

CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

DEFINITION DE L'OPTION STRATEGIQUE POUR LE SYSTEME D'INFORMATION DE LA FILIERE, PREALABLEMENT A L'ETABLISSEMENT DU CAHIER DES CHARGES

ARTICLE 18-5 DE LA LOI DU 2 AVRIL 1947

ANNEXES DE LA SYNTHESE DES RESULTATS DE LA CONSULTATION PUBLIQUE

ARTICLE 8-4 DU REGLEMENT INTERIEUR DU CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

VOLUME 4

- Contribution de M. PANETTO / Union nationale des diffuseurs de presse (UNDP)
- Contribution de M. ROUSSEAU / CFDT - Fédération communication culture
- Contribution de M. MEUCLET / Dépositaire de presse à Douai

Annexe 11 - Contribution de M. PANETTO / Union nationale des diffuseurs de presse (UNDP)

Consultation publique
Article 18-7 de la loi du 2 avril 1947

**DÉFINITION DE L'OPTION STRATÉGIQUE
POUR LE SYSTÈME D'INFORMATION DE LA FILIÈRE**

avril 2014

CONTRIBUTION DE L'UNION NATIONALE DES DIFFUSEURS DE PRESSE



16, place de la République, 75010 Paris

Cette contribution est présentée par Daniel Panetto, président de l'UNDP, agissant ès qualités

Seule organisation professionnelle représentative des diffuseurs de presse au plan national, l'UNDP a vocation à fédérer l'ensemble des diffuseurs de presse indépendants, plus connus du grand public sous l'appellation de marchands de journaux. Elle est l'interlocuteur historique des pouvoirs publics et des acteurs de la filière, pour tous les aspects qui modèlent l'économie et la pratique du métier de diffuseur de presse.

L'économie des diffuseurs, la pratique de leur métier au quotidien et leur efficacité commerciale sont très directement impactées par la capacité de la filière à mettre en œuvre un système d'information efficace. A ce titre, ils sont évidemment concernés par les choix stratégiques qui présideront au remplacement d'un système d'information essoufflé.

Quand on évoque le système d'information de la filière, on pense généralement aux messageries ; parce qu'elles sont à l'origine des systèmes existants, du fait que les éditeurs leur ont confié la responsabilité d'organiser la distribution. Quand on se pose la question du cahier des charges, on se demande quels sont les besoins des éditeurs ; parce que le système est historiquement organisé par eux et pour eux. **Et pourtant, avant d'être un outil logistique, la filière est un canal commercial**, permettant aux éditeurs de toucher leurs publics. **L'UNDP tient donc à réaffirmer que les besoins de la vente – et donc ceux des diffuseurs doivent être considérés à la même hauteur que ceux des éditeurs.** Et qu'il importe, au final, de contraindre la technique à apporter des solutions au consommateur.

Le Conseil d'administration de l'UNDP a ainsi souhaité contribuer à la réflexion engagée par le Conseil supérieur, conformément aux dispositions de la loi. La présente contribution n'a pas vocation à émettre un avis sur les conclusions techniques exposées par le cabinet Ernst & Young, ni à manifester une préférence pour l'un ou l'autre des schémas en concurrence à priori. **A l'heure des décisions structurantes, la contribution de l'UNDP vise uniquement à répondre à la nécessité d'exprimer les attentes et les besoins des marchands de presse en recherche d'efficacité commerciale, afin que le cahier des charges qui devra être bâti ne les néglige pas.**

Les diffuseurs sont particulièrement concernés

Les 23 000 diffuseurs indépendants constituent le dernier maillon d'une filière mutualisée de distribution organisée par la loi et par l'usage. Ils sont ainsi en lien permanent – quotidien – avec la filière, tout particulièrement par le truchement des dépositaires de presse, dont ils sont le mandataire direct – et le client.

Cette relation quotidienne se matérialise d'abord par un flux physique – fournis et invendus –, un lien logistique. Elle est également organisée autour d'un lien économique essentiel, à travers la commission perçue sur les ventes et le modèle de trésorerie. De ce point de vue, elle est donc structurée par un flux financier quotidien. Enfin, cette relation est construite au profit de la vente au consommateur final des produits créés par les éditeurs. Elle repose donc également sur un flux informationnel descendant, mais aussi remontant du point de vente vers les acteurs de la filière de distribution et, au final, vers l'éditeur. On retrouve ici les trois missions essentielles des messageries – et les trois finalités d'un système d'information.

Les diffuseurs sont des acteurs majeurs du système d'information. On oublie trop souvent combien leur action de scanning des ventes en temps réel – et la remontée de ces informations stratégiques – contribuent à alimenter le système d'information. Quelque **15 000 diffuseurs indépendants sont aujourd'hui informatisés**, avec une solution permettant de dialoguer avec le système Presse 2000. Ils représentent une part du volume d'affaires considérable. Ces diffuseurs ne sont donc pas simplement une donnée du système, mais sans doute une de ses pierres angulaires.

Pour terminer sur ce chapitre, on rappellera que **les diffuseurs indépendants spécialistes attendent légitimement que la profession consolide leur économie.** Cette nécessité urgente doit être construite essentiellement sur un rééquilibrage de la valeur au sein de la filière en leur faveur. **La rénovation du système d'information est porteuse d'économies considérables.** Un système mutualisé, à coûts variables, et dont les coûts de maintenance et de développement seront réduits, constitue une source d'économies importante. L'UNDP souligne par ailleurs qu'un système rénové doit permettre une meilleure efficacité commerciale, et par conséquent produire une amélioration de l'économie des points de vente.

Les diffuseurs veulent pouvoir disposer d'un système de qualité, le plus vite possible

Dans un marché d'offre, aux nombreuses références (7 579 en 2013), ils sont évidemment largement sensibles à la qualité du système d'information. **La qualité du système, sa fiabilité, ont un impact immédiat sur leur propre capacité à apporter les meilleures solutions au consommateur de presse. Il y va de leur efficacité commerciale – et donc de celle de l'ensemble de la filière.**

Il ne s'agit évidemment pas de faire le procès de Presse 2000 qui, malgré son essoufflement, a été **un élément structurant de la distribution et une source de progrès.**

Pour autant, toute la profession s'accorde à reconnaître que **cet outil est frappé d'obsolescence**. Il est bâti sur une technologie dépassée et son architecture a été souvent modifiée pour s'adapter à l'évolution des réalités, aux besoins des éditeurs, aux règles de la profession, jusqu'à compter 400 modules sensés cohabiter.

Les diffuseurs témoignent quotidiennement auprès de nos responsables de leur désarroi face à des incohérences de distribution, dont une part non négligeable peut être imputée à l'obsolescence du système. Ces phénomènes ont pris une acuité particulière dans le cadre du processus de restructuration du niveau II en cours.

Les diffuseurs les plus spécialisés se sont dotés d'outils informatiques performants, en investissant des sommes importantes au regard de leur économie. **Ils ont le sentiment de disposer d'outils plus performants que celui de la filière**, parce que bâtis sur des technologies récentes – et en constante évolution. Ils sont nombreux à estimer que les limites du système d'information ne leur permet pas d'utiliser toute la puissance de leurs propres outils, au service d'une meilleure administration des ventes et surtout, au profit du commerce.

Les diffuseurs attendent une nouvelle philosophie du système

Le système d'information a d'abord été construit pour organiser la distribution. Il a pour objectif de gérer les trois flux correspondant aux missions fondamentales des messageries : flux physique, flux informationnel, flux financier.

L'UNDP estime que le nouveau système d'information devra être organisé autour des nécessités de la vente de préférence à celles de la logistique. Car c'est bien là que réside l'essence même de notre filière de distribution : elle est le canal de la vente au numéro. Entendons-nous bien : les diffuseurs ont des attentes en matière d'administration des ventes, ils sont attentifs à la gestion des flux physiques et financiers qui impactent directement leur santé économique. Mais ils estiment que le système doit avant tout chercher à optimiser la vente.

Pour notre organisation professionnelle, **il importe de placer les règles professionnelles à l'épicentre du système**, qui doit développer ses fonctionnalités autour des principes essentiels. On parle ici tout particulièrement de la capacité du système à distribuer le bon produit au bon endroit, dans des quantités adaptées sur la durée, et à gérer les offres destinées au consommateur. Dans le système Presse 2000, les règles de la profession ont été rajoutées, au fur et à mesure de leur établissement. Il est souvent difficile de les faire cohabiter avec les fonctionnalités qui constituent le cœur du réacteur.

De fait, **nous estimons indispensable que la profession opte pour un système d'information souple et agile**. Nous mesurons tous combien il est difficile – et souvent trop long – de s'adapter aux réalités nouvelles avec le système actuel, sans doute trop rigide. Les temps de développement s'ajoutant à ceux qui s'écoulent lors du processus de décision, **les solutions interviennent souvent trop tard et peuvent se révéler inadaptées aux besoins du moment**. Sans compter les difficultés de mise en œuvre, évoquées plus haut, qui empêchent

de déployer les solutions techniques. L'UNDP plaide donc pour que soit retenue une solution favorisant l'adaptabilité.

Les diffuseurs expriment avant tout un besoin de performance commerciale

Bien avant les considérations logistiques, les diffuseurs mettent en avant **un besoin de meilleure efficacité commerciale**. Ainsi, à nos yeux, le système d'informations ne doit pas être un frein à la réponse des besoins du consommateur et à ceux du commerçant qui le met en contact avec l'offre, mais bien au contraire être construit autour de cette nécessité. **L'instabilité du système actuel est sans doute à l'origine des critiques avancées par quelques acteurs de la distribution ou de l'édition pour prôner l'abandon des réformes visant à réguler l'approvisionnement des points de vente.** Quand elle ne lui sert pas d'alibi.

La gestion des assortiments est un élément essentiel de notre capacité collective à répondre aux attentes des consommateurs. Elle vise à positionner le bon produit au bon endroit. Avec à la clé, une réduction sensible des coûts industriels et de distribution pour les éditeurs – mais également une meilleure gestion des espaces dans un système collectif, où le point de vente est un bien commun. **L'UNDP évoque ici l'assortiment en tant que finalité, et non dans son acception technique** – forcément évolutive – liée aux capacités du système actuel.

Au final, c'est de mobilisation commerciale qu'il s'agit. De la capacité à agir du diffuseur, dont la fonction principale est de vendre. Ce droit fondamental du diffuseur doit être intégré au cœur même du nouveau système d'information à créer.

L'UNDP constate la réduction des forces commerciales sur le terrain. Elle estime donc indispensable que le nouveau système d'information de la filière intègre cette nouvelle donne, **en remplaçant – au moins partiellement – l'interface humaine du dialogue commercial par une interface numérique.** Dans notre esprit, **il convient que les commerçants puissent disposer des éléments de leur dossier commercial.** Qu'ils identifient les titres ayant vocation à être présents dans leur linéaire – compte tenu de leur performance dans leur point de vente – et de l'espace disponible. Il est essentiel que leur système d'information puisse donner au diffuseur spécialiste une vision de l'efficacité commerciale de chaque famille, sous-famille et titre dans son point de vente. On relèvera que le diffuseur dispose aujourd'hui d'outils de cette nature dans son informatique – à fins de documentation – et que chaque messagerie dispose de ses propres données, pour son portefeuille. Ces données ne sont aujourd'hui ni comparées, ni partagées. Elles ne constituent donc pas la base d'un dialogue commercial.

Dans chaque famille ou sous-famille, le diffuseur devrait pouvoir accéder au catalogue des titres – tout particulièrement s'ils n'entrent pas dans son palmarès, avec l'indication de ses ventes annuelles s'il les a déjà eus en service, ou des éléments de performance nationale, s'il n'a pas encore pu tester leur potentiel commercial chez lui. Car c'est bien de cela qu'il s'agit. **Informez le diffuseur et lui permettez d'enrichir son offre, fonction des attentes de sa clientèle.** A défaut d'un dialogue commercial au niveau du dépôt. **Une interface de dialogue avec les éditeurs – de type portail – peut-être organisée.** Aujourd'hui, le diffuseur qui

demande la mise en service d'un titre, dans le cadre du dialogue, échoue la plupart du temps à l'obtenir sans savoir pourquoi. Il ne sait même pas si l'éditeur a eu connaissance de sa demande.

Les diffuseurs a besoin d'une régulation de ses quantités

L'ensemble de la filière s'est organisé, au fil du temps, pour que les quantités mises en distribution soient immédiatement et intégralement livrées. On aboutit ainsi à **un réseau commercial dans lequel l'essentiel du stock est présent en magasin.** Compte tenu de la volatilité du consommateur moderne, de sa relative infidélité au titre et au point de vente, on assiste donc au paradoxe permanent d'un taux d'invendus élevé et de trop nombreuses ruptures à la vente.

Le diffuseur, quant à lui, reçoit dès le premier jour de vente de quoi satisfaire les besoins de la période totale de parution. Sans compter les erreurs possibles dans le réglage pour certains titres, auxquelles s'ajoutent les hiatus du système d'information. **Cette situation est absurde. Elle nuit à la bonne exposition des produits et elle épuise le diffuseur,** confronté chaque jour – tant aux manques de produits réclamés par ses clients qu'aux quantités impossibles à exposer.

Le CSMP a pris une délibération sur ce sujet, rendue exécutoire par l'ARDP en 2013. Or, force est de constater que Presse 2000 est sans doute trop instable pour organiser la régulation des quantités telle qu'issue de cette décision, sans que soit pris le risque de priver les diffuseurs des exemplaires nécessaires à la vente.

Pour l'UNDP, il y a lieu d'intégrer la régulation des quantités au cœur du prochain système d'information. Plus précisément, nous estimons qu'il faut pallier aux défauts actuels de l'outil qui permet aux éditeurs de régler leurs quantités, mais aussi qu'il convient de détecter les titres non réglés ou les anomalies, afin que le système corrige les erreurs. De ce point de vue, **l'UNDP insiste pour que soit intégré dans le système une codification permettant de savoir qui a réalisé la répartition finale :** éditeur, société de service, messagerie ou dépôt. Ceci afin que le diffuseur identifie (enfin) l'interlocuteur avec lequel il peut échanger.

Au final, nous soulignons qu'il convient de retrouver **une logique dans laquelle le système de distribution en amont des marchands stocke une partie des fournitures. Le lieu de vente ne doit pas être un espace de stockage.** Ce qui signifie également qu'il faudrait **utiliser enfin les données remontées chaque nuit par les diffuseurs sur leurs ventes,** à cette fin. Cet outil extraordinaire permet de connaître chaque nuit – et pour les points de vente qui réalisent l'essentiel des ventes – la courbe des ventes de chaque parution, le stock résiduel, et surtout **le besoin de réassort automatique.** Nombreux sont les diffuseurs qui se demandent aujourd'hui à quoi peuvent bien servir les informations qu'ils remontent quotidiennement, à l'aune de la qualité de leur approvisionnement.

Les diffuseurs souhaitent alléger et fiabiliser le poids de la logistique dans leurs tâches

La profession est unanime à dénoncer les tâches improductives qui pèsent sur celui – seul au contact du public – devrait pouvoir se mobiliser sur la vente. Il faut être attentif à ne pas négliger ce besoin dans la conception d'un nouveau système d'information.

De ce point de vue, **les besoins sont nombreux.** Ils portent également sur la fiabilité des informations, leur cohérence avec les informations issues du système informatique du diffuseur et sur le référentiel titres. Il est difficile de les lister de manière exhaustive, sans allonger inutilement cette contribution. **Qu'il soit surtout retenu la nécessité d'intégrer les besoins des diffuseurs et de privilégier une approche utilisateur.** Ceci, dans un système évolutif bien entendu

Pour l'essentiel, quand le diffuseur évoque ses attentes en la matière, il pense évidemment au **suivi des flux physiques – fournis, invendus, réassorts –** et pourquoi pas à les **anticiper.** Aujourd'hui, le diffuseur est informé avec sa livraison du contenu théorique de ses bacs. Compte tenu des aléas de la distribution, c'est à la fois très insuffisant et particulièrement frustrant pour le diffuseur.

On relèvera également, dans ce registre, que **le diffuseur informatisé doit trop souvent ressaisir ligne par ligne des quantités d'invendus pourtant déterminées dans son propre système informatique,** fonction des livraisons enregistrées et des ventes scannées. Ainsi, le diffuseur perd un temps considérable à **une tâche particulièrement improductive** quand il ne devrait corriger que les quelques écarts constatés.

La gestion des réclamations (et de leur suivi) est également insatisfaisante, comme d'ailleurs celle des **demandes de réassort.** Les diffuseurs attendent de vrais progrès de ce point de vue afin de libérer les énergies au service de la vente. Ce point, essentiel, a longuement été développé avec le cabinet Ernst & Young et il est correctement repris dans sa synthèse.

Les diffuseurs se préoccupent de l'économie de leur point de vente

Cette préoccupation recouvre plusieurs acceptions qui, toutes, ont leur influence sur le cahier des charges du système d'information de la filière. Il s'agit ici d'évoquer la lisibilité et le contrôle des flux financiers, la commission des diffuseurs, la souplesse du système de facturation (adaptation et capacité à corriger les erreurs), la trésorerie et la mise en œuvre de promotions destinées au consommateur.

En liaison avec les outils informatiques du point de vente, le système d'information doit permettre de **rendre plus lisible le système de facturation,** trop difficile à appréhender sans des multiples rapprochements pour le diffuseur. Il devrait permettre de **mieux identifier les**

commissions perçues sur les ventes, les flux financiers entre dépôt et diffuseurs, en anticipant les échéances.

Le système actuel manque de souplesse. Ainsi, quand un produit est requalifié en cours de vente, ou quand son échéance change, il apparaît très difficile de réaliser en central une opération de débit-crédit sur les comptes des diffuseurs facturés. De fait, cette opération manuelle est aujourd'hui abandonnée au bon vouloir des dépositaires, ou – plus souvent – à leur capacité à traiter de manière artisanale une opération accessoire dans un cadre industrialisé. Au final, l'addition de ces opérations – au demeurant fréquentes – est loin d'être neutre dans l'économie et la trésorerie du réseau de vente.

De même n'est-il pas possible, aujourd'hui de réaliser une promotion en cours de vente sur un produit donné, à l'instigation de l'éditeur. Ou de réaliser simplement une promotion alors que le produit a été facturé à la livraison. Ainsi n'est-il pas possible de proposer un prix promotionnel en cours de vente. Ajoutons que les offres couplées doivent donner lieu à un packaging spécifique par l'éditeur, quand la souplesse devrait conduire – en cours de vente – à proposer des offres sur deux magazines livrés (et facturés) séparément. Les éditeurs se privent de la capacité à gérer des offres commerciales dont le consommateur est pourtant friand du fait de la rigidité du module de facturation du système d'information actuel.

Enfin, les diffuseurs ont besoin d'un système qui prenne en compte leur taux de rémunération différencié, dans le cadre du dispositif de rémunération qui sera mis en œuvre à l'issue des travaux en cours au CSMP. Ils doivent pouvoir percevoir leur rémunération au fil de l'eau, au bon taux.

Annexe 12 - Contribution de M. ROUSSEAU / CFDT - Fédération communication culture



**COMMUNICATION
CONSEIL CULTURE**

Paris le 4 avril 2014

CSMP

Secrétariat permanent
99 boulevard Malesherbes
75008 PARIS

Réf : 14JMR045

Lettre et envoi par email.

Messieurs,

La Fédération Communication Conseil Culture CFDT souhaite apporter la présente contribution à la consultation publique ouverte sur la définition de l'option stratégique pour le système d'information de la filière préalablement à l'établissement du cahier des charges.

Nous avons pris connaissance avec intérêt du rapport remis au CSMP le 21 mars 2014 par le cabinet Ernst & Young. Nous avons-nous-mêmes été audités à notre demande le 11 février dernier dans le cadre de ce rapport pour faire connaître nos remarques et préoccupations.

Nous partageons le diagnostic exprimé sur le retard pris dans la mise œuvre d'un système d'information commun à l'ensemble du réseau de distribution, nécessaire dans le cadre des mesures de mutualisation adoptées par le CSMP.

En revanche, nous sommes surpris par la démarche en cours sur la question des systèmes d'information, les éditeurs s'étant déjà positionnés dans le cadre de l'Intercoop, et ce dès 2013. Suite aux préconisations de PricewaterhouseCoopers, dont les conclusions sont sorties en novembre 2012 ; aucun acte responsable n'a été engagé, laissant place à une situation d'attentisme qui perdure déjà depuis trop longtemps. Elle doit cesser, car c'est autant de retard pour le secteur qui accumule les difficultés à sortir d'une impasse liée à sa complexité.

La définition de l'option stratégique qui sera retenue par le CSMP pour le système d'information de la filière, préalablement à l'établissement du cahier des charges, devra prendre en compte des préoccupations techniques, financières et sociales.

.../...

Fédération Communication Conseil Culture

Affiliée à l'UNI et à la FIJ

47-49 avenue Simon Bolivar 75950 PARIS Cedex 19

tél. : +33(0)1 56 41 54 00 - fax : +33(0)1 56 41 54 01 - email : f3c@f3c.cfdt.fr

f3c-cfdt.fr

Les requis techniques pour un système d'information mutualisé répondant aux préoccupations des différents acteurs de la profession et aux nécessités fonctionnelles des distributeurs (facturation, logistique etc.) sont assez largement partagés et identifiés.

L'aspect financier du projet est évidemment un élément important de prise de décision.

L'objectif du SI mutualisé est de contribuer au plan d'économies nécessaire à la survie de la filière. Le coût de sa mise en œuvre doit donc évidemment être le plus léger possible pour ne pas pénaliser des acteurs durement éprouvés et économiquement fragiles. Cette considération doit évidemment prendre en compte les coûts induits par le choix de la solution retenue et sur le moyen et long terme, les coûts liés aux adaptations et évolutions fonctionnelles futures.

La question sociale est intimement liée à ces considérations économiques et en tant qu'organisation syndicale de salariés, il nous revient d'alerter les membres du CSMP sur cette thématique.

Aujourd'hui, au sein des DSI des deux opérateurs MLP et Presstalis, des salariés travaillent sur les systèmes actuellement existants, EDGAR et PRESSE 2000. Avec la mise en œuvre d'un système d'information mutualisé, et quelle que soit la solution retenue, se pose la question du devenir de ces collaborateurs, de leur adaptation à l'outil informatique, de leur contribution à la maintenance applicative, et de leur apport à la formation des usagers.

Ils représentent un socle de connaissances et de savoir-faire, un capital humain, sur lequel le futur projet doit indiscutablement s'appuyer.

Si le choix de la solution retenue se porte sur un nouveau SI basé sur le « cloud computing » conçu par Capgemini avec des logiciels standards, il convient d'intégrer les nécessités de formation des salariés des DSI actuelles et leur coût dans le cahier des charges adressé à la SSII qui sera en charge de la réalisation. Cette formation ne vise pas seulement à adapter les effectifs à un nouvel outil mais à permettre la gestion de la maintenance et des évolutions fonctionnelles ultérieures par le personnel actuellement en place plutôt que de recourir à un contrat de tierce maintenance applicative avec un prestataire extérieur dont le coût devrait alors être pris en compte pour la décision à prendre.

Si le choix de la solution retenue se porte sur une version étendue d'EDGAR, les préoccupations sont du même ordre bien qu'elle impacte davantage les collaborateurs concernés chez Presstalis qu'au sein de MLP.

.../...

En tout état de cause, il ne saurait être envisagé qu'une nouvelle solution de SI mutualisé aboutisse à la remise en cause de l'emploi actuellement existant concerné par le développement de moyens informatiques au sein des différents acteurs.

La question cruciale de la gouvernance du SI mutualisé n'est pas seulement liée à la conduite de la mise en œuvre, aux règles de facturation des prestations et aux processus d'arbitrage et de décisions prospectives et techniques. Elle se pose également à l'égard des salariés impactés par l'usage de l'outil et à la disparité des conditions de travail au sein des acteurs de la filière.

En d'autres termes, ce n'est pas seulement la responsabilité des sociétés prises séparément qui est engagée vis-à-vis de leurs salariés, mais c'est bien la responsabilité sociale de toutes les parties prenantes (éditeurs, messageries, dépositaires et diffuseurs) qui est questionnée à travers cette étape de mutualisation.

Cette responsabilité sociale « mutualisée » n'est neutre ni dans la décision à prendre, ni dans ses impacts socio-économiques qui doivent être évalués.

Il appartient également à la puissance publique de veiller à l'équilibre social dans le cadre plus général du plan de restructuration du secteur de la distribution de la presse.

Il nous semble opportun que dès lors qu'une solution aura été adoptée par le CSMP, outre le processus de rédaction du cahier des charges, la réflexion nécessaire sur la gouvernance doit être menée avec l'ensemble des parties prenantes incluant les partenaires sociaux. Cette réflexion doit prendre le temps nécessaire du consensus le plus large et à cet égard un planning ayant une échéance aussi rapprochée que juin 2014 nous semble déraisonnable.

Nous vous prions de croire, Messieurs, en l'assurance de nos respectueuses salutations.



Jean-Michel ROUSSEAU
Secrétaire National
Responsable du pôle MEDIAS

Copies : DGMIC, Ministère de la Culture et de la Communication
Mme Anne-Marie Couderc, Presstalis
Mr Jean-Claude Cochi, MLP
Laurent Berger, Secrétaire général de la CFDT

Annexe 13 - Contribution de M. MEUCLET / Dépositaire de presse à Douai

MEUCLET RICHEZ SA
82 Route de Quiery
62490 Vitry en Artois

Vitry en Artois le 04/04/2014

Conseil Supérieur des Messageries de Presse

LRAR

Contribution de MEUCLET Bruno : Dépositaire

Dans le cadre du choix du système d'information cible pour la distribution de la presse

Monsieur,

Ma contribution se limite à des solutions potentielles après lecture de la Cartographie générale des processus (2.1) et des Principales attentes des Editeurs et Diffuseurs(2.2).

En effet, de ces éléments directeurs des demandes, il faut remarquer que l'analyse de l'historique des ventes en Prévision et sa suite en Analyse (modèle statistique) n'utilise à priori pas les données réelles d'encaissement disponibles pour mettre les fournis en adéquation avec la demande et permettre une mise en place mieux maîtrisée dans ses quantités, il est indispensable que ces données soient disponibles afin de faire se rencontrer les mises en place et le marché réel potentiel notamment dans ses déclinaisons de promotions PRIX .

A ce sujet, une prise en compte de la vente encaissée permet aussi un rassort automatique facile à partir du dépôt et donc réactif à j+1 : qui peut faire mieux ? : c'est la mise en place caisse ou tête de gondole assurée !

De même, dans l'étape suivante : logistique /distribution (2.1) il faut impérativement faire évoluer la reprise d'inventus par l'intégration des données de ventes encaissées connues pour minorer la reprise d'inventus à la résultante des fournis réduits des ventes encaissées, afin de connaître immédiatement la tendance notamment baissière avérée et ne pas réitérer une erreur de mise en place et ce, dans l'intérêt de toute la filière.

Cela permet, de fait, un contrôle beaucoup plus efficace que le système actuel, bien sûr pour les crédits diffuseurs et dépositaires, mais aussi et surtout un ordonnancement des flux de transports beaucoup plus optimisés dans les deux sens (fournis et inventus) pour le niveau 3 meilleure mise en place par un travail plus facile pour le niveau 2 avec meilleure optimisation

des tournées et potentiellement de la diversification et également pour le niveau 1 par une possible réduction des quantités "connues comme non vendues" en amont du traitement, cela permet à la filière d'être plus légère en trésorerie .

Pour ce qui concerne la sortie potentielle des quotidiens du circuit, il me semble que cela amènerait inéluctablement la fin de ces titres en édition papier car on ne confie pas sa survie à son concurrent lorsque l'on est en position de faiblesse, par contre l'inverse et possible, notre système pourrait facilement recevoir la PQR pour ce qui est de la vente en magasin.

C'est pourquoi je pense qu'il nous faut garder une partie de P2000 ,celle qui gère les quotidiens nationaux et potentiellement régionaux (car P2000 est à priori aussi opérationnel pour eux !),cela permet de ne pas investir et d'accueillir d'autres titres.

Pour le reste, il me semble que les systèmes EDGARD permettent, alors que l'on voit les premières stabilisations légèrement baissière de chiffre d'affaire (vu du niveau dépositaire),de traiter facilement et sans partir à l'aventure, toutes les formes de publications .

J'ajoute que ces systèmes fonctionnent avec très peu de réclamations sur les niveaux 1 2 ou3 malgré un taux d'inventus important.

Comme demandé, je n'aborde pas le sujet de la diversification pourtant d'intérêt et actuellement inter-opéré.

C'est pourquoi, je vous recommande, pour saufergarder nos ventes, de garder les pieds sur terre, de ne pas partir à l'aventure du Cloud à mon sens très, voir trop, hypothétique et surtout sans nécessité avérée compte tenu des disponibilités immédiates des récents logiciels actifs de notre filière, il faut simplement que les différents intervenants les mettent réellement à disposition de la filière mais aussi et impérativement que les constructeurs de caisses informatiques qui veulent garder l'accréditation "presse" fournissent gratuitement les chiffres à tous les acteurs de la filière ce qui n'est pas le cas à ce jour.

veuillez agréer, Monsieur le Président du CSMP, l'expression de notre haute considération.

MEUCLET Bruno

