

**Contribution du SEPM à la consultation publique relative à la proposition
de cahier des charges des sociétés agréées de distribution de la presse
prévu à l'article 12 de la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 modifiée (dite loi
Bichet**

3 Services fournis

3.1 Fourniture de prestations logistiques et financières

Disposition envisagée

Conformément à l'article 5 de la loi Bichet, le distributeur fournit, dans des conditions « objectives, transparentes, efficaces et non discriminatoires », aux éditeurs membres d'une société coopérative de groupage de presse qui en font la demande :

- *un service de type « logistique » d'acheminement de journaux ou publications périodiques, destinés à la vente au public, vers les points de vente présents dans sa zone de couverture ;*
- *un service de type « financier » permettant à l'éditeur de percevoir le produit des ventes de ses journaux ou publications.*

Si le distributeur fournit aux éditeurs des prestations additionnelles liées à la distribution de leurs journaux ou publications périodiques, il respecte les conditions de l'article 5 de la loi Bichet.

Disposition envisagée

Le distributeur présente de manière exhaustive et détaillée dans ses conditions techniques, tarifaires et contractuelles l'ensemble des prestations proposées aux éditeurs de presse, y compris le cas échéant les prestations additionnelles aux prestations de type « logistique » ou « financier », liées à la distribution de leurs journaux ou publications périodiques. Sont notamment détaillées :

- *la liste des points de collecte des exemplaires fournis par l'éditeur, leur zone de couverture, et les horaires limites de prise en charge pour les prestations de type « logistique » ;*
- *les modalités de calcul des montants, les échéanciers et les instruments de paiements utilisés pour les prestations de type « financier ».*

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.

Réponse SEPM

Afin de permettre aux éditeurs, qui contractent avec une SADP, d'opérationnaliser la distribution de leurs parutions dans le réseau, il nous semble nécessaire que celle-ci mette à leur disposition un SI comprenant :

- un outil de réglage, plus ou moins élaboré et auquel correspondent des tarifs adaptés, avec

mise à jour à J+1 des titres assortis ou plafonnés et acceptés par point de vente ;

- un historique des ventes par codif, par parution et par point de vente en exemplaires et en chiffre d'affaires sur un minimum de 2 ans idéalement 3 ans ;
- un référentiel réseau à jour et exhaustif au point de vente.

Par ailleurs, la SADP devra accompagner ses prestataires intermédiaires de la vente dans l'entretien et le développement du réseau de points de vente.

Enfin, les SADP devront garder leur statut de Ducroire. Elles devront s'engager à ne pas confondre dans leurs comptes ni consommer sans autorisation explicite les montants dus aux éditeurs (« le ducroire ») au titre de leurs ventes réalisées.

3.2 Obligations en lien avec la périodicité des journaux et publications périodiques distribués

Disposition envisagée

Si le distributeur propose un service de distribution des quotidiens, il est tenu d'être en capacité de livrer a minima une fois par jour chacun des points de vente ouverts présents dans sa zone de couverture. Les horaires de livraison aux diffuseurs de presse devront être cohérents avec les besoins de commercialisation exprimés par les éditeurs.

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 ?

Réponse SEPM

Dès lors qu'une SADP décide de distribuer des publications, elle doit avoir « obligation de prendre en charge toute publication de périodicité hebdomadaire ou supérieure dès lors qu'une périodicité hebdomadaire ou supérieure est distribuée ». Cela, pour assurer une égalité de traitement entre tous les éditeurs quelle que soit la périodicité de leurs parutions. Ceci évitera qu'une SADP refuse certaines périodicités qu'elle jugera moins ou peu rentables qui pourraient alors ne pas trouver de SADP pour les distribuer ce qui serait contraire à la Loi. Cela permettra aussi de massifier les volumes transportés et ainsi diminuer les coûts de distribution pour toutes les périodicités.

Les SADP auront l'obligation d'informer les éditeurs des jours de livraison et horaires, le cas échéant, des mises en vente et ce quelle que soit la périodicité de la parution. Il est important aussi que les SADP informent les éditeurs sur leurs intentions et dispositions de distribution pendant les différents jours fériés.

4 Couverture territoriale

Disposition envisagée

La zone de couverture du distributeur de presse comprend l'ensemble du territoire national, incluant tous les départements métropolitains. Le distributeur propose une offre de distribution, à une tarification pouvant refléter les surcoûts spécifiques associés à une telle prestation, à tout éditeur qui souhaite distribuer ses titres dans les départements d'outre-mer.

Le distributeur assure une desserte non discriminatoire de l'ensemble des diffuseurs inscrits auprès de la Commission du réseau de la diffusion de la presse (CRDP) et présents dans cette zone de couverture.

A cette fin, le distributeur de presse respecte le schéma territorial, prévu à l'article 12 de la loi Bichet, sur lequel il s'est engagé dans sa demande d'agrément.

Question n° 3

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

Réponse SEPM

Accord sur la disposition envisagée : dans le cadre de la continuité territoriale, une SADP devra proposer à ses éditeurs, à un tarif spécifique, la distribution de ses titres dans les départements d'outre-mer.

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 » ?

Réponse SEPM

Le SEPM est favorable à l'agrément de distributeurs infranationaux en adaptant leurs obligations à un territoire plus restreint que celui incombant aux SADP nationales afin qu'ils puissent répondre à des demandes d'éditeurs ne souhaitant pas une distribution nationale mais régionale. Néanmoins nous pensons que ces SADP régionales seront probablement les mêmes que les prestataires intermédiaires régionaux de la vente choisis par les SADP nationales pour assurer leur distribution sur le territoire national. Afin d'éviter les effets de type « enclaves », la zone de couverture pourra être la même que celle déterminée entre la SADP nationale et le prestataire intermédiaire régional de la vente.

Disposition envisagée

Le distributeur établit et maintient à jour un plan de continuité de distribution de la presse dans lequel il décrit l'organisation, les moyens et les actions qu'il mettrait en œuvre pour limiter les risques et, le cas échéant, la durée d'interruption de la distribution de la presse en cas de défaillance impliquant un ou plusieurs acteurs participant au schéma logistique supportant son schéma territorial. Il transmet toute évolution de son plan de continuité à l'Arcep et fait également droit aux demandes de l'Arcep de s'en faire communiquer la version la plus à jour.

En outre, ce plan de continuité de distribution de la presse fait partie des éléments à joindre dans le dossier de demande d'agrément.

Question n° 5

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

Réponse SEPM

La disposition envisagée convient, néanmoins, il pourrait être intéressant pour l'éditeur d'en connaître le coût à l'avance, même approximatif, dans le cadre d'une interruption due à un blocage du niveau 1, d'un blocage du prestataire intermédiaire de la vente ou d'une défaillance financière de celui-ci.

5 Approvisionnement des points de vente

5.1 Assortiment des titres de presse et quantités servies aux points de vente

Disposition envisagée

Le distributeur vérifie le statut (IPG, CPPAP hors IPG, hors CPPAP) des journaux et publications qui lui sont confiées par leur éditeur avant de les distribuer et maintient cette information à jour dans son système d'information.

Disposition envisagée

S'agissant des obligations vis-à-vis des diffuseurs, le distributeur met en place les outils et mécanismes permettant de s'assurer que les règles d'assortiment et de détermination des quantités servies auprès du diffuseur pour chaque catégorie de titre (IPG, CPPAP hors IPG, hors CPPAP) dans le cadre défini par l'article 5 de la loi Bichet sont bien respectées.

S'agissant des titres d'information politique et générale (IPG) :

- il assure la distribution des publications auprès des diffuseurs selon les quantités déterminées par les éditeurs.

S'agissant des titres CPPAP hors IPG assortis pour un diffuseur donné au titre de l'accord interprofessionnel mentionné au 2° de l'article 5 de la loi Bichet ou, le cas échéant, par la décision de l'Arcep prise en application du 5° de l'article 18 de la loi Bichet :

- il ne livre à ce diffuseur que les quantités prévues par les règles définies par l'accord interprofessionnel mentionné au 2° de l'article 5 de la loi Bichet ou, le cas échéant, par la décision de l'Arcep prise en application du 5° de l'article 18 de la loi Bichet, sous réserve que lui ait été transmises les informations nécessaires ;

- il récupère, dès que possible, à la demande du diffuseur, les exemplaires livrés ne correspondant pas aux termes de cet accord ou de l'éventuelle décision de l'Arcep susmentionnée.

S'agissant des titres hors CPPAP ou des titres CPPAP non assortis pour un diffuseur donné au titre de l'accord interprofessionnel mentionné au 2° de l'article 5 de la loi Bichet ou, le cas échéant, par la décision de l'Arcep prise en application du 5° de l'article 18 de la loi Bichet :

- il recueille auprès du diffuseur, ou du représentant qu'il a explicitement désigné pour cela, la liste des titres qu'il accepte ou n'accepte pas de recevoir ;

- il recueille auprès du diffuseur le plafond du nombre d'exemplaires qu'il accepte de recevoir pour chaque titre accepté, le met à jour et le met en œuvre dès que possible à compter de la demande ;

- il ne livre au diffuseur que les titres ayant fait l'objet d'un accord librement consenti, explicite et préalable du diffuseur, ou du représentant qu'il a explicitement désigné pour cela, dans des quantités inférieures au plafond spécifié par ce dernier ;

- il récupère, dès que possible, à la demande du diffuseur, les exemplaires fournis qui excèderaient l'accord du diffuseur, ou du représentant qu'il a explicitement désigné pour cela.

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 ?

Réponse SEPM

Remarque sur la première disposition du 5.1

Considérant que la SADP est le point d'entrée des titres et quantités dans le réseau de vente, en plus de l'obligation de vérification du statut, elle doit en empêcher la distribution tant que le statut mentionné sur la parution n'a pas été corrigé.

Nous suggérons de rajouter à la disposition susmentionnée, à la fin de celle-ci, la mention suivante :

« Si le statut annoncé par l'éditeur sur la parution est faux ou erroné avec pour objectif de tromper le diffuseur, la SADP devra bloquer la parution, faire corriger la ou les mentions fausses ou erronées avant de le distribuer. »

Pour rappel, un titre peut être « en cours de demande de N° de CPPAP ». Dans ce cas la commission paritaire délivre à l'éditeur un N° de dossier qu'il présentera à la demande de la SADP pour libérer son titre si celui-ci a été bloqué.

Concernant le dispositif de reprise des quantités présenté dans la disposition, il nous paraît important que le distributeur soit le garant et porte la responsabilité du respect des conditions issues des accords collectifs ou individuels.

Ainsi il nous semble primordial que le distributeur vérifie, à tout le moins, que les quantités reçues au niveau 1 respectent les règles de plafonnement national, et qu'en cas de quantités excédentaires, celles-ci soient bloquées à son niveau et mises de côté, à charge pour l'éditeur fautif de les reprendre ou de demander à la SADP de les faire détruire. L'éditeur étant bien sûr redevable des coûts subis par le distributeur pour stopper et stocker ces quantités excédentaires.

Au cas où le distributeur n'aurait pas identifié des quantités excédentaires au point de vente qui ne respecteraient pas l'accord interprofessionnel ou l'accord du diffuseur ou qui seraient dues à un aléa de distribution, il doit effectivement mettre en place un système de récupération des titres non autorisés et des quantités excédentaires au point de vente et re-créditer au plus vite le diffuseur.

Disposition envisagée

S'agissant des obligations vis-à-vis des éditeurs, le distributeur met en place les outils et mécanismes permettant aux éditeurs d'accéder aux informations les concernant s'agissant de l'application des règles définies par l'accord interprofessionnel mentionné au 2° de l'article 5 de la loi Bichet ou, le cas échéant, par la décision de l'Arcep prise en application du 5° de l'article 18 de la loi Bichet afin de leur permettre d'en tenir compte lorsqu'ils effectuent le réglage des quantités de leurs parutions.

Pour les titres hors CPPAP et les titres CPPAP hors IPG non assortis chez certains diffuseurs au titre de l'accord interprofessionnel mentionné au 2° de l'article 5 de la loi Bichet ou, le cas échéant, par la décision de l'Arcep prise en application du 5° de l'article 18 de la loi Bichet, il met en place les outils et mécanismes permettant aux éditeurs d'accéder aux informations les concernant sur, d'une part, les journaux et publications périodiques et, d'autre part, les plafonds de quantités acceptés par chaque diffuseur afin de leur permettre d'en tenir compte lorsqu'ils effectuent le réglage des quantités de leurs parutions.

Il s'assure avant leur acheminement que, pour les titres CPPAP hors IPG et hors CPPAP, les quantités confiées par l'éditeur pour chaque point de vente n'excèdent pas les quantités maximales mentionnées aux deux alinéas précédents et, le cas échéant, ne prend pas en charge la distribution des exemplaires excédentaires à l'éditeur.

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 ?

Réponse SEPM

Bien que nous pensions que ce dispositif d'information soit difficile à mettre en place rapidement, celui-ci devrait permettre à chaque éditeur de connaître les titres et quantités maximales qu'il peut mettre par point de vente lors du réglage de la parution.

Dès lors que ce dispositif sera mis en place, la SADP devra pouvoir contrôler que les titres autorisés et les quantités par point de vente sont bien respectés et bloquer les titres ou les quantités, à son niveau, si ceux-ci ne respectent pas le choix des marchands. Comme précédemment, en cas de quantités excédentaires, celles-ci doivent être bloquées à son niveau et mises de côté à charge pour l'éditeur fautif de les reprendre ou de demander à la SADP de les faire détruire. L'éditeur étant bien sûr redevable des coûts subis par le distributeur pour stopper et stocker ces quantités excédentaires.

Si la SADP n'a pas pu bloquer ces titres ou quantités non désirés à son niveau, elle doit mettre en place un dispositif de reprise rapide des exemplaires et re-créditer ceux-ci.

Idéalement, le dispositif d'information mis en place par le distributeur doit prévoir d'empêcher l'éditeur de mettre, lors du réglage, des quantités sur un titre non assorti ou non accepté par un diffuseur ce qui simplifierait le dispositif de contrôle.

5.2 Première proposition de mise en service

Disposition envisagée

Le distributeur veille à ce qu'un diffuseur (ou le représentant qu'il aura explicitement désigné) ait exprimé son accord librement consenti, explicite et préalable avant de mettre en service chaque journal ou publication périodique ayant fait l'objet d'une première proposition de mise en service.

Le distributeur veille à ce que l'éditeur n'utilise le droit de première proposition de mise en service qu'une seule fois par titre et par point de vente.

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 ?

Réponse SEPM

Afin de responsabiliser le distributeur nous souhaitons à la fin de la disposition envisagée, ci-dessus, qu'il soit rajouté le texte suivant : *« Par ailleurs, le distributeur veillera à contrôler que les publications utilisant le droit de première proposition de mise en service ne sont pas de faux N°1, de fausses nouveautés, n'ont pas un intitulé ambiguë et respectent bien les règles de la profession. Si tel était le cas, le distributeur devra suspendre la distribution des parutions suspectes le temps de s'assurer que les règles sont bien respectées. »*

Par ailleurs, cette disposition doit prévoir d'intégrer, lors de la première présentation effective de la publication, des informations sur le statut : IPG, CPPAP, N° de CPPAP en cours, ainsi que la distinction entre nouveauté et titre déjà existant (cf. les articles 46/47/48 de la proposition de règles d'assortiment proposée par le SEPM avec Culture Presse, le SNDP, la FNPS et l'Alliance).

Afin de s'assurer que les quantités livrées en première présentation soient raisonnables et évitent de trop encombrer les linéaires du diffuseur, l'éditeur devra se baser sur un titre miroir qu'il possède dans son portefeuille ou sur un marché d'implantation fourni par le distributeur.

5.3 Mécanisme de réapprovisionnement

Disposition envisagée

Le distributeur met en œuvre un mécanisme permettant de réapprovisionner des parutions susceptibles d'être en rupture de stock avant la fin de la période de mise en vente.

Le réapprovisionnement d'une parution ne peut être déclenchée sans l'accord librement consenti, préalable et explicite du diffuseur (ou du représentant qu'il a désigné), dans la limite du plafond de quantités sollicitées par le diffuseur.

Le distributeur accuse réception de la demande du diffuseur et, le cas échéant, motive les éventuels refus de réapprovisionnement.

En outre, le distributeur permet à chaque éditeur d'alerter un diffuseur si les données dont il dispose pour son point de vente lui permettent de constater pénurie ou d'anticiper une probable rupture de stock avant la fin de la période de mise en vente d'une de ses parutions.

Question n° 9

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

Réponse SEPM

La disposition envisagée est bonne mais nous rajoutons des points de réflexion pour la rendre plus efficace et incitative pour les éditeurs et les diffuseurs car le réapprovisionnement bien géré peut être source de chiffre d'affaires additionnel pour les deux :

- La décision de mettre un titre ou une parution en réassort est du seul ressort de l'éditeur (cf réponse sur le référentiel titre).

- La mise en place d'un titre en réapprovisionnement peut être permanente ou ponctuelle.
- Un NIM spécifique identifiant le stock réapprovisionnement du distributeur permettra à chaque éditeur, lors du réglage ou de la prévision des ventes, de décider seul de la quantité à mettre dans le stock réapprovisionnement.
- Le déclenchement du réapprovisionnement doit pouvoir se faire de plusieurs façons différentes :
 - Après accord du diffuseur, de façon automatique pour tous les diffuseurs qui possèdent des caisses connectées (via un système du type de celui de MLP qui fonctionne bien et qui est plébiscité par les diffuseurs). En effet, beaucoup de diffuseurs ne commandent pas de réapprovisionnement par manque : de temps, de compétence, de suivi du business au jour le jour, ou du manque d'information sur les titres en réapprovisionnement. L'éditeur devra avoir la possibilité de ne pas mettre son titre dans un système de réapprovisionnement automatique mais uniquement via un réapprovisionnement manuel.
 - De façon manuelle par les diffuseurs via un portail diffuseur, une appli smartphone simplifiée. Les diffuseurs pourront commander le titre même s'ils n'en étaient pas destinataires à l'origine de la mise en place. Par ailleurs, l'intermédiaire de la distribution devra être informé de la commande de réapprovisionnement des diffuseurs.
 - Toujours de façon manuelle, des commandes de réapprovisionnement doivent pouvoir être faites par les intermédiaires de la distribution à partir du dépôt ou par leurs commerciaux terrain mais aussi par les éditeurs à partir du siège ou par leurs équipes terrain via des outils adaptés et à la demande explicite du diffuseur.

Pour que cela fonctionne, il est impératif que chacun puisse connaître de façon très visible à tout instant : si le titre est disponible en réapprovisionnement, les quantités disponibles au moment de la commande de réapprovisionnement, les quantités commandées, les quantités qu'il recevra, la date de réception et enfin la date de relève pour éviter des commandes trop tardives.

L'ensemble des éditeurs souhaite que les délais de livraison du réapprovisionnement vers les diffuseurs soient rapides.

5.4 Mécanisme de commande de parution

Disposition envisagée

Le distributeur propose un mécanisme permettant à un diffuseur de demander à recevoir des parutions d'un journal ou d'une publication périodique qui n'est pas ou plus commercialisée régulièrement dans son point de vente. Le diffuseur précise le nombre d'exemplaires maximal qu'il souhaite recevoir.

Il répond au diffuseur à cette demande et, le cas échéant, précise les raisons d'un éventuel refus.

Cette commande ne vaut que pour la parution demandée et n'entraîne pas, en elle-même, sauf accord explicite du diffuseur, une demande de mise en service régulière du journal ou de la publication concernée.

5.5 Exemplaires invendus à l'issue de la période de mise en vente des parutions

Disposition envisagée

Le distributeur informe le diffuseur au plus tard le jour de la livraison d'une parution de la date de fin de mise en vente de celle-ci.

Dès l'issue de la période de mise en vente d'une parution, il reprend dès que possible les invendus de chaque diffuseur.

S'agissant des exemplaires invendus que l'éditeur ne souhaite pas récupérer, le distributeur fournit à l'éditeur une prestation, qui lui est facturée, de recyclage des exemplaires invendus.

La mise en place de cette prestation n'exclut pas la mise en place, par le distributeur, d'une prestation optionnelle de collecte et de remise à l'éditeur des invendus que ce dernier souhaite récupérer et non détruire.

Ces prestations sont facturées aux éditeurs à des tarifs en lien avec les coûts supportés par le distributeur.

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 ?

Réponse SEPM

Notre industrie est basée sur une pratique consistant en « un numéro chasse l'autre » pour les titres réguliers. Cette pratique doit rester la règle. Pour des titres irréguliers ou exceptions de décalage de relève de titres réguliers (S, H) prévus par la profession, la date de relève doit être connue lors de la livraison par que le diffuseur puisse s'organiser au mieux. Idéalement, la reprise des invendus nous semble devoir être faite le lendemain de la distribution du nouveau numéro ou au plus tôt le premier jour de livraison suivant l'arrivée du numéro qui l'a chassé du rayon. Ceci pour éviter que des points de vente de petite surface avec peu de place de stockage ne se retrouvent submergés par les titres et quantités livrées et par les titres et quantités non reprises, et pour les autres points de vente pour éviter des oublis qui seraient repris plus tard avec le risque que cela deviennent des trop vieux non crédités. Il nous paraît dangereux de permettre aux SADP de décaler cette reprise ce que rend possible la mention « *dès que possible* ». Cette pratique doit aussi être appliquée pour les invendus que les éditeurs souhaitent récupérer.

Néanmoins, une discussion pourrait s'engager entre le distributeur et les organisations représentatives des diffuseurs pour en modifier le fonctionnement si cela peut permettre des économies de coûts pour l'ensemble de la filière.

Par ailleurs, quel que soit l'évolution du système de facturation des diffuseurs, il est essentiel que cette reprise des invendus et leur contrôle physique soient maintenus car la règle de gestion de la vente : « *ventes = fournis – invendus* », reste le seul moyen de contrôler réellement la vente sur un

réseau de 22 000 points de vente.

Compte tenu de cette dernière remarque, et afin d'éviter le trafic de vieux papier qui peut s'assimiler à des billets de banque, le distributeur devra sécuriser la gestion des invendus (flux logistiques, stockage, contrôles des invendus, destruction), à son niveau, au niveau des intermédiaires de distribution et au niveau de ses prestataires qui gèrent le contrôle, la destruction et le recyclage du vieux papier afin que tous les invendus soient bien détruits et recyclés.

Pour ce qui concerne l'amélioration de la maîtrise des invendus, une application stricte des règles de plafonnement contrôlées par les SADP au niveau 1, en réduirait rapidement les excès.

Disposition envisagée

Le distributeur doit mesurer, pour l'ensemble des journaux et publications périodiques et pour chaque périodicité de publication (quotidien, hebdomadaire, bimensuel, mensuel, bimestriel, trimestriel, hors- série), le taux d'invendus défini de manière suivante :

Taux d'invendus = (Nombre d'exemplaires fournis par l'éditeur au distributeur - Nombre d'exemplaires vendus par les diffuseurs) / (Nombre d'exemplaires fournis par l'éditeur au distributeur)

Ces indicateurs doivent être mesurés tous les [trimestres, semestres, ans], publiés en accès libre sur son site internet, au plus tard [un, trois] mois après la fin de la période considérée, en conservant un historique sur [2 / 3 / 5] années.

Sont considérés pour calculer les indicateurs de chaque période, les parutions dont la date de relève des invendus chez les diffuseurs est comprise dans la période considérée, quelle que soit la date de début de mise en vente de ces parutions.

Le distributeur transmet à l'Arcep le nombre d'exemplaires fournis et le nombre d'exemplaires vendus agrégés par périodicité des parutions dont la date de relève des invendus chez les diffuseurs est comprise dans la période considérée afin de lui permettre de reconstituer les taux d'invendus du secteur et, le cas échéant, de les publier.

Question n° 11

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

Réponse SEPM

Une mesure semestrielle nous semble la bonne périodicité avec publication trois mois après la fin du semestre de façon à avoir le maximum de résultats sur les périodicités longues. Les historiques devraient être gardés sur trois ans pour bien en mesurer l'évolution.

De façon à ce que l'indicateur de taux d'invendus soit le plus pertinent, nous proposons de modifier, le terme « exemplaires fournis » par « exemplaires facturés » de façon à ce que cela reflète réellement les exemplaires distribués dans le réseau de vente.

6 Système d'information

6.1 Contribution aux travaux sectoriels

Disposition envisagée

Le distributeur participe de bonne foi à la mise en place et aux travaux de réflexion, de spécification et de mise en œuvre relatifs à l'harmonisation ou la mutualisation de certains systèmes d'information de filière, en particulier ceux utilisés avec les diffuseurs et les prestataires externes susceptibles de réaliser des prestations pour plusieurs distributeurs.

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 ?

Réponse SEPM

Nous pensons qu'une mutualisation des outils à destination des diffuseurs est indispensable pour leur permettre d'exercer au mieux leur métier et leur faciliter la vie, ainsi qu'un référentiel réseau unique pour l'ensemble des acteurs de la filière. En revanche, une simple harmonisation de certains outils à destination des éditeurs serait souhaitable pour en faciliter l'interfaçage (lorsque ceux-ci sont clients de deux distributeurs) et ainsi optimiser les SI.

Mutualisation de certains outils :

- Outil de facturation (bordereau de livraison et d'invendu, facturation, etc.)
- Outil de réassort
- Portail diffuseur
- Référentiel réseau diffuseur

Harmonisation des outils éditeurs :

- CRD /CCR
- Portail éditeur

En complément, le développement d'un portail unique pour l'ensemble des distributeurs, du type « *ou trouver la presse.com* » à destination du public afin de permettre aux lecteurs d'identifier où ils pourront trouver les publications, serait utile pour améliorer la commercialité du réseau de distribution.

6.2 Référentiels de données maintenus par les distributeurs

Disposition envisagée

Le distributeur exploite et maintient à jour les bases de données suivantes, en ce qui concerne les titres dont l'éditeur lui a confié la distribution :

1. Référentiel des journaux et publications périodiques distribués au cours des 24 derniers mois comportant pour chacun les informations suivantes :

- *désignation / titre*
- *éditeur*
- *codification*
- *périodicité*
- *statut (IPG, CPPAP hors IPG, hors CPPAP)*
- *le cas échéant, si CPPAP :*
 - *numéro CPPAP*
 - *date d'échéance de l'agrément CPPAP en vigueur*
- *le cas échéant, si IPG :*
 - *date d'échéance de l'agrément IPG en vigueur*
 - *statut de mise en service de chaque point de vente*
- *Pour chaque parution distribuée au cours des 24 derniers mois (y compris après départ du journal ou de la publication périodique chez un autre distributeur)*
 - *numéro de la parution*
 - *valeur du code à barres*
 - *type : normal, spécial ou hors-série*
 - *prix*
 - *dates de début et de fin de mise en vente*
 - *date de relève des invendus (prévisionnelle si future, effective si passée)*
 - *Pour chaque point de vente :*
 - *quantités fournies*
 - *quantités vendues*
 - *quantités invendues*
 - *chiffre d'affaires de détail*

2. Référentiel des points de vente :

- *référence / numéro d'identification*
- *adresse et coordonnées*
- *département*
- *type de point de vente*
- *surface de vente dédiée à la presse (en mètres linéaires développés et en nombre de parutions commercialisables à chaque instant)*
- *jours et horaires d'ouverture, les congés et jours de fermeture*
- *si le point de vente est équipé en caisses et logiciels connectés et, le cas échéant, ses*

références

Ces référentiels sont intégrés aux outils informatiques proposés spécifiquement aux diffuseurs et aux éditeurs.

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 ?

Réponse SEPM

Concernant le référentiel titre, il convient d'ajouter :

- Pour chaque publication si le règlement est différé ou immédiat
- Pour chaque parution si celle-ci bénéficie ou non du statut CPPAP de la publication maître

En effet, ce deuxième tiret est relatif au fait que certaines parutions, hors-séries notamment disposant de la même codification que le titre maître, peuvent ne pas répondre aux critères d'admission de la CPPAP et ne pas en bénéficier. Cette cohérence est par exemple vérifiée par la Poste dans le cadre du transport postal de la presse.

Concernant le référentiel diffuseur, il nous paraît pertinent d'ajouter les champs suivants ou les précisions suivantes :

- Préciser les NIM et NIL dans le champ « référence / numéro d'identification »
- Ajouter le nom et les coordonnées du contact presse du point de vente notamment en GMS quand il existe (email, téléphone et téléphone portable)
- Le cas échéant, préciser l'enseigne à laquelle est rattachée le point de vente
- Fournir le nom du mandat de rattachement du point de vente
- Chiffre d'affaires par tranches préétablies.

6.3 Interfaces informatiques et portails en ligne pour les diffuseurs

Disposition envisagée

Le distributeur propose des interfaces informatiques ou des portails en ligne sécurisés permettant aux diffuseurs de dialoguer avec le distributeur et d'avoir accès à des bases d'information nécessaires à leur activité.

Sans préjuger des technologies utilisées, le distributeur fournit, via un accès en ligne et via des interfaces logicielles (API), à chaque diffuseur :

- *un accès aux données le concernant au sein du référentiel des titres distribués ;*
- *un accès, pour son point de vente, à l'historique des exemplaires fournis et vendus de chaque parution au cours des 24 derniers mois ainsi que du chiffre d'affaires mensuel et de la commission*

générée ;

- *un moyen de transmettre des demandes de gestion courantes (mise en services, quantités servies, réapprovisionnement, restitution des exemplaires, etc.) ;*
- *un moyen d'ouvrir des tickets de réclamation et de suivre leur traitement par le distributeur.*

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.

Réponse SEPM

Nous sommes d'accord sur la disposition envisagée mais nous nous permettons de rajouter certains détails complémentaires.

Nous pensons que le diffuseur doit disposer dans son accès, de façon permanente, à la liste exhaustive des titres assortis et qu'il a acceptés dans son point de vente, avec leur statut (IPG, CPPAP, Hors CPPAP) ainsi qu'aux quantités qu'il aura choisies de déterminer afin de pouvoir vérifier rapidement la cohérence des titres et des quantités qui lui sont servis.

Par ailleurs, afin de mesurer sa performance et améliorer sa commercialité, il doit pouvoir connaître son chiffre d'affaires mensuel et son évolution mensuelle : au global, par famille de presse et au titre en se comparant aux performances de l'intermédiaire de distribution qui le livre sur la base des mêmes critères. Son poids en chiffre d'affaires (global, par famille et par titre) dans le chiffre d'affaires (global, par famille et par titre) de l'intermédiaire de distribution qui le livre sera un plus pour analyser sa performance.

Et comme actuellement, il doit pouvoir recevoir via cet outil, ses BL, BI, avis de réassort et autres documents de travail.

Enfin, pour rappel, la grande majorité des contacts se faisant via l'intermédiaire de distribution, celui-ci devra disposer des mêmes informations.

6.4 Interfaces informatiques et portails en ligne pour les éditeurs

Disposition envisagée

Le distributeur propose des outils informatiques sécurisés permettant aux éditeurs de dialoguer avec lui et d'avoir accès à des bases d'information nécessaires à leur activité.

Sans préjuger des technologies utilisées, il fournira, via un accès en ligne et via des interfaces

logicielles (API), des outils informatiques permettant notamment à chaque éditeur :

- d'accéder au référentiel des points de vente ;
- d'accéder aux données de ventes disponibles sur ses publications en cours de mise en vente ;
- d'accéder, pour ses publications, à l'historique des exemplaires fournis et vendus de chaque parution au cours des 24 derniers mois en précisant le détail du chiffre d'affaires mensuel généré, ainsi que les coûts de distribution du distributeur, d'une part, et des diffuseurs, d'autre part ;
- d'accéder aux informations lui permettant de définir le réglage des titres qu'il souhaite distribuer et, en particulier, les quantités maximales par point de vente pour les titres CPPAP hors IPG et hors CPPAP ;
- de transmettre le réglage de leurs titres ;
- d'effectuer un suivi logistique de toute parution confiée au distributeur ;
- de récupérer les données détenues par le distributeur sur une publication dans le cadre de la portabilité des données ;
- d'ouvrir des tickets de réclamation et de suivre leur traitement par le distributeur.

Question n° 15

Pensez-vous que les obligations proposées sont adaptées pour permettre à l'éditeur :

- 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.

Réponse SEPM

En plus « d'accéder aux informations lui permettant de définir le réglage des titres qu'il souhaite distribuer et, en particulier, les quantités maximales par point de vente pour les titres CPPAP hors IPG et hors CPPAP », l'éditeur doit pouvoir accéder, dans le délai le plus court possible (en temps réel pour les diffuseurs informatisés et disposant de caisses connectées), aux titres assortis et acceptés dans chaque point de vente même si aucune quantité maximale n'a été déterminée par le diffuseur dès lors que la revue d'offre et l'assortiment auront été faits. Ceci afin d'éviter d'envoyer des titres non assortis ou non acceptés par le diffuseur.

Par ailleurs, les outils doivent permettre de maintenir un dialogue entre l'éditeur et l'intermédiaire qui assure la dernière étape de la distribution aux diffuseurs, notamment sur les quantités prévues dans les réglages et proposées par l'éditeur afin de valider ou corriger celles-ci si besoin.

La profondeur de 24 mois est un bon niveau mais 36 mois pourraient être nécessaires notamment pour les éditeurs souhaitant utiliser l'intelligence artificielle pour effectuer leurs réglages.

Enfin, il conviendrait de rajouter que l'éditeur doit pouvoir accéder à toutes les informations financières et comptables concernant sa relation avec le distributeur (CRD, CCR, avis de virement, flux de trésorerie, etc.).

6.5 Open data

Disposition envisagée

Le distributeur fournit sur son site internet, en accès libre, dans un format ouvert et facilement exploitable, les données relatives à la disponibilité dans chaque point de vente des parutions, dont l'éditeur lui a confié la distribution. Les données rendues publiques sont les suivantes :

- désignation et adresse des points de vente desservis ;
- pour chaque point de vente :
 - *liste des parutions servies par le distributeur.*

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 ?

Réponse SEPM

Cf. le dernier paragraphe à la question N°12, il nous semble utile qu'un portail ou un site à destination du public et utilisant ces données permette, à celui-ci, de connaître les points de vente distribuant un titre en effectuant une recherche : au titre et sur un périmètre géographique restreint de points de vente.

Néanmoins, ces données de distribution de l'assiette du titre sont confidentielles et appartiennent à l'éditeur et ne doivent pas être rendues publiques. Il est donc important qu'en aucun cas l'assiette de distribution du titre ne puisse être reconstituée à travers les données mises en ligne.

7 Collecte du produit des ventes par le distributeur

Disposition envisagée

A compter du XX/XX/202X, le distributeur permet à tout diffuseur d'opter sans surcoût pour un système de remontée du produit des ventes dont chaque flux de facturation est basé exclusivement sur les ventes réelles de son point de vente.

Les ventes réelles peuvent notamment être déterminées :

- *à l'issue de la période de mise en vente, par différence entre les quantités fournies et les quantités invendues ;*

- *au cours de la période de mise en vente, via les informations transmises par les systèmes de caisse des diffuseurs équipés de matériel compatible complétés par une éventuelle régularisation à l'issue de la période de mise en vente par différence entre quantités fournies et quantités invendues.*

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 ?

Réponse SEPM

Cette idée de baser la facturation des diffuseurs exclusivement sur les ventes réelles a été maintes fois émise au cours des dernières années. Elle s'est systématiquement heurtée, malgré de longs débats entre l'ensemble des organisations professionnelles représentatives des distributeurs, des dépositaires, des éditeurs et des diffuseurs, sous l'égide de l'ancienne régulation, à la conclusion que beaucoup trop d'obstacles devaient être obligatoirement levés avant de pouvoir être mise en œuvre.

Le dernier débat à ce sujet a eu lieu au moment où il a été question, au travers de la SCIDP, de créer un SI commun pour l'ensemble de la filière en 2015/2016.

Après plusieurs longues semaines de débats ouverts et constructifs de la part de tous les participants, il a été décidé d'abandonner le projet car il remettait totalement en cause un fonctionnement, certes complexe du système de facturation de notre filière, mais rodé et qui fonctionne tout en ayant le soutien du plus grand nombre car amélioré au fil du temps notamment concernant la trésorerie des diffuseurs.

L'un des principaux obstacles, pour ne citer que celui-là, résidait et réside toujours dans la très grande hétérogénéité du réseau des 22 000 diffuseurs. Entre ceux qui ont des caisses connectées et ceux qui n'en ont pas, entre ceux qui sont sous enseignes et ceux qui ne le sont pas, entre ceux qui ont un système centralisé et ceux qui n'en ont pas, entre ceux qui avaient les moyens et le souhait d'investir dans de nouveaux outils et ceux qui n'en avaient pas les moyens et ceux ne le souhaitant pas, etc., il aurait fallu inventer toute une nouvelle organisation des flux informationnels et répondre à de nombreuses questions pour chaque profil et typologie de diffuseurs, avec à la clé une désorganisation prévisible, longue, risquée et couteuse en chiffre d'affaires doublée d'un coût financier très important que personne ne pouvait supporter (éditeurs, messageries, dépositaires et diffuseurs).

Nous ne pensons pas que cette disposition doive être incluse dans le cahier des charges des SADP compte tenu de son impact majeur sur l'ensemble des acteurs de la filière et de son fonctionnement mais faire l'objet d'un travail spécifique des organisations représentatives en vue de trouver une solution qui convienne à tout le monde et qui aille vers une simplification et une amélioration du système de facturation.

8 Portabilité des données

Disposition envisagée

Le distributeur fait droit gratuitement aux demandes de tout éditeur de bénéficier de la portabilité de l'ensemble des données qu'il détient concernant les journaux et publications périodiques qu'il distribue ou a distribué.

Ces données sont transmises dans un format ouvert et exploitable, conforme, le cas échéant, à une spécification sectorielle.

Le distributeur fournissant ces données doit, en outre, compléter cette fourniture par un mécanisme garantissant l'intégrité de ces données et pouvant être vérifié par un tiers à qui seraient transmises ces données.

9 Suivi de la qualité de service

Disposition envisagée

Le distributeur mesure et publie, en accès libre sur son site internet, la valeur d'indicateurs de qualité de service définis par une décision de l'Arcep adoptée dans les conditions de l'article 21 de la loi Bichet. Cette décision précise les périodes de mesures, la fréquence de publication ainsi que le périmètre géographique des mesures, qui ne peut être inférieur à la maille départementale, des indicateurs qu'elle définit.

Question n° 18

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

Réponse SEPM

Nous suggérons de mesurer mensuellement les indicateurs suivants :

Logistique :

- Taux de respect des dates de mise en vente chez les diffuseurs en % du nombre total de parutions livrées par "zone couverte par un mandat territorial donné ou opéré par la SADP" et décliné par périodicité, avec un suivi à J+1,J+2,J+3
- Taux de respect des quantités livrées aux "zones couvertes par un mandat territorial donné ou opéré par la SADP" par rapport à la quantité arrêtée après dialogue
- Taux de respect des quantités livrées et facturées aux marchands par rapport aux quantités arrêtées après dialogue en % du volume total (cumul de parution du mois)
- Taux de contrôle des invendus par "zone couverte par un mandat territorial donné ou opéré par la SADP". Afin de garantir la réalité des ventes et de la facturation finale sur tout le territoire métropolitain, il est indispensable que les SADP s'assurent du contrôle des invendus mensuel effectif et réel d'au moins 30% des marchands et d'au moins 30% des volumes via des contrôles

aléatoires selon le système A B C. Ces taux pourront idéalement tendre vers 50% ou plus si les capacités techniques et organisationnelles le permettent.

L'ensemble de ces suivis devra être publié avec un historique sur une année glissante afin d'en mesurer l'évolution.

Ces suivis permettront aux éditeurs de valider que les SADP respectent bien leurs engagements et à défaut de les respecter, de mettre en place les actions correctives.

Réassortiment :

- Nombre de titres disponibles en réassortiment et nombre de commandes de réassortiment par titre et au total (en exemplaires et en CA)
- Taux de demandes de réassort livrées sous 48h /72h
- Taux de demandes de réassort non livrées en raison des ruptures

Santé et suivi du réseau :

- Suivi mensuel de l'évolution des ouvertures et des fermetures des points de vente par zone territoriale et par typologie de point de vente et tranche de taille de mètre linéaire (cf. observatoire du CSMP) et suivi des actions de la SADP
- Taux de couverture du front de vente : par la force commerciale dédiée de la SADP et par les forces commerciales appartenant aux intermédiaires de la distribution des zones couvertes par un mandat territorial donné (en DN et en DV)
- Nombre de réclamation de diffuseurs et % traitées et résolues

Suivi de l'application de l'accord sur les règles d'assortiment

- Nombre de points de vente assortis sur le mois par « zone couverte par un mandat territorial donné ou opéré par la SADP » et au total
- Nombre de réclamations pour réception de titres non assortis par mois (par point de vente et par titre) par « zone couverte par un mandat territorial donné ou opéré par la SADP » et au total
- Nombre de réclamations pour quantités incohérentes par mois par « zone couverte par un mandat territorial donné ou opéré par la SADP » et au total

Partie financière :

- Respect des délais de paiement des éditeurs et des diffuseurs en nombre de jours et en RI/RD

10 Efficacité, transparence et non-discrimination

10.1 Publication des conditions techniques tarifaires et contractuelles des prestations

Disposition envisagée

Le distributeur rend accessible publiquement et sans restriction sur son site internet les conditions techniques, tarifaires et contractuelles de l'ensemble de ses prestations relatives à la distribution de titres de presse en vigueur et les y maintient pendant une durée de deux ans après la fin de leur validité.

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 ?

Réponse SEPM

Nous abondons dans le sens du régulateur quant à la nécessité de transparence des SADP vis-à-vis de l'ensemble des éditeurs et diffuseurs. Nous confirmons l'importance qu'aucune prestation puissent être considérée comme hors barème.

La durée de mise à disposition de deux ans après la fin de leur validité des conditions techniques, tarifaires et contractuelles de l'ensemble de ses prestations relatives à la distribution de titres de presse nous semble cohérente.

10.2 Vérification de l'application effective des conditions techniques tarifaires et contractuelles des prestations

Disposition envisagée

Le distributeur fait certifier chaque année par ses commissaires aux comptes que seules les conditions techniques, tarifaires et contractuelles en vigueur sont appliquées à ses clients.

Ceux-ci vérifient notamment la conformité des recettes au regard des conditions techniques tarifaires et contractuelles en vigueur des prestations réalisées par le distributeur et s'assurent qu'aucun éditeur ne bénéficie de conditions particulières, en dehors de celles publiées par le distributeur.

Le distributeur communique à l'Arcep les conclusions complètes produites à ce titre par ses commissaires aux comptes.

10.3 Prévisions budgétaires

Disposition envisagée

Le distributeur est tenu de transmettre à l'Arcep au plus tard le 30 octobre de chaque année (année « N ») :

- *une prévision budgétaire détaillée et étayée (compte de résultat, flux de trésorerie, structure*

de financement tels qu'apparaissant dans le bilan) pour l'année suivante (année « N+1 ») avec une présentation détaillée des hypothèses structurantes, l'analyse des conséquences que pourrait avoir sur la prévision budgétaire une variation de ces hypothèses ainsi qu'une description des actions qui s'imposeraient, en pareille circonstance, pour préserver l'équilibre économique du distributeur ;

- une projection préliminaire du plan d'affaires pour les deux années suivantes (années « N+2 » et « N+3 ») ;

- une actualisation de la situation budgétaire (compte de résultat, flux de trésorerie, structure de financement tels qu'apparaissant dans le bilan) pour l'année en cours (année « N ») en expliquant de manière détaillée et étayée les raisons des écarts constatés, le cas échéant, par rapport aux prévisions transmises l'année précédente.

10.4 Prestataires externes

Disposition envisagée

Le distributeur peut avoir recours pour l'exercice de son activité à une ou plusieurs sociétés tierces. Il conclut avec elles des conventions qui garantissent le maintien des obligations définies par la loi Bichet et le présent cahier des charges. Le distributeur reste seul responsable de l'exécution de ces obligations.

Dans ce cas, il organise sa comptabilité de sorte que l'Arcep puisse effectivement réaliser la vérification de ses conditions tarifaires et il s'assure que les principes de rémunération des prestataires externes sont conformes aux principes tarifaires énoncés au 2° de l'article 18 de la loi Bichet.

11 Procédure de demande d'agrément

Disposition envisagée

✕ Modalités de dépôt de la demande :

L'agrément fait l'objet d'une demande rédigée en français, adressée à l'Arcep par lettre recommandée avec demande d'avis de réception ou via l'interface de saisine par voie électronique mise à disposition par l'Arcep.

✕ Contenu de la demande :

La demande comporte les informations suivantes :

1° Informations relatives au demandeur :

- a) L'identité du demandeur (dénomination, siège social, immatriculation au registre du commerce et des sociétés ou au répertoire des métiers, statuts) ;

- b) La composition du capital ;

- c) Présentation des personnes physiques ou morales détenant plus de 5% du capital ou des droits de vote ;

- d) Les comptes sociaux annuels des deux derniers exercices si existants ;

e) *La description des autres activités exercées par le demandeur ou le groupe auquel il est rattaché ;*

f) *L'information sur les accords de partenariat industriel, commercial et financier conclus dans le domaine des activités de la distribution de la presse et la description des accords envisagés pour l'activité faisant l'objet de la demande ;*

g) *Une attestation de versement de cotisations, délivrée par les organismes compétents, prouvant que le demandeur a satisfait à ses obligations sociales.*

2° Description des caractéristiques logistiques et financières du projet faisant l'objet de la demande :

a) *La nature, les caractéristiques et la zone de couverture géographique que propose de couvrir le candidat, le schéma territorial sur lequel il s'engage ainsi que le plan de continuité de distribution de la presse associé ;*

b) *Le calendrier détaillé de mise en service de l'activité de distribution ;*

c) *Les modalités d'exercice ou de sous-traitance.*

3° Description des autres caractéristiques du projet (commerciales notamment) ;

4° Informations justifiant la capacité technique à réaliser le projet ;

5° Informations justifiant la capacité financière à réaliser le projet, portant sur une période d'au moins trois années suivant la délivrance de l'agrément et mentionnant le plan d'affaires, les investissements et les financements prévus.

✕Examen des demandes

Dès qu'elle reçoit une demande d'agrément, l'Arcep en accuse réception.

Si la demande est incomplète, elle en informe le demandeur dans un délai de deux mois par lettre recommandée avec demande d'avis de réception et l'invite à transmettre les informations manquantes.

L'octroi de l'agrément fait l'objet d'une décision expresse de l'Arcep qu'elle publie sur son site internet [et au Journal Officiel de la République française].

✕ Mise à jour postérieure à l'agrément

Conformément à l'article 19 de la loi Bichet, toute modification apportée aux informations fournies à l'appui de la demande d'agrément, notamment tout changement significatif dans sa situation financière, est communiquée par le distributeur à l'Arcep dans un délai d'un mois à compter de l'acte ou de la circonstance ayant donné un fondement légal à cette modification.

Le distributeur est tenu de faire droit, sous un délai d'un mois, à toute demande de l'Arcep de lui transmettre une version mise à jour des éléments constituant son dossier de demande d'agrément.

En cas de modification du cahier des charges au vu duquel il a été délivré, le titulaire de l'agrément est invité, dans un délai raisonnable, à se conformer aux nouvelles prescriptions qu'il comporte.

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.

Réponse SEPM

En préalable, nous nous permettons de regretter que les dépositaires ne disposent pas d'une existence légale dans le cadre de la loi Bichet. En effet, leur réalité opérationnelle est indéniable et indispensable ainsi que leur proximité quotidienne avec les points de ventes qui sont les acteurs de la distribution principalement concernés par la réforme de la loi.

Par ailleurs, considérant que le réseau de distribution et notamment les points de vente sont pollués » par des éditeurs « non vertueux » qui profitent que la Loi leur donne accès au réseau de distribution, nous préconisons la création d'une commission composée de représentants des organisations professionnelles représentatives, placée sous l'autorité de l'ARCEP, pour traiter les signalements : de cas de faux N°1, de fausses nouveautés, de titres ne respectant pas les règles de la profession ainsi que d'éditeurs qui contourneraient régulièrement et de façon répétitives les règles de la profession.

Cette commission statuerait sur la réalité de ces agissements et de leurs auteurs, ce qui permettrait à l'ARCEP de prendre des sanctions à leur encontre pour mettre fin à leurs agissements.

Il nous semble également nécessaire que l'ARCEP fixe des objectifs et responsabilise les SADP par rapport aux décisions qu'elle est amenée à prendre et notamment la mise en place des outils permettant le déploiement des règles d'assortiment et le respect de celui-ci.