

# **Accord interprofessionnel sur les règles d'assortiment et de détermination des quantités servies des titres CPPAP hors IPG aux points de vente**

## Cadre légal

La loi n° 2019-1063, portant réforme de la loi n° 47-585 apporte de notables changements à l'approvisionnement des diffuseurs de presse, auxquels elle confère le droit d'agir sur leur offre et sur les quantités qui leur sont livrées, dans le respect d'un droit à une distribution impartiale pour tous les

éditeurs, quelle que soit la nature de leurs journaux et publications périodiques.

Pour organiser ces droits, la loi distingue trois catégories de publications périodiques, pour lesquelles elle fixe la latitude accordée au diffuseur.

1. Elle crée un droit absolu à la distribution en faveur des journaux et publications d'information politique et générale, dans le réseau agréé, rappelant que les points de vente ne peuvent s'opposer à la diffusion d'un tel titre.
2. Elle précise qu'il appartient aux organisations professionnelles représentatives de trouver le moyen de la mise en œuvre d'un assortiment et d'un plafonnement par voie d'accord interprofessionnel, pour les publications relevant du 2° de l'article 5 de la loi n° 47-585 – affirmant qu'à défaut d'accord dans le délai imparti, il reviendra au nouveau régulateur de la filière – l'Arcep – de prendre les mesures d'autorité.
3. Elle organise la détermination des références et quantités pour les autres journaux et publications périodiques, en la soumettant à une convention entre entreprises de presse et diffuseurs, ou entre les représentants de entreprises de presse et des diffuseurs.

## Observations générales

Après une lecture attentive de ce projet d'accord, je souhaite vous faire part d'une série d'observations concernant celui-ci, dont vous trouverez ci-dessous le détail.

- Il me semble important d'avoir proposé en préambule le rappel du nouveau cadre légal devant régir notre activité de marchand de presse. Lors des débats ayant trait à la modification de la loi Bichet, il a été régulièrement évoqué que ces travaux devaient conduire à donner aux marchands de presse des capacités à agir et à participer de façon active au processus d'assortiment du point de vente afin de désencombrer les linéaires et de mettre fin à la croissance constante du taux d'invendus. Les catégories de titres définies étant l'un des points fondamentaux de ce texte pour permettre de faire enfin baisser les

volumes d'invendus , qui parasitent l'activité de la vente au numéro, en dégradant l'attractivité et la lisibilité des linéaires et en modifiant enfin des méthodes de fonctionnement d'un autre temps. Cette culture du «toujours plus» participant également à la disparition des linéaires et des lieux de vente depuis de très nombreuses années. Ces réductions d'invendus ainsi que la fin de la surproduction d'exemplaires auront également un impact écologique positif comme le demande le texte adopté.

- Les signataires et la formulation de ce document, nous propose un retour vers le passé et des pratiques qui ont conduit à la dissolution des organismes en place et au travail législatif qui a suivi.
- Cet accord souhaite, une nouvelle fois, subordonner le réseau de points de vente et ne lui offre, pour toute possibilité, que de faire croître le nombre de titres dans ses linéaires. Il ne propose aucune distinction entre les catégories de titres, comme le stipule l'article 5 de la loi, et ne propose qu'un seul et unique palmarès. Cet accord veut administrer la filière de la vente au numéro comme au siècle dernier avec les résultats que nous connaissons tous depuis bien longtemps maintenant.

### Observations détaillées

- L'article 17 en est un parfait exemple avec le retour d'un «entre-soi» ou les signataires redeviennent juges et parties et écartent l'essentiel de la filière ainsi que son autorité de tutelle. Il serait préférable que le statut des publications soit géré par un tiers tel que l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias ( A.C.P.M ) qui jouit de la confiance des professionnels de la presse pour la mesure de l'audience de celle-ci ainsi que pour la certification du dénombrement des Médias. Cet organisme étant également à même de proposer un palmarès pour les titres CPPAP. Les titres hors CPPAP devant faire l'objet d'un accord avec les marchands de presse ou la représentation choisi pour délégation.
- L'article 20 propose une validation du linéaire du point de vente par la SADP et souhaite encadrer la modification de celui-ci. Pour mémoire, le point de vente n'est ni la propriété des éditeurs ou des SADP et le commerçant l'exploitant doit être en droit de pouvoir adapter son linéaire à la nécessité qu'il estime juste pour le bon équilibre économique de ses activités et de son point de vente, cette modification ne devrait faire l'objet que d'une information des SADP.
- La jauge proposée dans cet accord va au-delà des propositions des différentes contributions traitant du sujet de l'assortiment, nous voici déjà bien loin de l'esprit de la loi. Mais cet accord offre la possibilité au marchand de presse d'augmenter encore cette jauge. L'esprit de loi étant déjà oublié à l'article 30, il est donc envisagé d'aller bien plus loin avec l'article 32.
- Ces propositions auront pour effet, quelque soit le linéaire de presse, d'augmenter de façon plus que significative le nombres de titres dans le point

de vente. Les travaux réalisés sur différentes typologies de points de vente ont tous conduit au constat suivant: à minima un titre sur cinq ne réalise aucune vente à l'année dans la situation actuelle et ce n'est pas avec les propositions répertoriées par cet accord que la situation va s'améliorer dans les lieux de vente, bien au contraire.

- L'article 25 souhaite déterminer un assortiment unilatéral sur la base d'un palmarès intégrant toutes les codifications à l'exception du para-presse et du multimédia. Une nouvelle fois nous voici bien loin de la loi et de son esprit. Mais il reste encore à intégrer dans les linéaires, la presse étrangère, la multiplication d'une même codification dont un numéro ne chasse plus l'autre ( nous retrouvons régulièrement 2,3 voir 5 numéros qui occupent le linéaires en utilisant toutes les possibilités offertes à l'amont de la filière entre n°S, n° HS etc etc ..... A ce nombre de titres déjà conséquent, il faut également ajouter les titres nationaux qui après la déconfiture de Presstalis ont fait le choix de se faire distribuer par les groupes de la presse régionale. Ces titres passant entre les mailles du filet et des accords par la même occasion. Pour exemple Voiles et Voiliers ou Le Chasse Marée qui font l'objet dans notre région d'une distribution par le biais du groupe Ouest-France. Ces titres mensuels restant aujourd'hui régulièrement deux mois ou plus dans nos linéaires. La règle d'un titre chasse l'autre, édicté par la filière il y a de très nombreuses années, étant également largement dévoyé pour les titres distribués par les SADP. L'ensemble de ces comportements ayant également une incidence sur le palmarès des ventes qui doit servir de référence pour l'assortiment des titres CPPAP.
- L'article 34 est également un bon exemple de subordination du marchand de presse en proposant 100% de l'offre prévue pour les linéaires supérieurs à 100 MLD. Ce ratio ne doit en aucun cas excéder 70% et ainsi donner la possibilité au marchand de presse d'exercer son droit comme il est défini dans la loi.
- L'article 36 est également l'occasion de contourner l'esprit de la loi. Si les éditeurs disposent d'un droit de première présentation, ce droit ne doit pas être au détriment du marchand qui doit pouvoir refuser ce nouveau titre après un maximum de 3 numéros et dans tous les cas sur une période n'excédant pas six mois.
- De l'article 44 au 50, cet ensemble nous propose la renaissance du CSMP ( pourtant dissolu avant le travail législatif ) et par la même occasion, le droit d'évincer l'autorité de régulation pour un nouveau retour aux pratiques du siècle dernier. Il semble que l'ARCEP et les commissions déjà existantes sont à même de pouvoir régler et statuer sur les conditions de fonctionnement de l'assortiment et du plafonnement.
- L'article 51 propose une phase d'expérimentation pouvant atteindre 12 mois après validation, il me semble qu'après les 24 mois qui se sont écoulés depuis le travail législatif, une expérimentation d'un maximum de 3 mois serait amplement suffisante.

## Conclusions

Ce texte ne respecte en rien l'esprit de la loi et maintient le marchand de presse dans un rôle de spectateur de son activité. Les choix proposés nous éloignent encore un peu plus des codes et pratiques du commerce de ce siècle. L'ensemble des activités et filières commerciales étant toujours à la recherche d'une plus grande lisibilité de l'offre et d'une simplification de sa lecture par le consommateur afin d'améliorer les ventes et notamment l'achat d'impulsion.

Cette proposition d'accord, tourne clairement le dos à l'esprit de la loi et même à la loi en n'offrant pour seule possibilité au marchand de presse, celle de rendre son linéaire inutilement surchargé et illisible. Il ne respecte aucunement la loi pour les pratiques concernant le hors CPPAP et cet accord n'est juste que le maintien de la filière dans des pratiques du passé. Il n'offre aucun avenir à la filière de la vente au numéro et privera à terme les citoyens d'un accès à la presse écrite dans les lieux de vente.

Il pourrait être envisager de proposer un minima de titres par mètre linéaire, ( 9-10 titres/m) et que cette partie s'appuie sur un classement des meilleures ventes de la presse nationale, régionale et locale afin de répondre au besoin de diversité de la presse dans les linéaires. Mais il serait opportun, comme le suggère la loi n° 2019-1063 , de donner de réelles possibilités à chacun d'entre nous de pouvoir agir sur son offre et d'être acteur de cette activité. J'appelle donc une nouvelle fois l'Arcep à agir et à prendre les mesures nécessaires pour que les textes régissant l'assortiment et le plafonnement soient conformes à la loi et à son esprit et à ne pas valider un accord qui ne respecte pas la loi.