



Contribution de l'Alliance de la presse d'information générale à la consultation publique ouverte par l'Arcep suite à la publication des indicateurs de l'Observatoire de la qualité de distribution de la presse abonnée

Les éditeurs de l'Alliance de la presse d'information souhaitent saluer la démarche engagée par l'Arcep depuis mai 2024, date de la première réunion du comité de concertation, visant à structurer un Observatoire de la qualité de la distribution de la presse abonnée, sachant que les éditeurs constatent depuis 2 ans une forte dégradation de la distribution postale.

La qualité de service de la distribution postale est actuellement mesurée par les résultats d'un panel piloté par La Poste et l'institut CSA. Ces résultats, nous le rappelons, ne correspondent pas à la réalité constatée sur le terrain par les éditeurs, et que nous avons pu mesurer via une enquête auprès de 15 000 abonnés. De fait les éditeurs s'interrogent sur la pérennité de cette étude coûteuse qui ne questionne pas des abonnés mais des panelistes et exclut les exemplaires arrivés tardivement sur la plateforme de distribution.

Les travaux menés au sein du comité de suivi ont permis des questionnements et des avancées méthodologiques utiles. Néanmoins, l'expérience opérationnelle met en évidence plusieurs limites importantes concernant l'échantillon retenu, les indicateurs proposés, en particulier le taux de réclamation, qui appelle des ajustements afin de garantir sa pertinence, et l'exploitabilité des résultats publiés.

Nous rappelons aussi que la base de l'Observatoire repose sur les données recueillies par l'Arcep auprès de La Poste et des réseaux de portage, or nous constatons à l'issue des travaux le décalage important entre les remontées de l'opérateur public et des réseaux de portage privés, notamment le manque d'outils informatiques permettant de consolider les données sur la distribution postale et sur les réclamations, le manque d'indicateurs qualitatifs et quantitatifs permettant d'améliorer la distribution par une analyse des datas. Ce point est essentiel pour clarifier la finalité de l'Observatoire.

Au-delà des engagements sur la qualité de la distribution que se doit de respecter La Poste, dans le cadre de sa mission de service public, l'enjeu de cet Observatoire pour les éditeurs n'est pas de pointer les défaillances mais bien de bénéficier de moyens pour améliorer la distribution de la presse, particulièrement dans les zones peu denses et particulièrement le samedi. Cette finalité permettra de préserver le socle d'abonnés des éditeurs, de satisfaire des lecteurs qui privilégient la lecture sur papier, de maintenir des revenus et un modèle économique.

La production d'indicateurs de qualité de service pertinents, fiables et correspondant à cette finalité est d'autant plus importante qu'elle s'inscrit dans le cadre du protocole d'accord Giannesini, dont le respect de certains des engagements par la Poste et l'Etat est aujourd'hui en question.

L'Alliance de la presse d'information représente environ 300 publications quotidiennes et hebdomadaires de presse d'information. Millions ces journaux pesaient pour un quart des 513 millions d'exemplaires de journaux et magazines, distribués par La Poste dans le cadre de la mission de service public.

Question 1. L'Autorité invite les acteurs à formuler leurs observations sur l'ensemble des éléments présentés dans la consultation publique.

Lors du dernier comité les éditeurs ont signalé à l'Arcep les limites du taux de réclamation, mais également du taux d'exemplaires hors délai et non livrés.

Concernant le taux de réclamation, si la méthode de calcul est correcte, il est important de noter qu'il ne reflète aucunement la réalité de la qualité de service. Il dépend davantage de la capacité des usagers à signaler les dysfonctionnements que de la qualité effective de la distribution. Un faible taux de réclamation peut ainsi masquer une sous-déclaration structurelle des incidents, voire une résignation des abonnés face à des problèmes récurrents.

En outre, les disparités entre les réseaux sont marquantes puisque les réseaux de portage mettent en place des outils structurés, des remontées exhaustives des incidents, et des correctifs quasi immédiats. Du côté de La Poste, malgré des efforts perçus, les outils sont fastidieux à utiliser par les éditeurs (indisponibilités fréquentes de La Station, ergonomie laborieuse), les canaux de remontées des réclamations des abonnés sont multiples (facteur, 3631, éditeur, service client), or les réclamations en direct à La Poste ne sont pas remontées auprès des éditeurs via les outils informatiques ; le manque de réponses aux réclamations n'incite pas les éditeurs à les signaler étant donné le coût humain généré à les saisir que ce soit en interne ou par un service client externe.

Cette absence de remontées consolidées et de réponses, ainsi que les dysfonctionnements des outils impactent fortement la pertinence du taux de réclamations postales, qui est sous-évalué.

Nonobstant le sujet de la qualité et de la pertinence de cet indicateur, il s'avère que les éditeurs n'ont pas tous les capacités de remonter de manière automatique et facile cette information auprès de l'Arcep. Il faut souvent récupérer différents fichiers auprès des routeurs, gestionnaires abonnements, service client pour avoir la donnée, il y a peu d'éditeurs qui bénéficient de tableaux de bord globaux. Pour les TPE, le manque de ressources ne facilite pas l'envoi de ces données, alors même que ces entreprises de presse sont souvent fortement touchées par le déficit de qualité de la distribution.

Il conviendrait par ailleurs d'avoir un indicateur sur le nombre de réclamations traitées.

Concernant le taux d'exemplaires non livrés ou hors délai, il y a plusieurs difficultés que nous avons remontées.

Si les éditeurs sont conscients qu'une part des difficultés observées provient d'exemplaires remis tardivement aux centres de distribution ils ont besoin d'identifier et de tracer cette information.

Les réseaux de portage ont tout intérêt à récupérer ces volumes, ils vont tracer précisément les exemplaires non livrés et arrivés en retard, pour permettre aux éditeurs d'améliorer les livraisons. Ces indicateurs leur permettent aussi d'ajuster leur schéma de distribution.

Au niveau de La Poste, les éditeurs n'ont pas accès à un outil leur permettant de constater et de vérifier la véracité du nombre d'exemplaires non livrés ou arrivés trop tard, ce qui pose un problème. Ces exemplaires méritent d'être tracés dans les outils de la Poste et consolidés avec un motif explicite, car cette situation qualifie certaines réclamations et il est utile que l'éditeur prenne en compte les différentes causes de non distribution. La non-réception ou réception tardive en fait partie au même titre que les problèmes d'adresse, de ressources, de pannes ou d'intempéries. C'est d'autant plus utile que dorénavant grâce aux modules IA intégrés à la relation client, les éditeurs sont capables d'anticiper et de prévenir l'abonné de la non-livraison de son journal ou de la livraison différée. Et c'est très

important pour faire baisser les appels au service client et les coûts de traitement, mais aussi diminuer le mécontentement et le désabonnement.

La traçabilité est donc un enjeu majeur pour chaque éditeur.

Par ailleurs, nous attirons l'attention de l'Arcep sur le fait que plusieurs évolutions décidées unilatéralement par La Poste ont eu un impact significatif sur les délais de livraison :

- La réorganisation des plateformes de distribution (PIC/PPDC), incluant la fermeture de plusieurs sites, a allongé les trajets et accru mécaniquement le nombre de livraisons « hors délai » ;
- Depuis l'été dernier, les nouvelles conditions générales de vente imposées aux éditeurs ont modifié les délais de bascule vers La Poste, fragilisant les chaînes logistiques ;

La Poste n'a proposé aucune solution, aucune adaptation ou aménagement d'horaires lors de ces évolutions de schéma de distribution, lors la fermeture ou le déplacement des plateformes de distribution. Dans ce contexte, il nous semble essentiel de réaffirmer que la relation entre La Poste et la presse doit rester partenariale et constructive. Elle s'inscrit dans un cadre défini par le protocole en vigueur et sous l'égide de l'Arcep, ce qui suppose notamment que les évolutions contractuelles fassent l'objet d'un dialogue préalable et d'une information claire des éditeurs.

Question 2 – Maille géographique du taux de réclamation

La restitution à une maille départementale peut présenter un intérêt analytique, à condition que les données soient suffisamment robustes et homogènes. Cette publication amène à la prudence car dans de nombreux départements, les volumes d'abonnements sont faibles, ce qui expose à des effets de seuil, à des variations erratiques voire à des interprétations erronées. Les éditeurs estiment donc qu'à ce stade une publication à une maille fine pourrait être contre-productive et source de lectures simplistes ou stigmatisantes. Il convient de travailler plus finement sur ce point et de d'étudier les indicateurs à ajouter.

Par ailleurs plusieurs éditeurs estiment ne pas être en capacité de produire et élément.

Question 3 – Nomenclature des motifs de réclamation

Les éditeurs accueillent favorablement la mise en place d'une nomenclature commune des motifs de réclamation, qui constitue un progrès par rapport à un indicateur agrégé.

Cependant pour les quotidiens cette nomenclature n'est pas compatible avec les capacités opérationnelles des services clients, le livré en retard est difficile à tracer et n'a pas d'intérêt, il équivaut à du non livré. Il sera important de prendre en compte cette information dans l'analyse des résultats.

Les règles de requalification des réclamations (notamment entre non-réception et retard) doivent être strictement harmonisées afin d'éviter les doubles comptages ou les divergences d'interprétation.

Par ailleurs, cette déclinaison par motif ne produira pleinement ses effets que si les réseaux de distribution, et en particulier La Poste, sont en mesure de fournir aux éditeurs des données exploitables, qualifiées et consolidées sur les incidents de distribution. Or ce n'est pas le cas aujourd'hui.

Question 4 – Ciblage des titres concernés par la transmission des données

L'échantillon proposé de 35 publications nous paraît très faible et non représentatif par rapport à la somme de titres distribués par abonnement, il est à réétudier.

Nous nous interrogeons par ailleurs sur la pertinence du principe d'un ciblage fondé sur les volumes d'abonnement. En effet la qualité de service ne se limite pas aux titres à forts volumes. Il conviendra donc de veiller à ce que l'échantillon soit représentatif de l'ensemble de la presse abonnée, et d'ouvrir notamment cette enquête à des publications de PHR et de presse agricole qui sont des hebdomadaires avec des petits volumes d'abonnement, fortement impactés par le déficit de qualité de la distribution postale. Le nombre est à définir et il est indispensable d'interroger les éditeurs sur leur capacité à remonter une donnée qui sera structurée.

Le ciblage dépend aussi de la capacité des titres à industrialiser la production et la remontée de ces données auprès de l'Arcep tous les 6 mois. Est-ce qu'un outil informatique ou un web service est envisagé de la part de l'Arcep avec éventuellement une API, en complément du fichier excel.

Question 5 – Points de vigilance dans la lecture et l'interprétation des résultats

Sur la modalité de production et de transmission, chacun, éditeur ou réseau, est responsable de du calcul et de ce qu'ils envoient mais encore une fois, nous précisons que ces éléments doivent être partagés et tracés dans des outils, les éditeurs sont par ailleurs dépendants des retours de leur réseau de distribution pour permettre l'exhaustivité de la donnée ou a minima sa pertinence.

Les éditeurs alertent sur plusieurs risques majeurs :

- la confusion entre absence de réclamation et la satisfaction réelle des abonnés ;
- la comparaison brute entre portage et distribution postale, alors que les modalités de collecte des réclamations sont structurellement différentes ;
- l'utilisation des résultats publiés à des fins de communication ou de justification unilatérale, sans prise en compte du contexte opérationnel.

À cet égard, les résultats d'enquêtes de satisfaction menées directement auprès des abonnés montrent des écarts significatifs avec certains indicateurs déclaratifs, notamment sur la distribution des quotidiens le samedi, le lundi, et dans les zones rurales ou péri-urbaines.

Nous ne sommes pas favorables à la publication de tableau brut, qui vont forcément amener une comparaison. Nous avons évoqué durant nos échanges le fait de publier plutôt les évolutions et il est indispensable de retravailler les formats de publication.

Plusieurs questions émergent

- est-ce que le périmètre de titres devra être le même d'un semestre à l'autre et que se passe t-il si ce n'est pas le cas en terme de comparaison ?
- est-ce que le premier semestre est à publier ? il nous semble que c'est plutôt une base de référence qui permet ensuite de publier les indicateurs d'évolution.
- Il nous semble que les tableaux bruts ont peu d'intérêt, une infographie ou/et cartographie seraient plus adaptées pour visualiser les motifs de réclamations, les zones de difficultés et les évolutions d'un semestre à l'autre.

Question 6 – Format de publication des résultats

Le format proposé est lisible sur le plan technique, mais pas sur le plan des objectifs et de la finalité de cet Observatoire. Il conviendra de définir des éléments graphiques et d'évolutions d'un semestre à l'autre ; et d'inscrire des éléments méthodologiques explicatifs clairs et systématiques ; de mises en garde explicites sur les limites des indicateurs ; et il est utile de définir des indicateurs complémentaires permettant d'éclairer la réalité vécue par les abonnés.

La différence entre les outils informatiques de La Poste et des réseaux de portage sera à mettre en exergue dans les précautions de lecture des résultats, afin de justifier les différences de volumes.

Sans ces précautions, la publication ne donnera qu'une vision partielle, voire trompeuse, de l'analyse des résultats. Par ailleurs la qualité de service de la distribution ne pouvant être mesurée par cet indicateur, comme nous l'avons expliqué précédemment, nous ne sommes pas favorables à cette publication.

Question 7 – Autres observations

L'Autorité invite les acteurs à faire part de toute autre observation relative à l'ensemble des éléments présentés dans la consultation publique.

Les éditeurs s'interrogent sur l'objectif de cette publication. Quelles analyses ou recommandations nourriront cet Observatoire ? Est-ce que des outils informatiques et des données consolidées seront demandées à la Poste pour un réel suivi de la qualité ?

Au regard des constats partagés au sein du comité de suivi, et de nos retours, l'indicateur actuel ne permet pas de pilotage opérationnel de la qualité de service ; il ne rend pas compte de la satisfaction réelle des abonnés, ni des causes de dysfonctionnement. Nous proposons de réfléchir à plusieurs compléments avant d'aller plus loin :

- intégrer des indicateurs qualitatifs (motifs, typologie de réclamations, délais réels) ;
- mettre à disposition des outils de remontées et de traitements des incidents côté distribution postale, voire un outil mutualisé
- explorer le déploiement et l'usage de l'outil type « J'alerte l'Arcep » et sa pertinence dans cet Observatoire.
- déployer une enquête de satisfaction périodique indépendante et mutualisée auprès des abonnés en remplacement du panel Institut Csa x La Poste, coûteux et inopérant.

L'objectif partagé doit rester la construction d'indicateurs réellement exploitables, permettant d'objectiver les dysfonctionnements, d'améliorer la qualité de service et de renforcer la confiance des abonnés dans la distribution de la presse.

Les éditeurs réaffirment leur entière disponibilité pour poursuivre ces travaux dans un esprit de coopération et d'amélioration continue et pensent que la proposition actuelle de restitution n'est pas aboutie à ce stade. Ils continueront de se mobiliser pour contribuer à une méthodologie qui permettra de répondre à un objectif partagé, à savoir doter l'Observatoire d'indicateurs réellement exploitables pour traduire la qualité du service rendu aux abonnés dans le but d'améliorer le service aux lecteurs et de préserver cette source de revenus essentielle pour les éditeurs.