - 300	-40%	-21%	-10%	-11%	-1%	8%