

CONSULTATION PUBLIQUE ARCEP

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)

Réponse de l'Alliance de la Presse

Préambule :

Cette contribution vient compléter le projet d'accord interprofessionnel sur l'assortiment que signe l'Alliance.

En préambule il nous semble important que ce dispositif s'applique à l'ensemble des publications de presse hors IPG et hors quotidiens, qui doivent être soumises aux mêmes règles d'assortiment et de de régulation des quantités.

Enfin étant donné le contexte d'attrition de la vente au numéro et de la difficulté rencontrée par les éditeurs en cette période, il nous semble important que ce système de régulation soit souple et observe des adaptations lors d'événements majeurs, lors des mouvements saisonniers ou de la sortie de numéros spéciaux ou hors séries qui sont difficilement alignables sur des quantités 'établies' précédemment.

Il nous semble indispensable que ce dispositif se mette en place dès lors

- que les outils informatiques et systèmes d'information des sociétés de distribution de presse soient efficaces et uniques,
- que les réassorts sont possible via la digitalisation des points de vente
- qu'une analyse puisse être menée sur les impacts de ces mesures sur les ventes des publications et les CA des diffuseurs et que des ajustements puissent être pris si nécessaire

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 ?

Il semble opportun de mettre en place une règle de détermination des quantités de la totalité des titres CPPAP hors IPG et hors CPPAP.

Le principe de plafond basé sur une moyenne de vente du titre nous semble cohérent dès lors que le comportement de vente du point de vente et/ou du titre est régulier.

En revanche, ce principe doit être assoupli lors de comportement de vente atypique (tendance saisonnière d'un PDV, travaux de modernisation du PDV, numéro spéciaux, événements majeurs...) et une tolérance doit être observée.

L'Alliance se rapproche du travail élaboré par les syndicats de la presse magazine et de la presse spécialisée (SEPM et FNPS) éminemment concernée par ce sujet pour préciser les points suivants :

- Dans le cas des comportements de vente réguliers, l'historique de vente à considérer doit être constitué sur une base de 12 mois glissants permettant ainsi d'écarter tout atypisme de vente du diffuseur (travaux, aléa de distribution, etc.).
- L'ajout d'un complément issu de l'analyse des parutions à faibles ventes et celles à fortes ventes est nécessaire dès lors qu'est retenue l'option la plus élevée des deux pour tenir compte des variations de ventes intervenant sur un titre au long des 12 mois de sa distribution.

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 ?

Nous nous référons à la position de la réponse SEPM/FNPS sur ce point.

Compte tenu de la fourchette potentielle des moyennes de vente, il nous paraît indispensable que deux approches de compléments soient introduites. Nous pensons que ceux proposés sont opportuns.

Nous attirons néanmoins l'attention sur la cohérence nécessaire avec le principe de cessation automatique de livraison (mise à zéro) évoqué dans la consultation sur l'assortiment. Ainsi, un point de vente ne saurait supporter une situation où il continuerait à recevoir, en application de la grille proposée, des publications non vendeuses dans la séquence du nombre de parutions propre à chaque périodicité.

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 ?

Nous nous référons à la position de la réponse SEPM/FNPS sur ce point.

Nous sommes favorables à la détermination d'un couple de paramètres par défaut mais nous ne pensons pas qu'un ajustement du couple de paramètres puisse répondre aux besoins du diffuseurs tout en garantissant une certaine flexibilité commerciale à l'éditeur.

En effet :

- La modification du couple ne doit pas amener à un plafonnement trop « serré » qui induirait davantage de pertes de ventes pour les éditeurs (cf. Annexe 2) et serait une limite à la politique commerciale des éditeurs.
- La complexité des systèmes d'informations sur la gestion des quantités entre les éditeurs, SADP et dépositaires de presse rendrait ingérable en pratique l'application de paramètres différenciés en fonction des points de vente ou de la période pour un point de vente donné.

A partir de ce constat, nous proposons plutôt que les diffuseurs puissent décider d'une levée du plafonnement de leur point de vente pour permettre de tenir compte de leurs variations de ventes dues à la saisonnalité, à l'environnement commercial du point de vente ou à l'historique de vente (pour tenir compte d'un nouvel environnement physique par exemple).

Nous attirons toutefois l'attention sur le fait qu'il ne faut pas que cette levée du plafonnement soit un statut par défaut et que le diffuseur ait à opter pour le plafonnement.

Question n° 4

Que pensez-vous de choisir par défaut le couple [2 ; 50 %] ?

Il est important de noter qu'à ce jour aucun système de réassort n'est suffisamment efficace pour les hebdomadaires et que cet élément est important pour prendre en compte la limitation des quantités sur un point de vente.

Selon les analyses réalisées dans la réponse SEPM/FNPS le couple [2/50%] semble représenter une alternative plus supportable tant sur la perte de ventes que de sur le taux d'invendus. L'application de ce couple sur la base d'une moyenne de ventes permet d'atteindre l'objectif vertueux de diminuer les invendus en dégradant de manière plus contenue les ventes.

Sur les points de vente qui connaissent des écarts types importants de ventes et des comportements irréguliers (saisonnalité, lieux de passage tels que gares et aéroports) il convient de pouvoir lever le plafonnement à la demande.

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 ?

Nous sommes d'accord pour exclure du dispositif les nouveaux points de vente, les réouvertures après travaux ou longue inactivité et les cas spécifiques (changement de configuration de l'environnement du point de vente).

Les titres en lancement seront également non concernés

Les règles de plafonnement ne sauraient être appliquées avant la reconstitution d'un historique de 12 mois.

Par ailleurs il est à prévoir des périodes de neutralisation en cas de période atypique (exemple : confinement, greve, cessation d'activité d'un intermédiaire – messagerie – dépositaire ..)

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 ?

Nous nous référons à la réponse SEPM/FNPS sur ce point en considérant les différents types de saisonniers :

- Les diffuseurs actifs ouverts toute l'année et à tendance saisonnière ;
- Les diffuseurs purement saisonniers qui ne sont ouverts que pendant la saison hivernale et/ou estivale (dans ce cas souvent d'avril à octobre).

Question n° 7

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

Il convient en effet que les quotidiens non IPG soient exempts de plafond étant donné leur référence à l'actualité hippique et sportive notamment.

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 ?

Le mécanisme de déplafonnement pour les parutions traitant d'événements exceptionnels est indispensable. Nous sommes favorables à une disposition particulière pour gérer ce cas de figure.

Nous nous référons à la réponse SEPM/FNPS sur ce point.

Question n° 9

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

Un mécanisme de déplafonnement pour les numéros spéciaux et les numéros hors-séries serait indispensable. Nous sommes favorables à une disposition particulière pour gérer ce cas de figure.

Par ailleurs de type de parutions nécessite que les systèmes d'information (portail diffuseurs dont les données remontent vers les SI des SADP, systèmes de réglage des éditeurs, système de réassort automatique ou poussé à la suite d'une demande des diffuseurs) soient opérationnels au moment de la mise en œuvre de ces dispositions.

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 ?

Pour que le plafonnement des quantités fonctionne correctement et ne dégrade pas les chiffres d'affaires des diffuseurs comme les ventes des éditeurs, il est indispensable de disposer d'un portail diffuseur efficace et d'un système de réassort fonctionnel. Ces systèmes doivent être interfacés en direct avec les systèmes de gestion des quantités mis à disposition des éditeurs pour assurer les opérations de réglage avec la fluidité nécessaire.

La mise en place de ces outils doit s'accompagner de la formation des intervenants du diffuseur à l'éditeur. Des outils de formation et de simulation en ligne doivent être inclus afin de pouvoir maîtriser les systèmes et pouvoir calculer les effets des décisions prises.

La digitalisation de tous les points de vente est un préalable au bon fonctionnement de cette régulation.

Par ailleurs un suivi de ce dispositif doit permettre une réactivité immédiate en cas d'impacts négatifs forts sur les ventes d'un diffuseur ou d'un éditeur.