

Contribution à la Consultation Publique de l'ARCEP sur 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 modifiée (dite loi Bichet)

02-11-20

Avertissement

Le signataire de la présente contribution, ex-président du SAEP et actuel membre du bureau du syndicat, souhaite exprimer ici des considérations d'intérêt général dans la lignée des diverses contributions qu'il a déjà apportées par le passé dans le cadre de la révision de la loi Bichet ou des rapports Rameix, Schwartz ou auprès de l'ARCEP... Mais elle ne constitue pas une position officielle du SAEP, au regard de divergences avec les orientations de la messagerie MLP, dirigées par des membres et anciens dirigeants de ce syndicat.

Considérations d'ordre général

Nous apprécions la formulation détaillée de la Consultation proposée et l'objectif affiché de parvenir à un ensemble de dispositions efficaces, notamment dans sa prise en compte des problèmes spécifiques aux diffuseurs et aux petits éditeurs. Nous remercions l'Autorité d'avoir visiblement pris en compte nos différentes interventions et témoignages, ainsi que ceux des représentants des diffuseurs souhaitant avec nous une évolution profonde des règles de la distribution.

Nous apprécions également que l'ARCEP ait rétroqué récemment les dispositions des barèmes des messageries actuelles favorisant des remises en volumes à certains éditeurs.

Nous devons toutefois alerter l'Autorité sur le fait qu'aucune des messageries ni aucun des grands éditeurs n'entend renoncer à un système fondamentalement basé sur l'opacité de leur activité aboutissant à faire porter la charge financière de la distribution, en premier lieu aux diffuseurs marchands de presse, en second lieu aux petits éditeurs de magazines à périodicité longue et prix facial élevé. Cette opacité et les arrangements qui en découlent risquent de polluer les SADP prévues par la loi Bichet modifiée, de la même manière qu'elles ont abouti aux dérives passées et actuelles des messageries.

Il nous semble particulièrement fondamental dans la réflexion qu'elle mène actuellement, que l'ARCEP considère les diffuseurs et les éditeurs, éléments principaux de la chaîne de distribution, comme des entités indépendantes représentées par des individus, des chefs d'entreprise, des familles qui vivent de leur métier. Les erreurs du passé proviennent toutes de la faveur donnée dans les décisions collectives aux groupes de pression les plus puissants, jugés à tort par les pouvoirs publics comme représentatifs de l'intérêt général. La liberté de la presse sert trop souvent d'alibi commode pour défendre des pratiques qui relèvent davantage aujourd'hui d'une compétition économique entre les éditeurs, aidés en cela par la mainmise par leurs institutions sur l'organisation logistique et financière de la distribution.

Le cahier des charges des SADP doit donc être conforme à l'intérêt général des individus acteurs du marché de la presse, éditeurs et diffuseurs, et d'eux seuls, et s'élaborer à l'écart de toutes les pressions exercées aujourd'hui et demain par des entreprises ou des organisations professionnelles qui ne représentent les intérêts que des groupes les plus puissants ou de ceux qui disposent du temps et des moyens à consacrer pour en prendre le contrôle, toujours à l'œuvre pour défendre un statu quo, des intermédiaires peu contrôlables, un arrangement statutaire des mêmes flux, et une opacité générale entretenue en leur faveur. Nous remercions l'ARCEP de nous donner l'impression d'avoir clairement conscience du problème posé, et nous espérons vraiment qu'elle aura les moyens de faire respecter sa mission dans l'intérêt de nos petites entreprises.

Beaucoup se réclament de défendre les petits éditeurs et les diffuseurs, en affirmant défendre une résilience du marché de la presse via la qualité de l'offre, notamment de petites publications à centre d'intérêt, généralement nées de la passion d'individus, qu'elle soient CPPAP ou hors CPPAP. Dans la réalité, les petits éditeurs dont on vante la créativité exercent sous forme de TPE et ne maîtrisent généralement rien de la diffusion de leurs publications, et se contentent faute de mieux d'accepter ce qui leur est attribué par les entreprises de distribution aux échéances de règlement qu'elles ont elles-mêmes déterminées, de même qu'une majorité de diffuseurs. Celles-ci n'ont aucun intérêt concret à changer leurs pratiques, et notamment, remettre en cause leur mainmise sur l'information.

À ce titre, nous pensons que l'actuelle Consultation Publique portant sur les missions des SADP ne peut se considérer sans son lien sous-jacent avec l'Assortiment. Si l'ARCEP prend pour principe fondamental de mettre les individus, éditeurs et diffuseurs, au cœur de la structuration des SADP – et certaines dispositions proposées nous semblent aller dans ce sens –, elle empêchera que l'Assortiment deviennent le bras armé des majors et des messageries pour maintenir un statu quo de déversement vertical des publications vers les diffuseurs.

Nous pensons que le caractère fondamental « du croire » du marché d'offre qu'est la presse n'interdit pas le dialogue commercial entre ceux qui produisent et ceux qui vendent les publications. Et qu'au contraire, toutes les dispositions réglementaires améliorant les possibilités effectives de ce dialogue direct, sans intermédiaires, grâce aux outils actuels de communication, ne pourra qu'être en faveur des objectifs initiaux de la révision de la loi Bichet et de la mission confiée à l'ARCEP.

Précision : afin de nous concentrer sur les dispositions qui touchent directement à notre activité, nous n'avons pas apporté de réponse à toutes les questions de la consultation, certaines pouvant faire l'objet de débats ultérieurs.

Question n°1

Bien que cet élément soit abordé dans les chapitres 6.3 et 6.4 de la proposition, et pourraient y être éventuellement cantonnés, il nous semble que l'un des points fondamentaux d'une évolution favorable de la distribution de la presse est l'information.

Si on laisse la disposition 3.1 envisagée en l'état, rien ne change fondamentalement dans les obligations initiales du distributeur, et l'on peut même dire que les deux messageries actuelles s'y conforment. Or, dans l'article 12 de la loi Bichet « *les niveaux de service attendus du point de vue logistique et financier* » ne peuvent s'entendre sans l'information, sans les données d'analyse objective des flux que sous-entendent ces services. Un éditeur aujourd'hui bénéficie des services logistique et financier de sa messagerie, mais il n'a absolument aucune visibilité sur ce que ces services révèlent de son activité, cette information lui est inaccessible. Alors que les messageries disposent de relevés de caisse quotidiens, ne sont fournis aux éditeurs que des outils détournés de cette manne de données : des sondages, des vitesses de vente – vendus comme des services payants –, et des éléments d'appréciation généraux d'un secteur d'activité, sans que leur soient communiquée la réalité de leurs chiffres de vente en temps réel¹. Il y a donc une volonté « récurrente » des distributeurs actuels de ne pas satisfaire à ce besoin d'information.

Il nous paraît donc judicieux que la disposition initiale du cahier des charges indique noir sur blanc cette obligation d'information pour un distributeur. La rejeter aux chapitres ultérieurs ne lui donnera pas ce caractère impératif. Or, si l'on veut que le système change, le devoir fondamental du distributeur ne doit pas être de proposer seulement une offre logistique et une organisation de type bancaire – ce que n'importe qui peut faire à peu de frais –, mais bien de disposer d'un outil d'information adapté à l'activité des éditeurs et des diffuseurs pour les informer de leurs ventes respectives en temps réel.

Nous relevons au 6.1 « *L'évolution des systèmes d'information ne pourra être immédiate et nécessitera des échanges entre les acteurs de la filière que l'Arcep souhaite encourager* ». L'échec retentissant et du projet de « SI commun » piloté par Presstalis, la conservation par les messageries actuelles d'outils informatiques ayant leur origine au XXe siècle militent pour l'abandon de toute notion d'outil commun. Et même la définition par les acteurs de la place d'un langage commun pourraient être fortement diluée dans le temps.

Considérons aujourd'hui qu'un développeur indépendant pourrait tout à fait inventer un outil simple et innovant, et adopté facilement par un grand nombre d'entreprises, sans forcément se conformer aux élucubrations des groupes de pression sur des machines à gaz dont on a compris qu'elles servaient davantage à maintenir le statu quo qu'à moderniser le système. Nous relevons là un vrai risque que ces « *échanges entre les acteurs* », fort souhaitables au demeurant, soient utilisés par certains comme un moyen efficace d'empêcher l'adoption rapide de normes communes, et donc la mise en œuvre pratique de l'assortiment ou la remontée rapide du produit des ventes.

¹ Par temps réel, nous entendons bien sur la base d'un relevé quotidien.

Aujourd'hui, sur la base de la détection des ventes en caisses enregistreuses avec un référentiel normalisé sur les codes à barres, n'importe quel développeur informatique peut proposer un outil efficace, a priori très peu coûteux, pour dispatcher de la data aux différents maillons de la chaîne. Le référentiel proposé par l'ARCEP au 6.2 est à l'évidence une base de données élémentaire, facilement partageable via les codes éditeur / numéros de mandats diffuseurs et code à barres des publications. Il suffit d'y connecter les relevés de caisse, et d'éventuels modèles d'affichage adaptés aux différents métiers et l'ensemble de la chaîne d'information est complète.

On ne peut imaginer optimiser les flux financiers, réduire les volumes d'inventures et améliorer la rentabilité des entreprises si un éditeur ne sait pas ce que vend sa publication en n'importe quel point du territoire, et si un diffuseur ne peut disposer sans délai de l'état réel du produit de ses ventes.

Nous suggérons donc que s'ajoute à la disposition envisagée, à la suite des deux alinéas proposés :

- *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.*
- **les modalités d'information quotidienne, d'une part de l'éditeur sur les ventes effectives de ses publications, et d'autre part du diffuseur sur le chiffre d'affaires et les commissions effectives à percevoir sur les ventes.**

Et nous entendons bien ce service comme une obligation de service gratuit.

Question n°2

Nous pensons que la seconde option est plus proche de l'esprit de la loi Bichet et du libre choix par l'éditeur de son mode de distribution (en direct ou via un distributeur). Le distributeur – qui n'est qu'un intermédiaire de diffusion et non une entreprise à vocation commerciale – aurait bien pour obligation d'accepter la distribution de toutes les publications de même périodicité que celles qu'il souhaite distribuer.

Toutefois, il nous semblerait judicieux de réviser complètement les catégories proposées.

En effet, si l'on s'en tient à l'examen des travers du système actuel, les éditeurs de presse quotidienne IPG ont imposé la prise en charge des surcoûts liés à la distribution de leur publications par les éditeurs non IPG via la péréquation.

Cette ponction de chiffre d'affaires grève très gravement nos entreprises, alors que la liberté de la presse garantie par les dispositions de la loi Bichet en faveur de la presse quotidienne IPG est d'intérêt public et justifie son financement par l'impôt.

La périodicité n'est donc pas le critère de discrimination idéal pour catégoriser les distributeurs. Il serait beaucoup plus simple de catégoriser les distributeurs en deux classes :

- les distributeurs de presse quotidienne IPG uniquement dévolus à cette mission d'intérêt public. Ces entreprises auraient vocation à ce titre à bénéficier d'aides directes de l'Etat pour équilibrer des comptes très probablement déficitaires au vu de la situation actuelle des quotidiens. Émanation des éditeurs ou entreprises indépendantes, ces distributeurs auraient interdiction de distribuer tout autre catégorie de presse.

- les distributeurs de presse non quotidienne². Ceux-ci devraient accepter toute publication en faisant la demande, avec notamment l'obligation de distribuer les publications non quotidiennes des éditeurs de presse quotidienne IPG des éditeurs en faisant la demande.

Aujourd'hui, on peut considérer que les aides directes de l'Etat à la presse IPG représentent bien davantage que les besoins strictes de prise en charge de la distribution des seuls quotidiens, et que la péréquation appliquée à l'ensemble des publications non IPG représente également bien davantage que les besoins stricts de la distribution de la presse IPG dans son ensemble.

En effet, la presse IPG non quotidienne n'impose aucun surcoût particulier en matière de distribution par rapport à la presse non IPG.

Les éditeurs de presse IPG bénéficient d'aides importantes de l'Etat sous des formes très diverses. Il paraît anormal que la part de leurs publications relevant d'une presse non quotidienne et non IPG (exemple *M le magazine du Monde* ou un *hors-série du Figaro consacré à Tintin*) bénéficient d'avantages spécifiques appliqués à la presse IPG.

Précisons cette approche :

- Un distributeur ne pourrait pas à la fois distribuer la presse quotidienne IPG et le reste de la presse.
- Un éditeur de presse quotidienne IPG ne pourrait pas faire distribuer ses publications non quotidiennes IPG par le distributeur de son quotidien.

Une telle catégorisation permettrait une révision substantielle à la baisse des aides de l'Etat à la distribution de la presse et la suppression de la péréquation.

En effet, les comptes du distributeur de presse quotidienne IPG, exerçant exclusivement cette activité, seraient équilibrés en cas de déficit (probable) via des aides et subventions d'Etat mais spécifiquement pour cette activité d'intérêt public. Il n'y aurait ainsi pas de vase communicant entre les aides versées pour les besoins spécifiques de distribution de la presse quotidienne IPG, et un contour flou d'activités annexes de leur éditeurs bénéficiant indirectement d'un financement occulte non justifié.

² Nous pensons qu'il n'y a pas lieu de considérer de presse quotidienne non IPG, inexistante aujourd'hui ?

Les comptes du distributeur de presse non quotidienne seraient équilibrés, via les aides à la distribution des publications IPG non quotidiennes, uniquement pour compenser les surcoûts engendrés éventuellement par la distribution prioritaire sur tout le territoire des titres hebdomadaires ou autre IPG à l'initiative de l'éditeur (mais il n'est pas certain que de tels surcoûts soient très importants). Là encore, une meilleure efficacité des aides par l'identification précise de leur destination éviterait une déperdition de moyens.

Nous pensons que les catégories définies selon la périodicité ou le concept de flux chaud/flux froid, ne résolvent pas le problème des surcoûts spécifiques que la distribution de la presse quotidienne IPG fait peser au réseau de distribution de la presse et aux éditeurs de presse non quotidienne non IPG.

Il semblerait plus clair en terme de visibilité et de financement de scinder la répartition des publications et la définition de la mission d'un distributeur selon ce critère spécifique de « presse quotidienne IPG » ou non, en interdisant à une SADP d'exercer les deux fonctions.

À l'inverse, mêler les deux activités sur une même entreprise de distribution oblige presque systématiquement à faire payer les uns pour les autres, sans justification éthique ou commerciale – jusqu'à des aberrations économiques et morales comme la péréquation –, sans réel moyen de contrôle des transferts de charges opérés ni de l'affectation effective des aides distribuées par les pouvoirs publics.

Question n°4

L'ARCEP pointe bien le risque de voir des distributeurs choisir les régions les plus rentables. Il n'est pas certain qu'une pixelisation du marché soit souhaitable, et objectivement on ne voit pas ce que les éditeurs auraient à y gagner.

Questions n°6 et n°7

Il semble logique que le distributeur soit contraint de récupérer à ses frais les exemplaires en excès, parce qu'il a la charge du contrôle des quantités acheminés aux points de vente.

Toutefois, ce n'est généralement pas lui qui est directement responsable des fournis excédentaires, mais bien certains éditeurs, qui peuvent avoir une capacité à opérer un chantage au chiffre d'affaires auprès du distributeur.

Responsabiliser le distributeur va dans le bon sens pour éviter les mises en place excédentaires ou une mauvaise répartition dans les points de vente par le dépositaire régional, mais sanctionner les éditeurs qui inondent le marché hors de proportion pour optimiser leur avance financière obtenue du distributeur paraîtrait plus efficace.

Question n°8

La formulation de la disposition semble efficace pour éviter les fausses « nouveautés », les fausses « nouvelles formules » et les remises en vente abusives de produits reconditionnés. Il faut toutefois se méfier de l'inclination de nombreuses entreprises, éditeurs et distributeurs, à détecter toutes les failles des règlements passés pour éviter toute contrainte à leur habitude de saturation des rayons.

Pour les vraies nouveautés, il est difficile de déterminer si le diffuseur peut avoir une compétence à juger des quantités livrées. L'expérience d'un professionnel pourra lui indiquer un excès de fournis dans une famille de produits donnés pour un niveau de prix donné, mais ce n'est sans doute pas le cas général. On pourrait imaginer un référentiel normalisé, mais, au-delà de sa complexité à définir, il ne préjugerait pas du succès éventuel d'une publication innovante, et serait coercitif. Il serait plus simple d'établir un *modus operandi* responsabilisant l'éditeur sur les volumes fournis, tout en assurant grâce à la communication à l'éditeur des ventes réelles que les excédents de fournis seront éliminés rapidement sur d'éventuelles parutions suivantes.

Le dialogue effectif entre l'éditeur et le diffuseur via les outils de communication permettrait à ce dernier d'accepter une quantité de fournis raisonnables de son point de vue (c'est lui qui connaît le mieux le potentiel de sa clientèle), d'en négocier l'ajustement en plus ou en moins avec l'éditeur sur sa proposition, tout en ayant recours à un véritable service de réassort rapide chez le distributeur.

Nous avons plusieurs fois proposé que les avances consenties à l'éditeur par le distributeur lors de la parution soient remplacées par le règlement à échéance, au plus tard hebdomadaire, des ventes réelles relevées dans le réseau. Si l'on considère le montant actuel des avances versées et les vitesses moyennes de vente des publications, ce dispositif couvrirait pour l'éditeur une grande part de ses frais de production au même titre qu'une avance, voir bien davantage. Ce dispositif éliminerait l'intérêt d'imprimer des quantités hors de proportion des ventes, justement financées par le dispositif de ces avances. D'autre part, en cas de succès, on sait que les éditeurs peuvent réagir très rapidement pour réalimenter les points de vente. Supprimer à la base l'intérêt de produire des invendus via un règlement immédiat des ventes réelles semble relever du bon sens.

Question n°9

La qualité du réassort est au cœur d'un dispositif efficace d'amélioration des ventes. Optimiser les fournis pour l'éditeur représente une économie de moyens. Imprimer 2 ou 3 titres pour en vendre un est un énorme gâchis. Là encore la disposition va dans le bon sens en permettant à l'éditeur d'être efficace sur la dynamique commerciale d'exploitation d'un titre. Mais les outils du distributeur devraient également permettre la réaffectation de quantités localement disponibles, notamment sur des nouveautés qui peuvent végéter parce que mal placées dans un point de vente alors qu'elles sont à la limite de la rupture dans un

point de vente localement plus fréquenté, au lieu de faire appel à un réassort depuis un stock immobilisé dans le dépôt central du distributeur, et servant finalement très peu. L'optimisation tient alors à la qualité du dialogue permise par le système d'information mis en place par le distributeur, et la possibilité pour l'éditeur comme le diffuseur d'alerter efficacement le distributeur.

Question n°10

Nous ne reviendrons pas sur la problématique d'une comptabilisation des invendus puisque la disposition proposée n'en fait pas mention, et nous sommes totalement en accord avec cette omission. En effet, c'est bien l'établissement des chiffres de ventes via la comptabilisation des invendus qui est au cœur de tous les défauts du système financier mis en place par les messageries de presse, entre des diffuseurs facturés immédiatement des fournis et des éditeurs payés de leurs ventes réelles à des échéances lointaines (M+4 de la mise en vente pour un trimestriel), tandis que l'essentiel du flux financier est conservé dans l'intervalle par les intermédiaires de la distribution.

Une comptabilisation des ventes réelles quotidienne sur des relevés de caisse rendus obligatoires aurait ainsi l'avantage de supprimer la comptabilisation des invendus, laissée aujourd'hui à la responsabilité du dépositaire ou du distributeur, et ne couvrant pas l'intégralité des volumes ni la totalité des publications. Cette lourde charge de travail quotidienne pour le diffuseur est aussi source d'erreurs dans son établissement des relevés d'invendus, en l'absence de contrôle détaillé chez les dépositaires, voire de fraudes. Actuellement, sur l'argument de la responsabilité « du croire » des acteurs de la distribution, le système sanctionne ainsi le point de vente via les invendus sur les vols, sur des exemplaires mal rangés, les « trop vieux », mais sans réel bénéfice pour l'éditeur. La déresponsabilisation des points de vente par leur manque de capacité à maîtriser l'économie de leur activité n'est guère plus favorable à l'activité générale que ce type de sanctions.

Nous insistons depuis longtemps sur le fait que le non-équipement de certains points de vente en caisses enregistreuses est un faux problème servant d'argument au maintien du statu quo concernant l'établissement des ventes par comptage des invendus. L'avenir de la presse en tant que marché ne peut s'écrire différemment du reste du commerce, et les ventes n'être autre chose que des paiements effectivement réalisés en caisse sur le point de vente. Nous pensons donc qu'il n'y a aucune raison de sophistiquer le traitement des invendus, avec leur destruction et recyclage d'une part, leur récupération à sa demande par l'éditeur d'autre part.

Nous notons que la disposition envisagée à la suite précise effectivement pour les besoins statistiques de l'ARCEP que le Taux d'invendus est obtenu par comptage de la différence entre les exemplaires fournis et les ventes réelles sur le nombre de fournis, et non comme précédemment par le nombre d'invendus sur le nombre de fournis. Une avancée fondamentale !

Pour répondre précisément à la question posée :

- non, il n'est pas nécessaire de préciser davantage un délai de récupération des invendus par le distributeur puisqu'il peut l'opérer en fonction des tournées de dépôt de publications qu'il établit, éventuellement avec les dépositaires, dans les points de vente, ou via un service de récupération dédié, sous-traité éventuellement à un recycleur, ou tout autre système à sa convenance.
- il n'y aucune raison de tracer les invendus si l'on considère le système de vente comme fiable. En revanche toutes les données de leur comptabilisation pour chaque parution par la différence fournis moins ventes réelles près sont essentielles pour permettre au système dans son ensemble d'améliorer son efficience.
- on peut imaginer pour le diffuseur un système très simple à la relève pour discriminer les invendus partant vers une benne de recyclage et ceux vers une récupération par l'éditeur. Ou tout autre dispositif équivalent.
- le traçage des invendus avait parfois pour argument d'éviter les détournements, c'est un épiphénomène. Globalement, il paraît peu probable que soient détournés du recyclage les invendus d'un éditeur ayant choisi leur destruction...

Nous considérons avec d'autres, qu'un système de règlement des diffuseurs et des éditeurs basé sur les ventes réelles, et non sur la comptabilisation des invendus, aurait comme vertu de supprimer l'intérêt de mettre en distribution des quantités très supérieures aux ventes effectives d'une publication. Et qu'avec les autres dispositions, le système s'équilibrera progressivement pour éviter les afflux d'encyclopédies, de fausses nouveautés, de copies opportunistes, etc... dans les points de vente. D'autant plus si les excédents de fournis font l'objet de sanctions des éditeurs et du distributeur.

Question n°12

La relation commerciale dans le domaine de la distribution de la presse n'est pas différente de tous les autres secteurs commerciaux, toute la chaîne de distribution n'étant que l'intermédiaire entre un producteur (l'éditeur) et un vendeur (le diffuseur). Il apparaît donc essentiel que les systèmes d'information mis en œuvre par n'importe quel maillon de la chaîne de distribution proposent des interfaces adaptées aux besoins spécifiques de l'éditeur comme du diffuseur.

Nous pensons, avec d'autres, que le distributeur et d'éventuels prestataires intermédiaires entre l'éditeur et le diffuseur ne doivent pas être en mesure de disposer de la maîtrise des données d'information pour eux-mêmes. Même s'ils s'y opposent actuellement, selon l'esprit de la loi, c'est bien au diffuseur via l'assortiment de mettre en œuvre une relation commerciale avec l'éditeur, et celui-ci d'en suivre l'évolution. Des prestataires peuvent se voir déléguer les fonctions nécessaires de cette relation commerciale, mais les interfaces des SI doivent permettre à un éditeur individuel de gérer en direct sa relation commerciale avec le diffuseur de son choix.

Beaucoup affirmerons que tout cela est très compliqué et lourd à mettre en œuvre. En fait il n'en est rien, puisque les données nécessaires à l'éditeur comme au diffuseur, sont essentiellement un état des fournis mis en place et des ventes, relevées en caisse. Ces éléments figurent déjà dans les SI des messageries mais ne sont (volontairement) pas mises à disposition des éditeurs et des diffuseurs.

Nous pensons que la disposition est inadaptée dans sa formulation actuelle, et n'entraîne pour le distributeur qu'un dialogue « filière » dont on a pu voir par le passé qu'il pouvait être complètement détourné de son objet. D'autant que le dialogue « filière » est généralement univoque dans le sens des éditeurs qui délèguent les choix techniques à leur distributeur...

Nous avons déjà relevé que les SI que maîtrisent les distributeurs existants ne disposent d'aucune interface éditeur ou diffuseur sur les données collectées en temps réel. C'est bien là que réside le cœur des évolutions favorables à nos métiers.

Seul un dialogue direct entre éditeurs et diffuseurs – via éventuellement un groupe de travail au sein de l'ARCEP - sans intégrer d'emblée dépositaires et distributeurs, permettrait de normaliser les éléments d'information devant figurer dans les interfaces de gestion des uns et des autres. Ces normes d'interfaces « diffuseur » et « éditeur » en temps réel, serviraient de référentiel pour la mutualisation des systèmes d'information. On peut d'ailleurs considérer que les référentiels concernant l'activité propre aux distributeurs et dépositaires figurent déjà dans les SI en opération et n'ont pas besoin d'être réinventés.

Il faut insister sur le fait que ces interfaces ne doivent pas être réduites à l'affichage de récapitulatifs ou de statistiques, mais bien à des données individuelles mises à jour en temps réel. Ces données essentielles seront finalement peu nombreuses : références éditeur / titre / parution / prix facial / date de parution / relève / code barème (induits par le code à barres actuel), nombre de fournis au point de vente, ventes du jour. Divers récapitulatifs pourront être mis à disposition : relevé des ventes de la semaine, totaux, montants mis au règlement, cumul de points de vente, total ventes/fournis d'une parution, etc...

Les états statistiques nécessaires aux évaluations sectorielles de l'ARCEP pourront directement être déduites de ses données.

Question n°13

Nous considérons la formulation un peu trop vague.

Nous pensons qu'il est aujourd'hui nécessaire qu'un diffuseur ne puisse obtenir un mandat sans disposer d'une interface connectée de saisie de la vente (y compris pour les colporteurs, parce que rien n'empêche qu'ils soient eux-même équipés via une API sur mobile).

Les données à maintenir par le distributeur seront donc plus détaillées pour chaque point de vente et formulées ainsi de manière à intégrer la nécessité d'un relevé et d'une mise à disposition quotidienne.

En remplacement de la mention existant dans la disposition envisagée, nous proposons :

Pour chaque point de vente (par parution – i.e. même code source³ –):

- quantités fournies à la parution
 - quantités en réassort (date de demande / date de livraison)
 - quantités vendues du jour
 - chiffre d'affaires de détail du jour
 - quantités invendues du jour (soit le stock disponible de la parution en cours de vente, ou le volume des invendus après la relève) par différence entre fournis + réassort moins ventes cumulées
- + cumuls quotidiens, récapitulatifs de la parution...

Ces données sont déjà disponibles dans les SI des distributeurs existants pour les points de vente équipés de caisses enregistreuses.

Des données spécifiques aux diffuseurs peuvent leur être nécessaires, notre formulation n'est qu'une approche des besoins communs à nos activités.

Question n°14 et n°15

Ces dispositions, nous l'avons dit, vont dans le bon sens mais ne sont évidemment pas assez exigeantes. Nous notons que pour les diffuseurs comme pour les éditeurs la formulation actuelle renvoyant à un « chiffre d'affaires mensuel » les laissent dans le flou de connaître leur niveau d'activité en temps réel.

Ceci doit être revu, éditeurs comme diffuseurs n'ont pas besoin en priorité de récapitulatifs, mais bien de disposer d'un témoignage tangible de la marche de leurs affaires au quotidien.

Du moment que ces données existent dans le SI des distributeurs, elles doivent prioritairement être mise à disposition des éditeurs et des diffuseurs, d'où l'importance de faire d'eux les référents des interfaces normalisées pour les données qui les concernent, et ne pas laisser ce choix au distributeur.

Question n°17

C'est un point de vue, mais la question posée nous semble orientée. Parce que la disposition telle qu'elle est rédigée fait toujours référence à un comptage des invendus.

Nous répétons qu'il faut éliminer de la réflexion le concept, maintenu par les messageries, de l'importance des ventes directes s'opérant sans saisie dans un système de données.

C'est aberrant d'une part du fait de la disponibilité facile de système de scans et d'interfaces peu coûteuses y compris sur API mobile qui permettrait d'équiper tous les points de vente ou d'interfacer les caisses des PVC avec les logiciels de traitement de la presse, et d'autre part, parce que l'essentiel des ventes s'effectue désormais déjà via la saisie des données de ventes en grandes surfaces et chez les marchands de presse.

Le comptage des invendus est superflu, d'autant plus qu'il serait possible de certifier le contenu des livraisons effectuées par le distributeur au point de vente (RFID, blockchain...).

³ on peut imaginer dans le futur proche le code à barres remplacé par des étiquettes RFID,...

Dans ce contexte, on sait bien ce que les messageries ont à perdre d'un changement de système de comptabilisation et de règlement vu les délais appliqués à ceux-ci vis-à-vis des éditeurs comme des diffuseurs (i.e. plusieurs semaines de trésorerie). Mais on voit mal un diffuseur s'opposer à une comptabilisation journalière de ses ventes par parution, sans facturation des fournis, et avec prélèvement hebdomadaire sur un compte dédié du produit de la vente net de sa commission de base... le cash qu'il a généré pour lui-même restant sur son compte.

Dans cette logique, nous considérons que le diffuseur ne devrait pas avoir le choix d'un système et que le basculement vers la facturation des ventes réelles devrait être immédiat dès qu'il serait rendu possible après une période de test.

Question n°18

Le concept est favorable, mais la définition des indicateurs doit faire l'objet de décisions unilatérales de l'ARCEP pour en garantir l'impartialité. Nous ne sommes pas compétents pour en juger sans plus longue réflexion.

Nous pouvons juste mentionner qu'en raison de l'importance des tonnages distribués, la qualité des prestataires en terme de transport devrait faire l'objet d'une évaluation et leurs références indiquées.

En vous remerciant de votre attention,

Philippe Loison
Président
Arxis Media / Arxis Presse