

## CONTRIBUTION DU SAEP À LA CONSULTATION PUBLIQUE DE L'ARCEP

### **Sur les règles de détermination des quantités servies aux points de vente des titres CPPAP hors IPG.**

Voici donc que se poursuit avec cette nouvelle consultation le lent et douloureux chemin de l'assortiment.

Que nous propose l'ARCEP dans son développement de 48 pages ?

De mettre en place un système de plafonnement des mises en place basé sur l'historique de ces mises en place, plus ou moins abondé par un mécanisme de « déplafonnement du plafonnement » pour que personne ne se trouve fâché.

Il faut dire que grâce à sa plongée dans le cœur des statistiques du marché (Une plongée limitée à 23 points de vente, pour réduire le temps de décompression), l'ARCEP a découvert que les plus gros vendeurs génèrent les plus gros invendus.

L'idée de plafonner le niveau des retours est donc rapidement passée à la trappe. C'est un peu regrettable puisque toute l'idée de la réforme de la loi Bichet depuis l'éminent rapport Schwartz consistait à réduire drastiquement le niveau des invendus considérés depuis la rue Cambon comme l'une des principales plaies de la filière presse.

L'Arcep nous propose donc un système de contingentement de l'offre qui continuera à faire des mécontents au niveau des points de vente, ne changera rien au niveau global des invendus et offrira au législateur et au régulateur la satisfaction du travail bien fait jusqu'à la prochaine crise dont on attribuera la responsabilité au choix à un virus chinois, aux géants américains de l'Internet ou au réchauffement climatique.

Au fil de onze questions, l'ARCEP nous détaille l'étendue de sa connaissance du secteur qu'elle est chargée d'organiser :

- . Ne serait-il pas utile de tenir compte de la saisonnalité pour le plafonnement ? Certes.
- . Ne serait-il pas pertinent d'appliquer le même système aux hors-séries ? Sûrement.
- . Ne faudrait-il pas déplafonner lors du décès de Johnny Halliday ? Cela semble une bonne idée.
- . Pourquoi ne pas déplafonner les quotidiens CPPAP hors IPG ? On se demande bien pourquoi.
- . Faut-il autoriser un plafonnement plus flexible pour les nouveautés ? Bien entendu.



. Existe-t-il des cas particuliers non couverts par les questions déjà posées et qui mériteraient un examen spécifique ? Oui, tout à fait. Voici notre question : le point de vente n°8 analysé par l'ARCEP accuse un taux d'invendus moyen de 71%. On aimerait en savoir plus sur les raisons de cette piètre performance.

Pour le reste, rien ne change et il faudra prochainement que le contribuable et les éditeurs remettent au pot pour sauver France Messagerie de la faillite, puis sauver France Messagerie 2.0 d'une autre faillite.

En attendant cette répétition lancinante, il convient de s'interroger. Un réseau de diffuseurs corseté par une réglementation délirante présente-t-il encore un intérêt au moment où nos lecteurs commandent directement leur papier sur nos sites Internet, s'abonnent de plus en plus via les sites de crowdfunding, se procurent nos hors-séries après les avoir découverts sur Facebook ou Instagram ou se passionnent pour nos newsletters sur des plateformes comme Substack?

Au final, l'ARCEP entend imposer un corpus de règles complexes supplémentaires qui s'ajouteront à l'augmentation constante des charges qu'ils subissent pour conduire une majorité d'éditeurs indépendants à abandonner le réseau de distribution de la presse imprimée et à trouver des moyens alternatifs de vendre leurs publications en se protégeant d'une application incohérente et coûteuse de la loi.