



Culture Presse

Union des commerçants des loisirs et de la presse

Régulation des quantités des titres CPPAP hors IPG Contribution – juin 2021

Seule Organisation professionnelle représentative, fédérant les Marchands de presse au plan national, au sens du droit du travail, Culture Presse a vocation à représenter l'ensemble des spécialistes indépendants. Forte de plus de 40 ans d'existence ; de ses milliers d'adhérents et de ses représentants de terrain, elle est l'interlocuteur historique des pouvoirs publics et des acteurs de la filière, avec lesquels elle a contribué à construire le statut et l'économie de ces commerçants indépendants – maillon essentiel du lien social et de la diffusion de la presse partout en France.

Conformément aux dispositions de la loi n° 2019-1063 réformant la loi 47-585, dite loi Bichet, l'Arcep a lancé un appel à contribution pour l'éclairer sur la régulation des quantités des titres CPPAP – y compris ceux qui ne se voient pas dotés d'un droit de présence dans le linéaire d'un marchand par le biais de l'assortiment. Culture Presse a évidemment souhaité apporter sa contribution à la réflexion, même si notre OPR rappelle qu'elle discute déjà avec les autres OPR et les SADP afin de mettre en œuvre une régulation des quantités pour les titres relevant du 2° de l'article 5 de la loi. Les propositions formulées par l'Arcep ont toutefois alimenté ces discussions en données objectives comme en hypothèses de travail, retardant d'autant la conclusion d'un accord interprofessionnel sur le sujet, dans les termes prévus par la loi – alors que l'autre volet de l'accord interprofessionnel, relatif à l'assortiment des titres relevant du 2° de l'article 5 est lui, désormais abouti.

En tout état de cause, Culture Presse a souhaité rédiger sa propre contribution, indépendamment de celle des autres signataires de l'accord interprofessionnel précité. Toutefois, notre OPR souligne qu'elle n'a cessé de travailler étroitement avec les éditeurs regroupés dans leurs organisations professionnelles représentatives et avec le Syndicat national des dépositaires de presse (SNDP) – échangeant les points de vue et partageant largement les données chiffrées disponibles de part et d'autre, qui nous ont permis de forger nos convictions en la matière. De fait, nous relevons que de

nombreuses convergences se sont révélées au cours de ces échanges et que nous nous retrouvons très largement autour de principes communs.

Au-delà du périmètre de la présente contribution – et partant, du périmètre de l'accord qui sera finalisé conformément à la loi – notre organisation professionnelle représentative tient à rappeler qu'aucun dispositif efficace de plafonnement des quantités des titres du 2° de l'article 5 ne saurait être totalement efficace sans que soit mis en œuvre concomitamment un accord interprofessionnels pour réguler les quantités des titres relevant du 3° de l'article 5 et du hors-presse livré par les messageries. Il en va naturellement du respect de l'esprit de la loi – matérialisé par les catégories de son article 5 – et donc de l'équité entre éditeurs. Il serait en effet paradoxal que les éditeurs qui ont obtenu pour leurs titres la reconnaissance d'un statut spécifique après instruction par la CPPAP se voient confrontés à des contraintes que ne connaîtraient pas les titres relevant du 3° de l'article 5 – qui se retrouveraient alors seuls à bénéficier de dispositions dérogatoires au droit commercial commun.

A nos yeux, il est encore plus important de relever qu'il en va de la possibilité – pour un marchand donné – d'exercer réellement les droits que lui confère désormais la loi. Il ne faut pas négliger en effet, le poids au quotidien des livraisons et le travail logistique qui en résulte, qui rendront matériellement difficile l'exercice de ce droit. Seule la régulation et l'encadrement seront à même de permettre au marchand un exercice serein et une action marginale.

Culture presse souhaite également souligner combien il est important de ne pas oublier que tout mécanisme de régulation des quantités doit s'accompagner d'un dispositif permettant la mise à zéro des titres non-vendeurs, demandée ou validée par le marchand, empêchant le retour du titre non vendu sauf accord préalable du marchand concerné.

Par souci de simplification, Culture presse a choisi de structurer sa contribution autour des questions posées par l'Arcep dans son appel à consultation et d'y répondre dans l'ordre.

Question 1 – Principe général proposé

Que pensez-vous du principe de mettre en place une règle de détermination des quantités de titres CPPAP hors IPG servies au point de vente 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 ?

1. Culture Presse a porté un dispositif de régulation des quantités dès la tenue des États généraux de la presse écrite, dont les travaux se sont déroulés de septembre 2008 à janvier 2009. Notre organisation professionnelle reste évidemment en attente d'une telle mesure, qui est attendue par ses mandants.
2. Comme nous l'avons évoqué dans le préambule de la présente contribution Culture Presse tient à insister sur le fait qu'il n'est pas raisonnable de ne réguler que les quantités des titres relevant du 2° de l'article 5 – en excluant la moitié des titres fournis d'une régulation identique. Ainsi, la profession devra s'emparer de cette question afin de rendre efficace l'ensemble de l'approvisionnement des points de vente. C'est à nos yeux un complément indispensable.
3. Afin d'éviter toute ambiguïté, même à ce stade, notre OPR affirme sa conviction que la régulation des quantités doit s'appliquer à la codification – et non au titre ; notion trop floue pour être totalement efficace sur le plan technique.
4. Le principe général de la méthode, tel qu'il est présenté dans l'appel à contribution, nous semble intéressant. On peut toujours regretter que des données prévisionnelles ne soient pas disponibles pour assurer le réglage mais, force est de constater que la seule donnée disponible est l'historique des ventes au point de vente – qui doit donc servir de fondation à cette régulation des quantités.

Question 2 – formule proposée

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

5. La formule de détermination du plafond, tel que précisé dans la disposition envisagée nous convient. Elle semble à priori pouvoir remplir le double objectif de diminuer les volumes d'invendus tout en limitant le risque de rupture à la vente – et au final, l'impact éventuel sur le volume d'affaires des marchands.

Questions 3 et 4 – couple de paramètres

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 ?

6. Culture Presse voit d'un bon œil cette proposition de détermination d'un couple de paramètres tel que proposé par l'Arcep.
7. Une solution consistant à permettre au diffuseur d'obtenir – pour son point de vente – un ajustement à ses spécificités apparaît également souhaitable. A minima, elle permettra de tenir compte d'un changement de la situation de concurrence sur une zone de chalandise donnée, ou de s'adapter aux conditions de la fermeture du point de vente – ou du maintien partiel de son activité – pendant une période de modernisation par exemple.
8. En tout état de cause, le calibrage par défaut sur le couple de paramètres nous apparaît souhaitable, comme l'expression d'une demande formelle émanant bien du marchand lui-même pour toute adaptation. Un tel couple doit en effet être appliqué à tous les points de vente sans distinction.

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

9. Après avoir procédé à de nombreuses simulations, sur un panel de titres variés dans plusieurs points de vente, Culture Presse approuve cette fixation du curseur par défaut sur le couple (2 ; 50%) qui permet de mesurer un effet sur les invendus, tout en limitant le risque de rupture entraînant de facto une baisse du volume d'affaires sur lequel le marchand de presse est commissionné.

Question 5 – absence d'historique

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 ?

10. D'évidence, la question des codifications sans historique dans le point de vente est extrêmement difficile à adresser, car il s'agit alors de tenter de réguler l'inconnu. Il n'en demeure pas moins que la problématique mérite une solution.
11. La proposition exprimée par l'Arcep constitue une approche intéressante. Ainsi, l'autorité de régulation nous propose-t-elle de constituer des historiques plus courts que la période de référence universelle de 12 mois de ventes, en nous fondant sur les suites de parutions par périodicité qui permettent de fonder un droit d'accès temporaire pour les titres nouvellement

agréés CPPAP. Il y a là une cohérence avec le droit d'accès et une recherche objective de solution.

12. En revanche, force est de constater que la mesure proposée n'apporte pas tout à fait une réponse à la problématique posée. En effet, les ventes ne seraient connues qu'après relève de l'inventu d'une parution donnée, alors que la parution suivante a déjà été mise en distribution. Il faudrait pouvoir adapter la fourniture à chaque fois que les invendus sont reconnus, afin d'accélérer l'adaptation aux besoins.
13. On peut en tout état de cause se demander si une autre proposition ne mériterait pas d'être explorée. Comme par exemple, une quantité déterminée par rapport aux ventes moyennes des codifications relevant du même univers de titres, de même périodicité, vendus dans le point de vente. Il va de soi qu'il conviendrait alors de fixer un coefficient multiplicateur pour tenir compte de l'effet lancement. En l'état actuel du système d'information, on peut toutefois craindre que cette hypothèse ne se révèle pas réalisable au grain du point de vente.
14. A défaut, peut-être pourrait-on envisager de se caler sur une formule intégrant la vente moyenne dans la même catégorie de points de vente des titres du même univers et de même périodicité pour fixer un plafond temporaire. Cette proposition ne pourrait alors fonctionner qu'accompagnée d'un service performant de réassort automatique pour les 3 ou 4 premiers numéros, fondé sur les remontées de caisse.
15. En attendant que les outils permettent de régler cette question, Culture Presse se range à la proposition faite, soulignant toutefois qu'elle est imparfaite – et demande que chaque marchand puisse réagir lorsque les quantités de ces titres se révèlent manifestement excessives dans son point de vente, en s'appuyant sur les données objectives issues de son outil de gestion. Et que le plafonnement soit affiné après chaque relève d'invendus.
16. Il va de soi que lorsque se posera une question de même nature pour les titres hors CPPAP, il convient que le marchand puisse fixer son service dans le cadre d'un dialogue commercial, lorsque viendra le moment, pour lui, d'accepter ou non l'implantation du titre.

S'agissant du cas spécifique des nouveaux points de vente...

17. En cas de création de point de vente, par définition, aucun historique de vente représentatif des réalités et potentiels dudit point de vente ne peut être disponible. Il apparaît donc souhaitable que ce point de vente ne subisse pas de plafonnement. De même, d'ailleurs, qu'il doit pouvoir tester tous les titres, avec une capacité à refuser seulement les titres hors CPPAP pour lesquels il dispose d'une faculté de choix.
18. La question de la période pendant laquelle le plafonnement des quantités serait débrayée est un peu plus compliquée. A la fois, elle doit être assez longue pour que les potentiels se révèlent, et en même temps il convient d'éviter qu'un nouveau marchand ne se décourage face à des quantités totalement inadaptées.
19. A nos yeux, il conviendrait peut-être de fixer une période minimale, de 6 mois par exemple, suivie d'une période d'égale durée, pendant laquelle le marchand pourrait décider lui-même de maintenir un déplafonnement – dans le cadre d'un dialogue commercial avec son dépositaire. Une telle prolongation ne devrait pas conduire, en tout état de cause à une période de lancement supérieure – au total – à un an.

Questions 6 - saisonnalité

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 sur la base des ventes constatées au cours des mois M-1 et M+1 de l'année précédente ?

20. D'évidence, le plafonnement des quantités doit s'appliquer de manière universelle et par défaut. Il nous faut toutefois adresser la question de la saisonnalité, au risque de ne pas répondre aux besoins des marchands comme à ceux des éditeurs.
21. Cette notion de saisonnalité recouvre, de fait, deux réalités différentes. D'une part, il s'agit de tenir compte du cas d'un point de vente dont les ventes sont significativement plus importantes pendant une ou plusieurs périodes de l'année. On parlera ici de point de vente saisonnier (ouvert seulement en saison) ou de point de vente « à caractère saisonnier » - soit ouvert toute l'année mais connaissant des pics importants d'activité. D'un autre côté, nous constatons également l'existence de titres dont la vente présente un caractère saisonnier.
22. Sur la saisonnalité du point de vente, tout d'abord, on distinguera le cas du point de vente saisonnier. Celui-ci n'est ouvert que pendant une période donnée de l'année, ou pendant plusieurs périodes données. On pense notamment aux saisonniers des stations de montagne, souvent ouverts de novembre ou décembre à mars. Certains de ces derniers connaissent également une saison dite d'été. Pour ces points de vente, il apparaît tout à fait envisageable de substituer des statistiques établies sur la seule saison à celles qui porteraient sur 12 mois. Chaque saison serait alors traitée spécifiquement.
23. La question du point de vente « à caractère saisonnier » est évidemment plus complexe, car ce point de vente doit pouvoir saisir l'opportunité constituée par un pic temporaire de ventes sans qu'un plafonnement établi sur la période moyenne vienne créer de la rupture. Or, la saisonnalité se mesure très différemment selon les points de vente, leur nature et leur positionnement géographique... et chaque cas est différent. La ou les périodes de forte saisonnalité sont différentes selon les régions, et dépendantes pour partie d'un calendrier scolaire mouvant d'une année sur l'autre.
24. Il est par ailleurs complexe de déterminer à partir de quel moment un point de vente devient à caractère saisonnier : à partir de quelle évolution des ventes par rapport à la moyenne ? calculée sur quelle période ? Cette question risque de constituer un objet de débat permanent entre éditeurs et marchands.
25. Face à une telle difficulté, nous proposons donc d'adopter une mesure simple, grâce à laquelle tout point de vente pourrait déclarer lui-même en responsabilité ses périodes de saisonnalité sur le portail mis à disposition par les SADP, en indiquant une date de début et de fin à chacune des périodes qu'il identifie. Ceci, avec un préavis suffisant. Pendant cette période, le plafonnement des quantités dans son point de vente pourrait être suspendu pour tous les titres CPPAP hors IPG. Il va de soi qu'en pareil cas la profession devrait s'engager à pratiquer la livraison fractionnée, afin d'éviter un encombrement important dès le premier jour de mise en vente.
26. Enfin, se pose la question de titres à forte saisonnalité. Pour ceux-là, une dérogation justifiée par les statistiques de vente pourrait être sollicitée conjointement auprès de la SADP (ou de l'OPR des dépositaires par délégation) et des représentants des marchands. Par défaut, l'OPR des marchands pourrait instruire cette demande – une faculté restant malgré tout ouverte à tout point de vente qui demanderait un retour partiel.

Question 7 – les quotidiens CPPAP hors IPG

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

27. L'approvisionnement des quotidiens, qu'ils soient IPG ou non ne pose pas de questions pour les marchands. En tout cas, aucun marchand professionnel ne s'est jamais plaint de recevoir une quantité abusive de quotidiens. Leur durée de vie très courte amplifie, du reste, ce ressenti. Dès lors, notre Organisation professionnelle a toujours estimé que le plafonnement de ces titres ne s'imposait pas.
28. On ajoutera que leur cycle de vie très court, comme leur dépendance à l'actualité rendrait de toute façon illusoire toute tentative de régulation des quantités sans impact sur les ventes – et au final sur la fréquentation des points de vente.

Question 8 – parutions exceptionnelles

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

29. L'existence de parutions exceptionnelles ou de « marronniers » est un phénomène bien connu des professionnels de la presse au numéro. D'évidence, il convient de pouvoir profiter pleinement de ces opportunités de vente, sans que l'application d'un potentiel moyenné ne vienne écrêter les fournis.
30. Nous estimons que le plus simple est alors de se référer à une parution homologue, parmi celles qui ont été publiées au cours des 12 derniers mois. Parce qu'il est parfois difficile de s'y retrouver, et parce que le contrôle en est complexe, notre OPR propose que l'éditeur choisisse librement sa parution homologue, à condition d'en informer sa SADP et les marchands eux-mêmes et qu'il établisse son réglage sur cette base. Il va de soi qu'une même parution ne pourra pas être utilisée deux fois en tant que « parution homologue » et les outils devront empêcher mécaniquement que se produise une situation pareille.
Dans tous les cas, il peut arriver qu'un événement exceptionnel intervienne alors qu'il s'est écoulé plus d'un an depuis une situation de même nature. Dans ce cas, un déplafonnement serait possible sur dérogation argumentée, accordée conjointement par la SADP concernée et l'organisation professionnelle représentative des marchands.
A défaut, un déplafonnement complet de cette parution pourrait en effet être envisagé. Mais cette mesure est plus susceptible de favoriser des abus que celle qui conduirait à retenir la « parution homologue ».
31. Évidemment, notre OPR est par ailleurs favorable à ce que l'éditeur qui anticipe une vente exceptionnelle se voie contraint à anticiper également une possibilité du recours au réassort – dans les conditions proposées par l'Arcep. De même sommes-nous tout en fait en phase avec la faculté de retour anticipé pour le marchand.
32. Nous saisissons l'occasion qui nous est donnée ici pour réaffirmer que la promotion du titre ne doit pas constituer un motif de déplafonnement automatique. Nous sommes évidemment convaincus qu'une promotion a un effet sur les ventes, et donc que la présence de la parution en quantité suffisante pour saisir cette opportunité se justifie. Notre opposition va à un éventuel mécanisme de déplafonnement automatisé. L'expérience passée nous a en effet instruit qu'il y a là une porte ouverte à tous les abus. Du reste, qu'est-ce qu'une promotion ? qui la contrôle ? qui assume la responsabilité des abus ? Une parution ne doit donc pas être

considérée comme exceptionnelle au seul motif d'une promotion, et il ne devrait pas y avoir de mécanisme de déplafonnement de ce fait, mais il faut laisser le marchand concerné par cette promotion organiser un déplafonnement de ladite parution, dans son intérêt.

Question 9 – hors-série et spéciaux

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

33. La disposition proposée pour les hors-série nous convient. D'autant plus que nous estimons que l'ensemble des mesures de régulation des quantités doit s'appliquer à la codification. Il appartiendra donc aux éditeurs de publier leurs hors-série sur une codification spécifique – voire de regrouper plusieurs hors-séries sur une même codification avec sagacité.
34. En tout cas, il apparaît clairement que le calcul de plafond fondé sur les seules ventes des hors-série du titre, à l'exception des numéros réguliers constitue la bonne réponse.
35. Concernant les parutions spéciales, qui le sont par la durée de vente, ou le prix, celles-ci ne sont pas identifiées par une codification spécifique mais s'inscrivent dans la régularité des parutions, sur la codification de base. Une parution S relève de la vente la parution précédente, mais n'est pas relevée par la parution suivante et elle peut rester en vente jusqu'à 56 jours. Il ne nous apparaîtrait donc pas scandaleux que cette parution soit soumise à une règle de plafonnement semblable à celle des numéros normaux de la codification. En cas de vente additionnelle, l'éditeur devrait pouvoir profiter d'un complément de mise en vente, ou répondre favorablement aux demandes de réassort émanant des marchands.

Questions 10 et 11 – Autres cas particuliers ou commentaires

Notre organisation professionnelle considère que le système mis en œuvre pour réguler les quantités des titres CPPAP hors IPG doit rester simple dans son principe. Ainsi, en adoptant une règle d'application universelle, puis en corrigeant les seules questions de la saisonnalité et de la parution forte, nous estimons que la réponse à la question posée est suffisante. Cela va sans dire, mais Culture Presse estime qu'un mécanisme équivalent, automatisé, doit être mis en œuvre pour les titres non CPPAP, à partir duquel le marchand pourra ensuite prendre personnellement ses décisions et apporter les correctifs qu'il jugera utile.