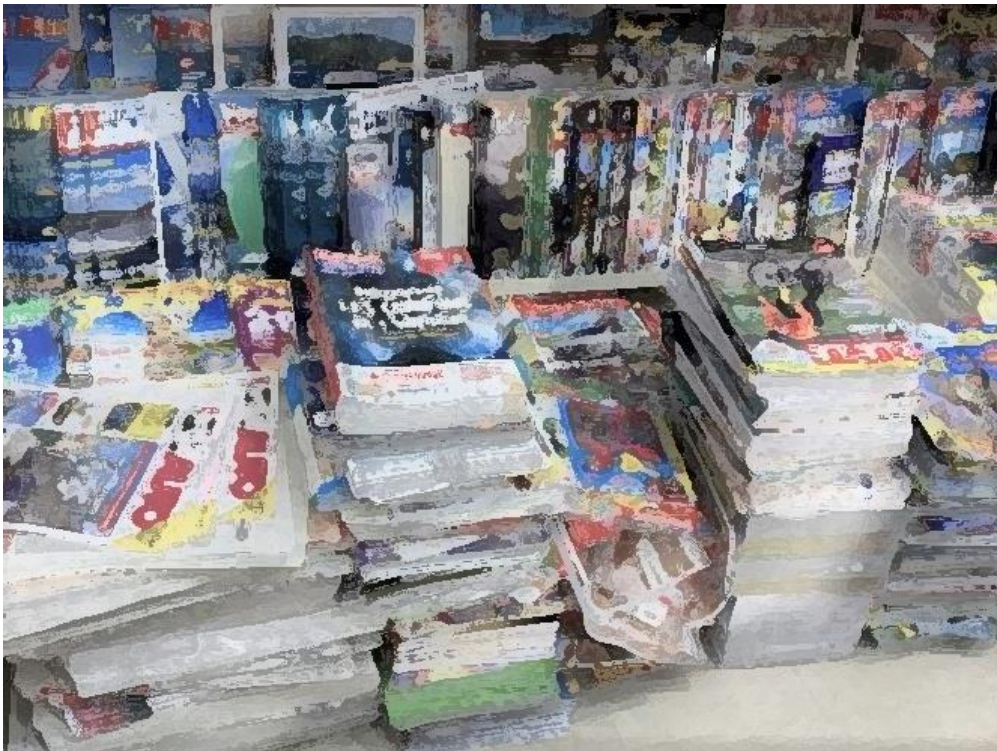




**Contribution à la consultation publique
sur règles de détermination des quantités
servies aux points de vente des titres CPPAP
hors IPG prises en application du 5° de
l'article 18 de la loi n° 47-585 modifiée (dite loi Bichet)**



2 juin 2021

Table des matières

Sur le principe.....	2
Sur la formule.....	3
Sur la définition des paramètres	3
Sur le choix des paramètres	3
Sur les cas particuliers	8
Sur les saisonniers	9
Sur les quotidiens CPPAP hors IPG	9
Sur le traitement des événements exceptionnels	9
Sur les Hors-séries et les Spéciaux	10
Sur les autres cas particuliers	11
Autres remarques	11

4 Présentation des règles de détermination des quantités de titres CPPAP hors IPG 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

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 ?

L'AADP est entièrement favorable à ce principe bénéfique pour tous :

- Les consommateurs gagneront en lisibilité et en service.
- Les marchands seront moins sollicités par l'improductif
- Les éditeurs réduiront leurs dépenses de production et distribution

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

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).

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 ?

- a) L'uniformité de la méthode de calcul pour toutes les périodicités nous paraît simplificatrice sans être discriminante. Nous soutenons cette proposition.
- b) Nous nous interrogeons sur l'utilité d'introduire ici la notion de codification qui caractérise les titres de manière unique.

Détermination des paramètres *Nombre_Complémentaire_Faibles_Ventes* et *Pourcentage_Complémentaire_Fortes_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 ?

- a) La détermination de ce couple de paramètres est une très bonne suggestion, sous réserve de choisir les bons paramètres selon les caractéristiques des points de vente. Nous suggérons que le couple de paramètres soit lié à la taille du linéaire qui définit le type d'offre. L'importance de la part des titres à faible vente augmente avec la taille du rayon.
- b) L'application des paramètres choisis par le diffuseur nous paraît plus appropriée qu'une « demande d'ajustement ».

Question n° 4

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

- a) **L'AADP n'est pas favorable à ce choix par défaut.**

La réalité se situera très certainement entre l'écèlement et l'ajustement. L'écèlement est une solution pragmatique offrant un maximum d'efficacité mais, les croyances et les intérêts, qui ont conduit jusqu'ici à empêcher cette rationalisation, orienteront vers l'ajustement nettement moins favorable. Les grands éditeurs, qui maîtrisent leurs taux de réassort, adopteront naturellement l'écèlement mais ils sont très minoritaires en nombre de titres. Le risque de voir beaucoup d'éditeurs influençables s'orienter vers l'ajustement est grand. Or dans l'hypothèse de l'ajustement avec le couple de paramètres proposé, plus de la moitié des points de vente verraient leur taux d'inventures augmenter : Un quart des points de vente subirait une augmentation de 20 à 30% !

Ce n'est pas conforme à l'objectif visé de réduction des invendus des points de vente, même si cela répond à un objectif de réduction des invendus de la filière. Bien sûr des actions correctives sont possibles dans le temps. Mais compte tenu de la vitesse de réduction du réseau, nous pensons qu'il n'est pas raisonnable de prendre le risque d'un défaut d'efficacité immédiate.

La filière a trop attendu pour prendre les décisions de sauvegarde du réseau et celui-ci, en se détruisant rapidement, réduit le marché. C'est une spirale dont il faut sortir au plus vite. Chaque point de vente qui ferme met fin à 65% des ventes qu'il réalisait. Seulement 35% de ses ventes sont reportées sur les points de vente voisins. Près de 600 fermetures officielles en 2019 et 1060 en 2020 devraient convaincre de la nécessité d'une action efficace immédiatement. Le choix des paramètres est pour cela prépondérant. Le couple (2 ; 50%) ne nous semble pas répondre à l'exigence, sauf pour quelques points de vente en nombre minoritaire.

b) L'effet du choix du couple de paramètres diffère suivant la taille des points de vente.

Quelle que soit la solution (écrêtage ou ajustement) l'influence sur la baisse du taux d'invendus augmente avec la taille du linéaire. Seuls échappent à cette règle quelques points de vente : les plus influents. Les plus grands (250 à 300 mld) naturellement, et quelques rares autres suivant de près leurs stocks et suffisamment dynamiques pour éviter d'être surchargés inutilement.

Mais pour la très grande majorité (95%) des points de vente, plus le linéaire est important plus l'effet de la réduction des quantités est une mesure efficace en termes de diminution du taux d'invendus. Et c'est très logique. Les linéaires les plus petits sont remplis avec les titres les plus vendeurs. Plus le linéaire grandit plus l'offre est élargie avec des titres dont le niveau de vente est moindre. Et donc, plus le linéaire est important plus le taux d'invendus est important*, donc plus il est susceptible d'être réduit de manière importante.

** sauf à ce que le gestionnaire du point de vente soit en capacité d'agir en marchand (gestionnaire actif) et non pas en diffuseur (passif). Mais la filière a, jusqu'aujourd'hui, souhaité conserver les points de vente dans un rôle passif pour éviter toute perte d'indépendance des acteurs en amont.*

c) Arbitrage entre le besoin de faire appel au réassort et la baisse des taux d'invendus.

Le choix des deux paramètres conditionne :

- La baisse des invendus mesurée par la réduction de taux, et
- Le besoin de réassort.

Plus on augmente les fournis initiaux moins on fait appel au réassort, et inversement.

Comparer le coût du réassort par rapport aux économies générées par la baisse du taux d'invendus nous paraît donc être une approche nécessaire. Il convient toutefois de prendre en considération la notion de possibilité de réassort, conditionnée par le délai de réassort et la périodicité du titre. S'il est en effet évident que nous aurons toujours la possibilité de réassortir un mensuel, ce n'est pas vrai pour les hebdomadaires, ou tout au moins, pas toujours durant leur cycle de vente.

Ainsi donc il nous faut nous assurer :

- Du délai de réassort : si les logisticiens servant les pharmaciens sont capables de livrer 3 fois par jour, nous devrions bien être capables de livrer une fois par jour, en même temps que la livraison quotidienne. Cette solution évidente évite des coûts inutiles.
- Du coût du réassort : celui-ci sera très réduit si l'on s'en tient à cette livraison couplée avec la livraison journalière.

Les éditeurs n'auront pas besoin de lancer des retirages. Ils continueront à produire le nombre d'exemplaires qu'ils souhaitent. Seule leur distribution sera différente. Une partie moindre sera livrée lors de la mise en place. Un stockage doit être mis en place, chez les logisticiens chargés de gérer le réassort. L'automatisation du réassort, suivant un algorithme à définir d'un commun accord entre acteurs, supprimera le risque de manquer des ventes.

Ainsi, si la mise en place du réassort entraîne un coût de stockage, une croissance du nombre de réassort n'a qu'un impact très limité en termes de coûts. L'appel au réassort reste d'ailleurs dans tous les cas très modéré. Il n'atteindrait au maximum que 5.9% et pour un nombre de magasins inférieur à 10% du réseau (linéaires entre 150 et 200 mld).

MLD	1;20%	1;35%	1;50%	2;20%	2;35%	2;50%
50 - 100	3,3%	2,3%	1,7%	1,8%	1,2%	0,9%
100 - 150	4,2%	3,0%	2,2%	3,0%	2,1%	1,5%
150 - 200	5,9%	5,0%	4,1%	3,9%	3,4%	3,0%
200 - 250	5,0%	3,4%	2,5%	4,1%	2,9%	2,1%
> 250	3,8%	2,5%	1,7%	3,0%	2,0%	1,3%
250 - 300	2,0%	1,4%	1,0%	1,3%	0,9%	0,7%

Si l'on tient compte de la répartition des points de vente (2019) :

Tranche MLD	Nbe PDV	Part des PDV
< 50	7624	33,3%
50 - 100	6607	28,9%
100 - 150	4937	21,6%
150 - 200	2140	9,4%
200 - 250	991	4,3%
> 250	585	2,6%
Total (2019)	22884	100,0%

Le taux moyen de demandes dans le cas sollicitant le plus le réassort (1;20%), serait de 2.7% :

1;20%	1;35%	1;50%	2;20%	2;35%	2;50%
2,7%	2,0%	1,5%	1,7%	1,3%	1,0%

Dans tous les cas, le réassort serait compris entre 1.0% et 2.7% ce qui est très faible.
C'est incomparable avec les réductions de taux d'invendus obtenues :

Réduction du taux d'invendus	1;20%	1;35%	1;50%	2;20%	2;35%	2;50%
Ecrêtage	-28%	-25%	-23%	-20%	-18%	-16%
Ajustement	-27%	-18%	-13%	-4%	0%	5%

En conséquence, le gain sur le taux d'invendus nous semble prépondérant sur l'augmentation du besoin de réassort.

d) Nous préconisons le choix par défaut des couples de paramètres suivants selon la taille de linéaire :

Longueur du linéaire	Paramètres
Jusqu'à 200 mld	1 ; 20
>200 mld	2 ; 35

Nous savons que la réalité sera intermédiaire entre l'écrtage et l'ajustement.
Voici, globalement (tous points de vente confondus), l'influence de la répartition entre l'un et l'autre.

Ecrêtage	Ajustement	1;20%	1;35%	1;50%	2;20%	2;35%	2;50%
70%	30%	-28,0%	-23,2%	-19,8%	-14,9%	-12,0%	-9,3%
60%	40%	-27,9%	-22,5%	-18,8%	-13,2%	-10,2%	-7,3%
50%	50%	-27,7%	-21,8%	-17,8%	-11,6%	-8,4%	-5,2%
40%	60%	-27,6%	-21,1%	-16,9%	-10,0%	-6,6%	-3,2%
30%	70%	-27,5%	-20,4%	-15,9%	-8,4%	-4,9%	-1,1%

On constate que le choix du couple (2 ; 50%) est celui qui minore le moins, globalement, les invendus, et que le couple (1 ; 20%) est le plus favorable à la réduction des invendus. Modifier les règles pour un résultat réduit n'aurait guère de sens. Nous pensons qu'il faut tendre vers la maximisation de la réduction des taux d'invendus et par conséquent vers le couple (1 ; 20%).

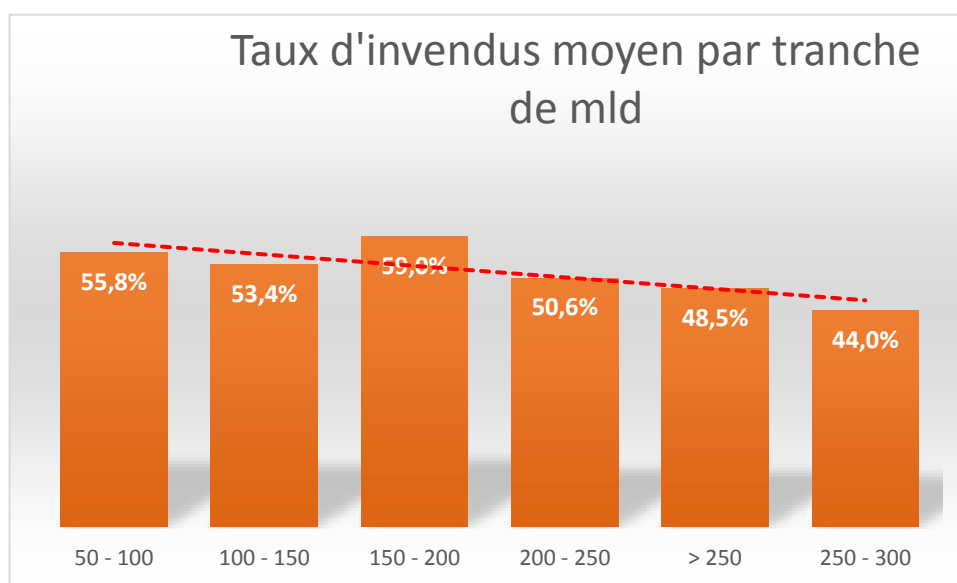
Toutefois, il pourrait être envisagé, afin d'optimiser la mesure, de choisir le couple (2 ; 35%) pour les points de vente dont le linéaire est supérieur à 200 mld.

Vous trouverez en annexe, détaillé par segments de métrage linéaire, les effets sur le taux d'invendus suivant les variations envisagées de la répartition entre écrêtage et ajustement dont voici un extrait pour le cas spécifique (50% d'écrêtage, 50% d'ajustement) :

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%

Le choix de ces deux couples (1 ; 20%) et (2 ; 35%) permet de s'assurer qu'aucun segment de métrage linéaire ne subisse une augmentation du taux d'invendus tant que la part de l'ajustement ne dépasse pas 70%, ce qui paraît peu probable. Il permet également d'obtenir un résultat efficace en termes de réduction d'invendus.

Si toutefois l'on retenait 2 comme valeur par défaut pour le paramètre NCFV, les points de vente recevraient 3 exemplaires de chaque titre vendant moins d'un exemplaire par parution. Plus les points de vente ont un linéaire réduit plus ils sont impactés par les invendus :



Pour les petits points de vente c'est à la fois beaucoup trop et inutile. C'est très certainement ce qui explique la hausse du taux d'invendus constatée actuellement dans ces points de ventes. Il faut éviter cela.

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

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 ?

- a) Nous approuvons l'exclusion temporaire des nouveaux points de vente.
- b) Il convient de s'assurer qu'un changement de propriétaire ne soit interprété comme un « nouveau » point de vente.
- c) Il est difficile de déterminer à l'avance les quantités nécessaires parce qu'aucun paramétrage de calcul de potentiel n'a jamais été réalisé. Ce calcul est toutefois naturellement possible - des IDC¹ sont connus - et souhaitable pour juger du bien-fondé de l'autorisation accordée à un nouveau point de vente d'exercer. Ce doit être dans la mission de la CRDP.
A défaut, les nouveaux points risquent de crouler pendant au moins un an sous les quantités non régulées définies par les seuls éditeurs ou leurs commettants. Ceci n'est pas de nature à susciter de nouvelles vocations ou à favoriser la pérennisation de l'activité. Les entrants étant d'emblée submergés pourraient à juste titre être découragés et renoncer rapidement à l'exercice de l'activité. Nous ne sommes donc pas favorables à cette solution et préférons une montée en puissance progressive, induite par les constats de vente et compensée jusqu'à l'atteinte du potentiel, par le réassort et un suivi individualisé.

¹ IDC : indices de disparité de la consommation

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

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 ?

Il nous paraît préférable de retenir pour base les ventes constatées au cours du mois M de l'année précédente seulement, compte tenu de notre expérience. En effet, les points de vente saisonniers sont soumis à de fortes variations de ventes liées à la période d'exploitation. Pendant les congés d'hiver par exemple, les ventes du mois de décembre ne sont pas comparables à celles de février qui diffèrent encore plus de celles d'avril. La fréquentation dépend des semaines de vacances scolaires en France et à l'étranger.

4.3.3 Titres CPPAP hors IPG à fréquence de publication quotidienne

Question n° 7

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

Nous n'y voyons pas d'inconvénient.

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

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 ?

Nous ne sommes pas favorables aux dérogations qui deviennent rapidement pour certains des méthodes de contournement des règles en vigueur. En son temps, le CSMP relayant les demandes du SEPM n'y était pas favorable non plus, pour les mêmes raisons.

Nous comprenons l'utilité de cette dérogation mais alertons sur l'excès d'usage qui pourrait être pratiqué du fait de l'absence totale de conséquence pour les décideurs en cas d'erreur sur leur appréciation préalable des ventes. Nous souhaitons que l'usage de cette possibilité soit réservé aux éditeurs dont les résultats, lors de telles opérations, s'avèreront conformes aux prévisions. **Un éditeur ne doit pas pouvoir multiplier les échecs ou recourir à l'exploitation de cette possibilité de dérogation pour contourner la régulation des quantités.**

Nous demandons qu'un nombre maximal annuel de ces dérogations soit fixé pour chaque titre, ce nombre ne pouvant être important du fait du caractère exceptionnel invoqué.

- a) Il est impératif que les diffuseurs soient informés préalablement à leurs livraisons de ces opérations exceptionnelles.
- b) L'obligation d'affectation au réassort d'un stock d'exemplaires au moins égal à 50 % du nombre d'exemplaires fournis initialement à l'ensemble des diffuseurs est un excellent principe mais difficilement contrôlable. Nous aimerions que soit précisé qui, acteur désintéressé, se chargera de ce contrôle, et quel effet aurait le constat de l'inapplication de cette règle.
- c) Le droit de retour anticipé : actuellement les diffuseurs n'ont le droit de retourner que les parutions qui leurs sont rappelées sur les bordereaux d'invendus édités par les messageries. Le retour anticipé impose donc soit :
 - Que les titres concernés par la dérogation soient portés sur des bordereaux de rappels journaliers (une fois par semaine pendant toute la durée de mise en vente), ou
 - Que les diffuseurs puissent retourner les exemplaires sans rappel de la parution (mais cela engendrerait automatiquement, dans le système actuel, des difficultés et de nombreux litiges). Il faudra toutefois bien modifier ce système pour pallier à l'absence de l'application de l'article 5.3. Les diffuseurs recevant des produits non conformes aux accords donnés ou à l'assortiment doivent pouvoir retourner ces produits sans attendre le bon vouloir de ceux qui les leur imposent.

Pour mémoire le rappel anticipé a existé et a été supprimé sans contrepartie ni justification.

4.3.5 Cas des numéros hors-séries et numéros spéciaux

Question n° 9

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

- a) Le cas des numéros spéciaux et des hors-séries, qui constituent des dérogations à la règle « un numéro chasse l'autre », établie pour garantir l'équilibre du système, doit effectivement être abordé.
L'utilisation multipliée de ces dérogations constitue **une opportunité de contourner la régulation** des quantités. D'autant plus que les messageries ne font pas respecter les règles fixant leur nombre pour ne pas déplaire à leurs clients (exemples : Le 1 et Air & Cosmos). Et **qu'aucune sanction n'est ni prévue ni prise à l'encontre des contrevenants. Il est impératif d'en limiter le nombre et de faire respecter ces limites, faute de quoi la régulation n'aura aucun effet, la croissance du nombre des parutions compensant la baisse des quantités.**

- b) La règle de fixation des quantités pour ces numéros H et S nous semble adaptée, le réassort permettant de compléter selon le besoin.

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 ?

Le cas des nouveautés doit également être traité.

Il pourrait l'être de la même manière que les événements exceptionnels mais avec une **possibilité de rappel anticipé des quantités excédentaires à la moitié de la durée de mise en vente, excepté pour les hebdomadaires.**

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 ?

1/ La régulation des quantités a plusieurs fois été abordée sans succès car elle contrarie les croyances de certains et les intérêts d'autres. Les règles contraignantes, décidées à minima et par nécessité, ont été **contournées par des dérogations** qui se multipliaient au gré des influences et bafouées en toute impunité en l'**absence de contrôle et de sanctions.**

Cet historique indique clairement que l'efficacité du principe institué ne suffit pas à l'atteinte de l'objectif. Les conditions de sa mise en œuvre et la terminologie retenue sont aussi influentes sur la réussite que la conception technique de la mesure elle-même.

Plus les dispositions pour remédier à une difficulté sont prises tardivement, plus elles doivent rapidement prouver leur efficacité. A défaut, elles n'auront plus de raison d'être. La réduction du réseau, induite par le délai pris pour l'adoption de cette mesure, et accélérée par la crise sanitaire, ne permet plus d'imaginer, sauf à faire abstraction de la réalité de l'utilité de l'action, de pouvoir agir sur le long terme, par des améliorations successives. La mesure doit être efficace sans délai et pour cela n'être ni contournable, ni susceptible de ne pas être totalement et immédiatement respectée. Nous pensons que **la proposition gagnerait à être d'ores et déjà renforcée par des précisions responsabilisant les acteurs, notamment en cas de non-respect de tout ou partie de la décision.**

Nous avons proposé la **détermination annuelle par le régulateur de taux d'inventus annuels maximaux par périodicité** auxquels seraient confrontés tous les titres individuellement. S'agissant de l'ensemble des titres cela n'aurait rien d'intrusif – car les règles sont communes à tous - et permettrait de limiter les excès par des conditions connues de tous à l'avance. Nous pensons que cela responsabiliserait les acteurs, en toute transparence, et permettrait d'obtenir l'évolution dans le sens souhaité.

Une amélioration, quelle qu'elle soit, si elle s'avérait quantitativement insuffisante ou insuffisamment rapidement opérante n'atteindrait pas l'objectif visé. Il est de notre responsabilité d'acteur expérimenté d'alerter le régulateur sur ces aspects qui sont imposés par l'absence de nomination d'un médiateur pour **gérer le court terme** mais nous lui faisons toute confiance pour percevoir les enjeux et prendre les mesures nécessaires.

2/ L'une des principales erreurs commises actuellement est de servir des quantités aux points de vente sans tenir précisément compte de leur potentiel de vente. Celui-ci n'est jamais analysé, même par la CRDP (Commission du réseau de la diffusion de la presse) qui, composée uniquement d'éditeurs, privilégie naturellement leur intérêt. Lors d'une création ils n'ont actuellement aucun intérêt à analyser l'impact sur les points de vente voisins et à le prendre en réelle considération. C'est tellement vrai qu'à défaut de rééquilibrer la composition de la CRDP par l'introduction des représentants de diffuseurs - en raison du risque peu probable de que ceux-ci soient juges et partie- la Loi a introduit l'obligation d'obtenir l'avis du maire de la commune pour tenter de contrebalancer l'intérêt corporatiste des éditeurs par l'intérêt local.

La mesure à l'étude vise à diminuer les quantités servies et va donc dans le bon sens pour rapprocher celles-ci des réels besoins des points de vente en activité. Mais pour les créations elle se contente de différer son action bénéfique d'ajustement au lieu d'instituer l'étude préalable du potentiel. Nous espérons que cette mesure ne constitue qu'une étape transitoire vers la détermination et l'exploitation adaptée du potentiel des points de vente. Les moyens existent. Il n'est que temps de les mettre en œuvre.

3/ La décision doit également remédier à l'erreur que constitue la dilution de la responsabilité. Actuellement il est impossible de savoir qui a pris l'initiative des quantités arrivant au point de vente. Les éditeurs, messageries et dépositaires se rejettent la responsabilité en cas de demande d'explication ou de correction. Ce flou engendre des dérives inappropriées. Si l'éditeur délègue la responsabilité de ses réglages à l'un ou l'autre de ses sous-traitants, cela doit être fait en toute transparence pour que les détaillants sachent à qui s'adresser en cas de difficultés d'approvisionnement. **Nous préconisons que soit indiqué dans la base de données des titres mise à disposition des détaillants l'interlocuteur responsable choisi par l'éditeur pour effectuer les réglages et ses coordonnées.**

Annexe

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%