
ARCEP / Synthèse des questions

Réponses de l'Alliance de la Presse d'information générale et politique 18 Novembre 2020

Question n° 1

Voyez-vous d'autres prestations, autres que les prestations de type logistique et financier, qui devraient nécessairement, selon vous, être proposées par les distributeurs de presse ? Le cas échéant en préciser les raisons.

Dans le cadre du service financier, le distributeur de presse doit assurer la sécurisation des flux allers et retours et proposer une garantie de paiement et de solvabilité du niveau 2 et du niveau 3, quel qu'il soit.

Le cahier des charges n'aborde pas la question du niveau 2, les dépositaires ne sont soumis à aucun cahier des charges a priori, à aucun agrément, à aucune obligation financière, ni obligation d'équipement information. Le distributeur de presse est donc responsable du niveau 2 et devra joindre en annexe du cahier des charges les mandats de niveau 2.

Dans les prestations, le distributeur de presse doit mettre à disposition du réseau et des éditeurs un système d'information. Ce système doit être commun sur la partie logistique entre les différentes messageries afin que le niveau 2 et 3 n'ait qu'un seul accès. Elle doit donner accès aux éditeurs aux comptes rendus de distribution, aux analyses par points de distribution en temps réel ainsi qu'aux états financiers.

La notion de distribution 7 jours sur 7, jours fériés compris, doit être un prérequis.

Dans le cadre du service logistique, le distributeur de presse pourrait proposer aux éditeurs, comme une option possible et non une obligation, une mutualisation du transport des exemplaires vers des zones de portage à des fins d'optimisation des flux et de baisse des coûts.

Question n° 2

Quelles doivent être, selon vous, les obligations des distributeurs concernant le choix des périodicités à prendre en charge :

~~liberté de choisir les périodicités prises en charge ;~~

obligation de prendre en charge toute publication de périodicité hebdomadaire ou supérieure dès lors qu'une périodicité hebdomadaire ou supérieure est distribuée ;

autre : préciser.

Pour quelles raisons ?

Si le distributeur de presse distribue les quotidiens, il doit prendre en charge les SNE et hors série, ainsi que leur déclinaison de marque (que ce soit le même numéro de Cppap ou pas), donc des périodicités hebdomadaires ou supérieures.

Question n° 3

Les modalités proposées d'une offre de distribution sur les départements d'outre-mer vous semblent-elles adaptées ?

La Corse est bien incluse dans la zone de couverture métropolitaine.

Le distributeur de presse doit proposer une offre de distribution de la presse quotidienne dans les DOM à des coûts qui doivent être encadrés, pour assurer la continuité du débat démocratique dans ces territoires. A noter que les prix de vente de la presse sont encadrés dans les DOM

Question n° 4

Le cahier des charges doit-il permettre l'agrément de distributeurs de presse infranationaux ? Pourquoi ?

Le cas échéant, comment caractériser les parties « cohérentes » du territoire couvertes par les distributeurs infranationaux afin de répondre aux besoins de distribution des éditeurs tout en préservant la continuité territoriale de la distribution de la presse ?

En particulier, faut-il restreindre la taille de la zone de couverture d'un distributeur infranational ? Le cas échéant, selon quel(s) critères et avec quel(s) plafond(s) : nombre de départements, part de population, autre ... ? Faut-il intégrer des critères topologiques pour éviter les effets de type « enclaves » ?

Les distributeurs de presse infranationaux doivent s'engager sur le même cahier des charges, être sur une maille départementale ou régionale. Ils doivent avoir les mêmes obligations de flux physiques (allers/retours) et financiers que le distributeur de presse.

Question n° 5

Quels éléments devraient être définis dans le plan de continuité d'un distributeur de presse ? Pourquoi ?

Le distributeur de presse doit prévoir un relais sur le niveau 2 et 3 en cas d'incapacité d'un de ses prestataires, il doit indiquer précisément les éléments de garantie financière, le système de régie qu'il proposera. La gestion des flux physiques allers retour et des flux financiers devra être assurée. Les outils informatiques devront être accessibles et disponibles pour la régie pour assurer la continuité de service. Ces prérequis doivent permettre d'éviter une rupture du service comme la presse a pu en connaître cette année à Marseille.

Question n° 6

Le dispositif de reprise des quantités fournies excédant les quantités prévues vous semble-t-il approprié ? Pourquoi ? Le cas échéant, que proposeriez-vous ?

Il est difficile de répondre sachant qu'aucune règle d'assortiment n'a été arrêté à ce jour. Il paraît important que les éditeurs aient connaissance du schéma d'assortiment défini par le diffuseur via le distributeur de presse, il doit connaître la base de calcul pour adapter son réglage et éviter les excédents. En cas d'excédant il paraît inapproprié de les reprendre, le diffuseur peut les conserver à titre exceptionnel ou les maintenir chez le dépositaire, en cas de demande de réassort ou pour le recyclage. Ils pourraient également être affectés chez un autre diffuseur.

Question n° 7

Le dispositif d'information sur les titres et les quantités de l'éditeur que chaque diffuseur accepte vous paraît-il adapté pour que les éditeurs soient en mesure de respecter les règles d'assortiment et l'accord des diffuseurs ? Pourquoi ? Le cas échéant, que proposeriez-vous ?

Est-il envisageable que, malgré le dispositif d'information prévu, l'éditeur livre au distributeur des quantités excédentaires ? Le cas échéant, comment le distributeur devrait-il traiter ces excédents ? Voyez-vous des mesures incitatives à prévoir pour éviter que cette situation ne se produise ?

L'Arcep doit veiller à ce que l'outil informatique de gestion logistique soit fiable et identique pour tout le réseau, elle doit veiller aussi à la digitalisation des commerces de façon identique pour que l'assortiment puisse être géré par l'éditeur et que celui-ci puisse connaître en temps réel son stock. Des notifications doivent permettre à l'éditeur d'être alerté en cas de dépassement d'un plafond dans l'outil. Le diffuseur devra modifier sa règle d'assortiment dans un délai imparti pour que l'éditeur en ait connaissance avant de faire son réglage.

Question n° 8

Comment envisagez-vous la mise en œuvre opérationnelle de cette première proposition de mise en service en termes d'échanges d'informations, de flux logistique et financier, depuis la demande de l'éditeur d'utiliser cette possibilité pour un titre jusqu'à l'accord ou le refus du diffuseur de donner suite à la proposition de distribution ?

Faut-il envisager un mécanisme pour s'assurer que les quantités livrées en première présentation sont raisonnables ? Pourquoi ? Le cas échéant, précisez quel type de mécanisme pourrait être mis en œuvre ?

Le contrat et ces échanges doivent être intégrés au système d'information, prévoir l'accès aux palmarès ou statistiques et des étapes de revoyure.

Question n° 9

Que pensez-vous du mécanisme proposé ? Quelles mesures permettraient selon vous de rendre le mécanisme de réapprovisionnement plus efficace ?

Le système d'alerte est positif.

Le stock de la presse froide pourrait être géré à différents niveaux : imprimeur, routeur, dépositaire, plateforme du distributeur. Un stock au niveau 2 serait intéressant pour réactivité sur presse chaude (quotidiens et hebdomadaires). Via une appli mobile ou tablette, ou via sa caisse, le diffuseur doit pouvoir voir l'état du stock et commander un réassort.

Question n° 10

Pensez-vous qu'il soit nécessaire de préciser davantage les délais de reprise des invendus par le distributeur ? Pourquoi et, le cas échéant, de quelle manière ?

Quels sont les besoins en matière de traçabilité des invendus ? Pourquoi ?

Quelles sont vos propositions en matière d'amélioration du circuit de traitement des invendus ?

Avez-vous des propositions à formuler en termes d'incitation à maîtriser les volumes d'invendus ?

La messagerie doit proposer une prestation de recyclage selon ses prestataires et elle doit être transparente auprès des éditeurs sur les coûts selon les zones géographiques et les mandats.

La relève des invendus à J+1 est un prérequis (date de relève).

Indicateurs à suivre : volume (kg) – coût à la tonne recyclée avec un détail par mandat – indicateurs de qualité et d'optimisation.

L'informatisation totale des points de vente est nécessaire et permettra une meilleure maîtrise des réglages et des invendus. Elle permettra aussi une information sur le référentiel et une anticipation de réglages de la part des éditeurs.

Question n° 11

Selon vous, quelles sont les modalités (en gris dans la disposition envisagée) de publication de ces indicateurs les plus appropriées ?

Le taux global des invendus des quotidiens doit être mensuel, il sera communiqué sur le site de manière consolidée par famille de presse.

Question n° 12

Quelles sont selon vous les interfaces de système d'information qui ont besoin de faire l'objet d'une harmonisation ou d'une mutualisation au sein de la filière ?

L'harmonisation des outils de facturation pour le marchand et des outils de gestion de stock.

Soit les distributeurs développent le même système, soit ils utilisent le même logiciel de gestion soit les différents outils permettent grâce à des API de remonter les informations de manière standardisée.

Le modèle de bordereau doit être standardisé, ainsi que d'autres pièces.

Les interfaces de communication entre les diffuseurs, les dépositaires du niveau 2, les distributeurs et les éditeurs doivent être harmonisés pour éviter aux diffuseurs de gérer son stock et ses alertes sur des plateformes différentes (il en existe aujourd'hui beaucoup).

L'Arcep pourrait encourager le développement d'un outil du marché et la digitalisation du diffuseur.

Le distributeur de presse a le devoir de s'assurer de la digitalisation du diffuseur et du niveau 2 et du bon équipement en outil de son mandataire et de son réseau.

Question n° 13

Ces informations vous semblent-elles adaptées aux besoins des distributeurs et de la filière ? Pourquoi ? Le cas échéant, quelles modifications proposeriez-vous ?

Les informations doivent être détaillées, il est nécessaire de préciser les reports et dispatchs de quantité en cas de fermeture, la règle de report, les fermetures pour jours fériés.

Il serait intéressant de connaître le système de gestion et de facturation utilisé par le diffuseur.

Question n° 14

Pensez-vous que les obligations proposées sont adaptées pour permettre au diffuseur :

- d'effectuer ses demandes les plus courantes auprès du distributeur ? En voyez-vous d'autres ?
- de disposer des bonnes informations pour mener à bien son activité ?
- de disposer d'un historique leur permettant d'avoir une bonne visibilité sur leur activité ? Une profondeur de 24 mois vous semble-t-elle être un bon niveau ?

Précisez les raisons de vos réponses et, le cas échéant, les modifications à apporter.

En plus des portails diffuseur de France Messagerie et MLP, il existe aussi Direct Editeur qui permet une communication entre diffuseur et éditeur. Il paraît important d'harmoniser ces outils pour que les diffuseurs utilisent un seul et même outil.

Ces outils doivent permettre de faire des demandes de plv ou d'animer le réseau (lien direct diffuseur-éditeur), ils doivent être déclinés sous forme d'appli mobile pour permettre une utilisation de tous les diffuseurs.

Dialogue entre diffuseur et mandats / diffuseur et éditeur

Convergence de l'outil de base métier et du référentiel réseau

L'outil commercial et statistiques peut être développé par chaque distributeur qui apportera sa valeur ajoutée.

Question n° 15

Pensez-vous que les obligations proposées sont adaptées pour permettre au diffuseur :

- d'effectuer ses demandes les plus courantes auprès du distributeur ? En voyez-vous d'autres ?
- de disposer des bonnes informations pour mener à bien son activité ?
- de disposer d'un historique leur permettant d'avoir une bonne visibilité sur leur activité ? Une profondeur de 24 mois vous semble-t-elle être un bon niveau ?

Précisez les raisons de vos réponses et, le cas échéant, les modifications à apporter.

Importance de la valeur juridique de la donnée : les résultats, les données quantitatives et financières appartiennent à l'éditeur. Elles ne peuvent être communiquées que de manière consolidée par famille.

L'éditeur doit pouvoir communiquer avec les diffuseurs, voire avec les mandataires, donc le niveau 2 et le niveau 3.

Disposer des remontées stats à la maille diffuseur et sur 24 mois

Disposer des remontées de caisse des quotidiens en temps réel pour personnes qui font les réglages

Disposer d'informations de projection en fonction des zones geo, de la saisonnalité, du référentiel ...

Question n° 16

Estimez-vous qu'il soit utile de publier ces informations en open data pour qu'elles puissent faire l'objet de réutilisation par des tiers ? Quelles réutilisations vous semblent possibles / souhaitables ?

Identifiez-vous des difficultés liées à cette proposition ?

Pensez-vous qu'il faille étendre les informations ainsi mises à disposition ? Si oui, quelles données seraient concernées et pour quelles raisons ?

Peut être une interface web grand public pourrait permettre d'accéder à toute la presse (à l'instar de www.librairiesindependantes.com) Le site permettrait de visualiser toute la presse (recherche par titre, par mot clé, visualisation des Unes), de voir leur disponibilité chez les marchands proches de son domicile et de commander un titre via le 'click & collect'. Ce site serait connecté aux systèmes de gestion des distributeurs et des diffuseurs, il doit permettre de connaître l'état du stock en temps réel à chaque niveau (diffuseur, dépositaire, distributeur, éditeur)

Via une appli mobile ou tablette, ou via sa caisse, le diffuseur doit pouvoir voir l'état du stock et commander un réassort.

Le schéma logistique et le maillage territorial pourraient être rendu public via l'open data sous forme de cartographie

L'open data pourrait permettre de géolocaliser chaque point de vente et de connaître son périmètre et son référentiel (horaires, fermeture, autres produits vendus), il pourrait répertorier les annonces de vente/cession de commerce de presse.

Avec l'open data en temps réel chaque titre pourrait accéder à la carte des points de ventes qui le distribuent pour permettre à l'éditeur de mettre cette carte en ligne sur son site web <https://www.lejdd.fr/Medias/Presse-ecrite/coronavirus-voici-11027-endroits-en-france-ou-acheter-le-journal-du-dimanche-3958316>

Question n° 17

Selon vous, quelle est l'appétence des diffuseurs pour basculer d'un système de facturation basé sur les seules ventes réelles ? Pourquoi ?

A quelle échéance vous semble-t-il envisageable / souhaitable de permettre aux diffuseurs d'opter pour un système de facturation basé sur les ventes réelles ? Pourquoi ?

Plus généralement, avez-vous d'autres propositions pour améliorer l'efficacité de la collecte du produit des ventes ?

La facturation à l'exemplaire vendu est possible que si le contrôle des invendus physique est réalisé.

Le distributeur a la responsabilité de mettre en place un système de contrôle de comptage des invendus à 100% sur une semaine, ce qui pourrait être 30% par jour avec un niveau tournant. Ce cadrage vérifié à 100% par le distributeur et le contrôle physique régulier sont indispensables pour éviter les risques de dérives.

L'outil informatique et le bordereau électronique des invendus reçu par le dépositaire peuvent permettre de simplifier ce process de contrôle grâce à des indicateurs aléatoires de détection (invendus > prises). Les indicateurs de vérification et de qualité seront remontés dans le système d'information.

Question n° 18

Quelles sont vos suggestions d'indicateurs à mesurer en priorité ? Pour quelles raisons ?

- Traçabilité et des anomalies de distribution à jour J – de non distribution
- Evolution du réseau niveau 3 : nb de diffuseurs par zone et évolutions stats
- Ventes en temps réel avec le pourcentage de remontée (si 90% de retours la stat est pertinente)
- Prévisionnel de saisonnalité (les fermetures à venir)
- Compte rendu de distribution lisibles et ergonomiques avec des intitulés clairs et des sommes cohérentes
- Analyse du référentiel réseau
- Vérification du référentiel réseau par rapport à la spécificité du point de vente
- Critères de sensibilité du diffuseur
- Nb de diffuseurs déclarés en saisonnier
- Taux d'invendus par famille de presse, par zone geo
- Les volumes transportés par famille, par zone
- Les heures de livraison par diffuseur

Question n° 19

Pensez-vous qu'il soit nécessaire de publier d'autres informations en lien avec les conditions techniques, tarifaires et contractuelles ? Pour quelle durée ?

Les contrats des mandats et leur géolocalisation

Déclarer les plateformes de distribution et leur mode de gestion

Question n° 20

Merci de faire part de toute remarque ou suggestion qui vous semble pertinente sur l'ensemble des propositions contenues dans ce document.