

REPONSE DES ENSEIGNES MAISON DE LA PRESSE A CONSULTATION PUBLIQUE

Du 30 Avril 2021

relative aux règles de détermination des quantités servies au point 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)

Question 1 :

Le groupe NAP est favorable à la mise en place d'une règle de détermination des quantités des titres CPPAP hors IPG, basée sur l'historique des ventes du titre dans le point de vente, auquel s'ajouterait un complément.

Cette proposition correspond à la réalité du réglage : s'appuyer sur le passé pour établir une prédiction de vente. La période doit être suffisamment longue pour atténuer les événements de vente atypiques et déterminer un historique de vente fiable. Afin de mieux intégrer les évolutions de chiffre d'affaires (positives ou négatives), cette moyenne des ventes doit être recalculée une fois par semestre.

Question 2 :

En préambule de la question :

Une codification qui a une vente nulle peut avoir un plafond de quantité et donc être servie au point de vente. Il faut rappeler qu'il existe un mécanisme de retrait des titres CPPAP hors IPG qui ont une vente nulle. C'est une disposition posée dans la consultation des règles d'assortiment des titres CPPAP hors IPG ; cette règle prévaut sur celle de la détermination des quantités servies au point de vente.

Nous sommes d'accord sur la formule proposée pour définir le plafond. Pour bien accompagner la diminution du nombre d'invendus sur les titres qui en génèrent le plus, le pourcentage de vente supplémentaire doit être adapté à la moyenne des ventes. Plus les ventes augmentent, plus le pourcentage de vente complémentaire doit être ajusté. Ce mécanisme permettra de mieux contrôler le niveau des invendus dans l'hypothèse où certains éditeurs décident systématiquement de se mettre au niveau du plafond. On pourrait envisager les tranches suivantes:

- ⇒ En dessous de 10 ex de vente : taux de 50%
- ⇒ Entre 10 et 20 ex : taux 45%
- ⇒ Entre 20 et 30 ex : taux de 40%

Groupe NAP

Immeuble Atria - 5 place des marseillais - 94220 Charenton-le-Pont
01 49 28 68 68

⇒ Au-delà de 30 ex : taux de 35%

Question 3 :

Compte tenu des études menées par l'ARCEP sur la volatilité des ventes par titres, la proposition est cohérente. Il est important que ce couple de paramètres soit adaptable afin de tenir compte d'une réalité ou d'une situation particulière (par exemple la taille du linéaire, la situation saisonnière, etc..). Le point de vente qui souhaite avoir un paramétrage personnalisé doit pouvoir accéder à un outil de simulation lui permettant d'observer l'impact du paramétrage sur ses invendus, mais aussi sur la part des ventes nécessitant un réapprovisionnement. Le point de vente doit pouvoir charger ses données dans ce simulateur, de façon automatique et autonome.

Question 4 :

D'après les constatations de l'ARCEP, le couple par défaut de (2 ; 50%) semble afficher le meilleur bénéfice entre la baisse du nombre d'invendus et le nombre de parutions nécessitant un réapprovisionnement. Le groupe NAP est donc favorable à l'adoption de ce couple par défaut. Comme indiqué précédemment, ce paramétrage doit pouvoir être ajusté avec la taille du linéaire.

Il faut également envisager que paramètre β soit dégressif avec le niveau des ventes, comme proposé en question 2.

Question 5 :

Le groupe NAP est favorable à ce qu'un point de vente qui ne dispose pas d'un historique suffisant soit tout de même soumis à un plafonnement. Il faut donc définir une règle permettant la bonne application d'un plafond.

Plus la période est courte, plus des événements de ventes atypiques peuvent interférer dans la moyenne de vente d'un titre. C'est la raison pour laquelle le nombre de parutions qui seraient exclues de l'assortiment pour les titres nouvellement agréés CPPAP est trop court pour définir un historique de vente fiable. Il convient donc d'allonger cette période, et nous proposons de considérer le nombre de parutions suivantes :

- ⇒ Hebdomadaires : 8 parutions
- ⇒ Bi mensuels : 6 parutions
- ⇒ Mensuels : 6 parutions
- ⇒ Bimestriel : 4 parutions
- ⇒ Hors-Séries : 1 an

Groupe NAP

Immeuble Atria - 5 place des marseillais - 94220 Charenton-le-Pont
01 49 28 68 68

A noter que la moyenne des ventes doit être calculée sur les parutions effectivement reçues (à la facturation) par le point de vente. Tout incident de distribution doit être neutralisé dans le calcul de la moyenne.

Rappel du nombre de parutions applicable au droit d'accès temporaire à tous les points de vente pour les titres nouvellement agréés CPPAP (proposition NAP):

- ⇒ Hebdomadaire : $M=4$
- ⇒ Bimensuel : $M=2$
- ⇒ Mensuel : $M=2$
- ⇒ Bimestriel : $M=1$
- ⇒ Trimestriel : $M=1$

Pour les nouveaux diffuseurs, la filière doit également être en mesure de proposer des règles de plafonnement grâce un parc miroir de points de vente similaires. La capillarité du réseau est en dégradation continue depuis des années et les nouveaux points de vente doivent pouvoir profiter de cette disposition dès leur création. Pour déterminer un point de vente miroir, nous préconisons de prendre en référence le mètre linéaire développé, complété avec des critères exogènes si nécessaire (par exemple : saisonnalité, lieu d'implantation, département...)

Question 6 :

L'ensemble des dispositions présentées dans cette consultation sont orientées afin de redonner de la commercialité au point de vente. Aussi, afin de ne pas alourdir le processus pour les diffuseurs de presse, nous proposons qu'un point de vente puisse simplement se déclarer « saisonnier » via le portail filière presse. Cette déclaration ne doit pas nécessiter de validation ou d'accord préalable par un autre intervenant.

Pour un titre ou une parution, il nous semble important d'instaurer des règles et des critères qui définissent la saisonnalité. Ce critère de saisonnalité doit être défini par un écart à la moyenne.

Cet écart sera calculé en comparant la vente de la parution déclarée « saisonnière » par rapport à la vente moyenne observée sur le semestre N-1 (à l'exclusion de la parution considérée comme saisonnière). Une fluctuation de la vente avec un seuil de +20% nous paraît adaptée.

Nous pensons qu'il faut effectivement considérer la saisonnalité N-1 pour définir le plafond. La période de 3 mois (M-1, M et M+1) de l'année N-1 permet de prendre en compte l'effet saisonnier dans le calcul du plafond. Dans ce contexte, le risque apparent serait de sur-implanter une parution saisonnière qui serait concernée par une actualité exceptionnelle en N-1. Cependant, ce risque serait encadré grâce à la proposition du groupe NAP d'avoir un paramètre β dégressif avec les tranches de vente.

Question 7 :

Groupe NAP

Immeuble Atria - 5 place des marseillais - 94220 Charenton-le-Pont
01 49 28 68 68

RAS. Effectivement, les quotidiens CPPAP hors IPG ne doivent pas être soumis à cette disposition de plafonnement.

Question 8

La disposition du déplafonnement des parutions traitant d'événements exceptionnels s'adosse à un système de réapprovisionnement.

Il est impératif de préciser l'ensemble du processus de ce réapprovisionnement, et demander un engagement de la part des SADP pour en assurer l'efficacité. Il faut notamment préciser : quels délais de réassort, quels titres concernés (uniquement CPPAP ?), quels traitements (stock en central ou en région, avec quel outil de demande...), quid du stock non utilisé (par exemple, il ne faut pas qu'il soit facturé à l'éditeur pour ne pas faire rentrer ce stock dans les invendus). Chaque SADP doit avoir le même niveau d'efficacité de réassort.

Pour le droit des retours anticipés, le groupe NAP propose d'en exclure les hebdomadaires, la fréquence de parution ne s'y prêtant pas. Pour les autres périodicités les retours sont autorisés à partir de la deuxième semaine de vente.

Si une parution est concernée par un plan média exceptionnel, l'éditeur doit fournir des éléments qui prouvent le plan média (par exemple un bon de commande). Le déclaratif ne pourra pas suffire, et les autopromotions seront exclues. Pour un déplafonnement national, le groupe NAP propose de considérer uniquement les campagnes Radio Nationale et TV Nationale (un décrochage régional ne pourra pas permettre d'obtenir un déplafonnement sur tout le territoire)

Par ailleurs, les parutions qui adhèrent à un dispositif de promotion des ventes ou d'affichage qui a nécessité l'accord préalable du point de vente lors de sa mise en œuvre en magasin, ne seront pas soumises au plafonnement. Les Editeurs, SADP, Dépositaires et/ou Enseignes sont à l'initiative de la création de ces dispositifs ; leur mise en place est contractualisée avec le commerçant. Ils permettent de mettre en avant une parution et de lui réserver une place de choix en magasin. Tous les acteurs du marché rétribuent les points de vente pour la mise en place de tels dispositifs.

Ces dispositifs promotionnels durables et permanents en point de vente sont identifiés et renseignés dans les outils filières ; par nature ils sont donc visibles et accessibles à l'ensemble des intervenants de la chaîne de distribution (Editeur, SADP, prestataires...).

L'adhésion d'une parution à un dispositif de promotion ou d'affichage, doit donc permettre un déplafonnement sur le parc de points de vente équipés.

Question 9 :

Groupe NAP

Immeuble Atria - 5 place des marseillais - 94220 Charenton-le-Pont
01 49 28 68 68

maisondelapresse.com

Pour les HS : il est possible dans certains cas qu'un HS d'une même marque utilise plusieurs codifications. Il serait opportun de considérer la marque globale pour les HS afin de déterminer un historique de vente plus proche des potentiels de vente.

Il nous paraît important de rappeler la règle concernant le respect du nombre de hors-séries autorisés par année civile, et par numéro de CPPAP tel que précisé ci-dessous : *(sur la décision n°2017 – 02, du 1^{er} juin 2017 auprès du CSMP, et rendue exécutoire le 17 juillet 2017 par l'ARDP)*

- i. Périodicités inférieure à mensuelle : 18 HS autorisés
- ii. Périodicité mensuelle : 12 HS autorisés
- iii. Périodicité bimestrielle : 6 HS autorisés
- iv. Périodicité trimestrielle : 4 HS autorisés

Pour les numéros spéciaux, il faut effectivement prendre les ventes de la série (ou de la marque). Il est fondamental de rappeler la règle de la profession qui fixe au maximum 3 codifications d'une même marque en vente simultanément.

Question 10 :

Cas particuliers qui doivent faire l'objet d'un traitement spécial :

- Couvertures régionales facilement identifiables par les acheteurs : pas de plafond sur la zone de diffusion spécifique au numéro.
Les cahiers et pages spéciales doivent être clairement identifiés, soit par une pagination spécifique, soit par une mention au sommaire de la publication.
- La nouveauté : pas de plafond pendant une période définie (on peut se baser sur les périodes définies en question 5)
- Une baisse de prix marquée (minimum 30%) : pas de plafond sur la parution concernée par le prix promotionnel
- Si un titre change de messagerie, il doit y avoir une portabilité de l'historique de vente. Un titre conserve donc son historique de vente s'il change de messagerie.
- Un titre qui existe en double format et qui passe en format unique : le plafond est calculé sur la base de l'addition des ventes des 2 formats. Une fois que l'historique de vente du format unique est suffisant (au maximum 1 an après le passage en format unique), le plafond sera calculé sur la vente moyenne du format unique.
- Les compléments de mise en vente : si un éditeur souhaite effectuer un complément de mise en vente suite à un tirage supplémentaire, il s'effectuera dans les règles du plafonnement. Dans son exécution, ce complément de mise en vente passera par le système de réapprovisionnement. Chaque point de vente concerné devra donner son accord préalable pour recevoir cette nouvelle quantité; et cet accord sera donné à travers un dialogue dans le portail filière presse.

Question 11 :

Groupe NAP

Immeuble Atria - 5 place des marseillais - 94220 Charenton-le-Pont
01 49 28 68 68

- Une fois le mécanisme de plafonnement mis en place, son efficacité doit être évaluée pour chacune des messageries (comment le nombre d'invendus évolue par SADP; en nombre et en %). Cette information doit être publique et accessible à tous.
- Les Editeurs devront publier un baromètre de leur volume d'invendus. Les SADP peuvent également remplir cette obligation, en publiant un classement des éditeurs avec leur taux d'invendus et l'évolution du nombre d'invendus.
L'Autorité de régulation pourrait être en mesure d'observer ces évolutions, et d'identifier les éditeurs (ou les titres) pour lesquels ces mesures de plafonnement ne produisent pas l'effet escompté.
- L'objectif final du plafonnement et de l'assortiment est de mieux vendre la presse dans sa présentation en point de vente. Il y aura donc des effets positifs sur les volumes de vente. Les paramètres du plafonnement (α ; β) doivent être réévalués tous les 6 mois. Sinon, risque de voir la part des parutions nécessitant un réassort augmenter avec le temps.
- Le processus de réassort doit être détaillé dans la 3^{ème} consultation. Il doit être engageant et le niveau d'exigence doit être uniforme entre les SADP.