

CONSULTATION PUBLIQUE
Proposition de cahier des charges des sociétés agréées
de distribution de la presse
prévu à l'article 12 de la loi n° 47-585

Question n°1

A l'heure actuelle, il ne nous semble pas souhaitable d'ajouter d'autres prestations. Les deux prestations en référence, dans la loi, n'étant pas réalisées de façon satisfaisante sur l'ensemble du territoire nationale et les nouvelles contraintes liées à l'assortiment auxquelles devront répondre ses sociétés agréées représentent déjà un palier qu'il va falloir atteindre dans un délai qui doit être le plus rapide possible.

Question n°2

Pour éviter la multiplication des intervenants dans la filière et pour répondre également à l'impératif de prise en compte de la protection de l'environnement, nous préférons l'obligation de prise en charge de toute publication de périodicité hebdomadaire ou supérieur dès lors qu'une périodicité hebdomadaire ou supérieur est distribuée. Cette contrainte étant valable pour une distribution au-delà du périmètre de la diffusion régionale.

Question n°3

Les modalités sont adaptées s'il y a une réelle prise en compte des surcoûts qu'occasionnent la distribution dans les départements et territoires d'outre-mer

Question n°4

Cette possibilité peut être offerte pour les titres dont la diffusion se limite à une région ou un territoire inter-régional. Mais seulement dans ce cas. Ces distributeurs infranationaux, ne doivent pas distribuer les titres de diffusion nationale, pour des problèmes d'homogénéités sur le territoire national, mais également pour ne pas créer de rupture de distribution ou de doublon dans certains cas. La multiplication des distributeurs devenant également un problème de multiplication de flux logistique qui ne répondrait pas à l'impératif de prise en compte de la protection de l'environnement.

Question n°5

En plus des propositions contenus dans cette consultation publique, il nous semble utile que soit précisé le temps de mise en œuvre de ce plan de continuité, les outils informatifs mis en place pour l'ensemble des acteurs de la filière (éditeurs, marchands et autorité de régulation) pour une transparence de l'action entreprise avec un indicateur des incidents de distribution (chute de papier, titres non servis, zones touchées, action en cours) demandant une publication quotidienne qui permettra d'évaluer de façon précise le niveau de couverture réel de ce plan d'action.

Question n°6

Le dispositif de reprise des quantités excédentaires est un point positif mais ne paraît pas suffisant, l'expérience nous démontrant que la filière a pour habitude de se jouer des règles validées. A cela doit s'ajouter un dispositif de sanction géré par le régulateur après une répétition d'excès (dont il faut déterminer le nombre) pour un même titre ou un même éditeur. Sanction que devront supporter éditeurs et (ou) distributeurs.

Question n°7

- a) Ce dispositif devrait être adapté mais faut-il qu'il soit correctement renseigné et mis à jour et qu'il agrège les informations.
- b) Cette possibilité est envisageable dans certains cas, mais ces quantités excédentaires doivent servir à alimenter le réapprovisionnement des points de vente qui en feraient la demande.

Question n°8

- a) Dans un premier temps l'éditeur fait parvenir une fiche technique de ce nouveau titre avec l'argumentaire de son choix et le marchand doit répondre sous [x jours] à cette demande via les outils mis à sa disposition. Par défaut, s'il ne répond pas, le titre sera servi au point de vente dans les quantités correspondant à son point de vente.
- b) Il est souhaitable de créer une grille permettant d'établir les ventes moyennes correspondantes à la famille dans laquelle doit se positionner le titre à venir. Si aucune famille ne correspond, il peut être utilisé un référentiel par typologie de points de vente. Ensuite selon cette quantité autorisé un volume avec [1,2... ou x %] d'exemplaires supplémentaires selon les modalités de la grille proposée par l'interprofession ou le régulateur faute d'accord.

Question n°9

Un mécanisme de réassort automatique accepté par le diffuseur (pour les points de vente réalisant des remontées des ventes quotidiennes) celui-ci étant encadré par une grille de fonctionnement déterminée au préalable et susceptible d'être suspendu à la demande du diffuseur à tout moment. La demande peut être effectuée manuellement via les outils mis en place et nécessite une réponse dans les [48h ou 72h] du distributeur pour l'acceptation ou le refus de réassort en motivant sa réponse ainsi que la date prévue de fourniture afin d'améliorer la commercialité de ces actions et l'échange avec le client final.

Question n°10

- a) Si l'on se réfère aux fondamentaux de la vente au numéro, «un numéro chasse l'autre» donc il ne devrait pas être nécessaire de préciser davantage les délais, exception faite des n° spéciaux et hors-série qui sont censés être strictement encadrés. Malheureusement dans la «vraie vie» de cette filière, il y a bien longtemps que ces règles ne sont plus respectées ou bafouées en toute impunité. Donc en revenant au respect de ces fondamentaux et en sanctionnant tout les abus, la situation devrait pouvoir redevenir limpide.

- b) Nous n'avons pas l'expertise nécessaire pour répondre aux besoins de traçabilité des invendus
- c) Même réponse pour le circuit aval des invendus
- d) L'incitation à la maîtrise des volumes d'invendus ne sera efficace que si celle-ci touche le portefeuille des fautifs

Question n°11

Les modalités de publication pour ces indicateurs nous semble être [le trimestre – le trimestre – 3 ans]

Question n°12

Pour des raisons de simplification, il serait vraiment souhaitable que les distributeurs mutualisent les interfaces de SI afin que nous puissions nous consacrer plus largement à notre activité de commerçant plutôt qu'à celle d'acrobate entre les différents sites et autres supports pour des opérations qui, il y a quelques temps, pouvaient se réaliser via un seul accès. Il s'agit, à terme, d'une économie pour toute la filière de temps et d'argent. À charge à chaque distributeur de faire des concessions et d'effectuer les modifications utiles pour un accès unique.

Question n°13

Nous ne disposons pas, une nouvelle fois, de l'expertise nécessaire pour répondre aux besoins de l'amont de la filière. Le seul point que nous pouvons relever reste que les informations mises à dispositions soient actualisées et dans la mesure du possible à jour pour tous ce qui n'est pas le cas depuis longtemps.

Question n°14

- a) Pour la gestion courante oui
 - b) Il serait nécessaire de retrouver l'accès à un catalogue titres avec différentes clés d'accès (nom, famille, CPPAP ou non, par éditeur)
 - c) 24 mois semble être une bonne base de travail
- il serait souhaitable que lorsque les diffuseurs réalisent des opérations de créations de titres ou de réassort, une réponse soit apporté par les distributeurs dans un délai raisonnable.

Question n°15

Nous ne disposons pas, encore une fois, de l'expertise nécessaire pour répondre aux besoins de l'amont de la filière.

Question n°16

- a) la publication de ces informations semblent utiles pour une orientation ou une réorientation des consommateurs vers les points de vente. Des informations dont doivent s'emparer les éditeurs, les enseignes et autres promoteurs de la vente au numéro de la presse. Le consommateur rechignant de plus en plus à devoir se déplacer dans plusieurs points de vente pour trouver un titre spécifique.

- b) La difficulté reste la rupture du titre dans le point de vente, malgré l'annonce de sa présence, pour différentes raisons (problèmes d'appro, réassort inexistant...)
- c) Il pourrait être utile de donner le nombre de titres disponibles dans le point de vente afin d'aider le consommateur à évaluer la possibilité de trouver certains titres de la presse spécialisée ou de niche.

Question n°17

- a) La réponse à cette question n'est pas nécessairement simple. Certains demandent la mise en place de cette solution depuis de très nombreuses années, (solution d'ailleurs qui a fait l'objet d'un vote positif au CSMP et dont la mise en place devait être réalisée depuis plusieurs années). La très grande majorité des diffuseurs reste silencieuse ou sans opinion sur ce thème. Les manques de repères ou d'intérêt mais également l'opacité que sont les flux financiers de cette activité rebutent l'essentiel du réseau des marchands de presse qui face à cette opacité s'estime floué par la filière. Ce changement devrait permettre d'améliorer ce ressenti. Par contre, la réticence naturelle à tout changement, d'autant plus s'il se fait sans compréhension de ce qui va être mis en place, va-t-il être bien perçu ?
- b) Pour pouvoir mettre en place cette solution, il va falloir déjà régler un certain nombre de points évoqués dans les questions ci-dessus, ensuite un réel travail de compréhension doit être fait et enfin nous pourrions avancer vers cette solution qui doit dans un premier temps être facultative. Donc un délai de 12 à 18 mois semble être une échéance raisonnable. Cette solution doit apporter plus de transparence dans les flux financiers de l'activité presse.
- c) cette opération pourrait être agréé par un tiers ou représentant explicitement désigné par le diffuseur qui pourra participer utilement à la mise en place de cette nouvelle solution auprès des diffuseurs dont il assure la représentation et représenter une garantie d'usage pour la filière.

Question n°18

Dans un premier temps nous souhaiterions un indicateur d'incidents de distribution :

- retard
- écarts sur quantités
- chute de papier
- non distribution
- périmètre concerné par ces incidents

avec une publication hebdomadaire.

un second indicateur concernant la qualité de la relation commerciale et financière en amont et en aval du distributeur avec une publication trimestrielle.

Question n°19

il nous semblerait pertinent que les prestations indirectes fassent l'objet d'une publication spécifiques et lorsque celles-ci sont destinées aux diffuseurs, elles doivent faire l'objet d'une facturation hors des flux financiers de la collecte de la vente.

Question n°20

Les propositions de ce futur cahier des charges vont dans le sens de la loi et devraient permettre de répondre aux attentes des diffuseurs et des éditeurs pour une plus grande efficacité de la vente au numéro. La première des priorités étant d'avoir une distribution homogène et non discriminatoire sur le territoire national. Ceci est loin d'être le cas à l'heure actuelle. La mise en place de ce cahier des charges nécessitera de donner à l'autorité de régulation le pouvoir d'exercer toutes vérifications et contrôles qu'elle jugera utile pour que soit respecté l'ensemble des règles édictées dans ce cahier des charges. Il faut que celle-ci puisse prendre les sanctions éventuelles en cas de manquement et donc être dotée d'un pouvoir coercitif. Nous avons trop souvent vu, par le passé et à de multiples reprises, des règles validées, pour exemple, la décision 2015 n°2 du CSMP instituant la facturation en fonction des ventes dont la mise en place devait avoir lieu, au plus tard le 30 juin 2016, Nous approchons du terme de l'année 2020 et cette mise en application n'est toujours pas réalisée. Dans d'autres cas, nous assistons à un contournement par les éditeurs et (ou) les messageries bien souvent au détriment d'une amélioration de l'équilibre et de l'efficacité collective. Le niveau 3 étant depuis le siècle dernier réduit au statut de paillason de cette filière.

Cette même autorité doit également être en mesure de demander un audit externe de la comptabilité de ces distributeurs afin d'en vérifier la conformité si la nécessité s'en fait sentir et ainsi ne pas retomber dans les travers dont la filière nous a gratifié maintes fois. Il est également urgent de doter les diffuseurs de moyens simples pour remonter toute anomalie entraînant le non respect des règles de ce cahier des charges et devenir enfin acteur de cette activité.

En conclusion, la mise en place de ce cahier des charges sera un premier pas qu'il faudrait compléter. Nous espérons que soit entrepris de nouveaux travaux avec l'ensemble des acteurs concernés, pour la mise en place de nouvelles mesures afin d'améliorer la réactivité de la filière et de donner aux acteurs de ce réseau de points de vente la possibilité d'exercer le rôle de commerçant à la hauteur de l'exigence de ce siècle actuel, et non avec des principes d'un autre âge, auprès des consommateurs qui entrent chaque jour dans nos points de vente.

Nous vous remercions de votre attention.