

CONSEIL SUPERIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE

PLAFONNEMENT DES QUANTITES FOURNIES AUX MESSAGERIES DE PRESSE

ARTICLE 18-7 DE LA LOI DU 2 AVRIL 1947

SYNTHESE DES RESULTATS DE LA CONSULTATION PUBLIQUE

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

AVIS DE CONSULTATION PUBLIQUE

Conformément à l'article 18-7 de la loi du 2 avril 1947 et à l'article 8.1 du règlement intérieur du Conseil supérieur des messageries de presse, le Président du Conseil supérieur des messageries de presse, envisageant de soumettre à l'Assemblée du Conseil supérieur une mesure relative au plafonnement des quantités fournies aux messageries de presse, a fait procéder par le Secrétariat permanent à la publication d'un avis de consultation publique.

L'avis de consultation publique a fait l'objet d'une publication sur le site Internet du Conseil supérieur dans une partie librement accessible en date du 17 avril 2013. La durée de la consultation publique a été fixée à 16 jours, les contributions pouvant ainsi être adressées jusqu'au 3 mai 2013, par voie postale ou par courriel (Annexe 1 - Avis de consultation publique).

RESULTATS DE LA CONSULTATION PUBLIQUE

Suite à l'avis de consultation publique, 8 contributions ont été adressées au Secrétariat permanent du Conseil supérieur des messageries de presse par les acteurs suivants :

- Association pour l'avenir des diffuseurs de presse (AADP) - M. Michel MARINI (Président), reçue le 2 mai 2013 ;
- Fédération nationale de la presse spécialisée (FNPS) - M. Jean-Louis REDON (Président de la commission vente et diffusion de la FNPS), reçue le 2 mai 2013 ;
- Coopérative de distribution des magazines et Commission commerciale inter coopératives - M. Erik BOURSIER (Directeur), reçue le 3 mai 2013 ;
- Messageries lyonnaises de presse (MLP) - Mme Sylvie KUNERTH (Directrice des publications), reçue le 3 mai 2013 ;
- Mondadori France - M. Jean-Charles GUERAULT (Directeur du département diffusion), reçue le 3 mai 2013 ;
- Presstalis - M. Vincent REY (Directeur général), reçue le 3 mai 2013 ;
- Union nationale des diffuseurs de presse (UNDP) - M. Gérard PROUST (Président), reçue le 03 mai 2013 ;
- Syndicat national des dépositaires de presse (SNDP) - M. Dominique GIL (Directeur), reçue le 4 mai 2013.

SYNTHESE DE LA CONSULTATION PUBLIQUE

A travers la contribution adressée pour l'**Association pour l'avenir des diffuseurs de presse (AADP)**, M. MARINI effectue un bref rappel du contexte de la consultation publique en souscrivant pleinement aux objectifs poursuivis par la démarche.

Toutefois, il s'interroge sur la définition de nouvelles règles alors même que, selon lui, les règles actuelles ne sont pas appliquées. Il précise que la question relève plus de la mise en œuvre effective du dispositif que de sa définition.

Il expose ce qui constitue pour lui les défauts du dispositif actuel : 1) Les taux d'inventus de la grille de plafonnement sont trop élevés au regard des conditions de marché baissier ; 2)

La saisonnalité est sous-estimée ; 3) Les dérogations sont trop nombreuses ; 4) Il n'y a pas de contrôle ; 5) Les pénalités (pour les éditeurs) ne sont pas assez contraignantes.

Il explique par ailleurs les raisons pour lesquelles le système lui paraît inefficace : « 1) une trop grande permissivité au niveau du rapport entre les volumes mis en vente et les ventes constatées ; 2) des délais d'analyse trop longs ne permettant pas la mise en place d'actions rapides ; 3) des délais de mise en œuvre trop longs produisant les mêmes défauts ; 4) des durées d'application trop courtes, insuffisamment pénalisantes pour être dissuasives, 5) l'absence de contrôle et de contraintes nécessaires pour que les règles établies soient respectées. »

En conclusion, l'AADP souhaite qu'une nouvelle grille soit mise en œuvre, assortie de dispositifs permettant d'améliorer la réactivité du système et son efficacité. En particulier, un système de contrôle et de contraintes financières devraient être mis en place. (Annexe 2 - Contribution de M. MARINI - Association pour l'avenir des diffuseurs de presse)

A travers la contribution adressée pour la **Fédération nationale de la presse spécialisée (FNPS)**, **M. REDON**, précise que le plafonnement de niveau 1 est indissociable de celui de niveau 3. Il souligne que « dans l'idéal », la grille de plafonnement de niveau 1 devrait résulter du cumul des plafonnements de niveau 3, augmenté d'une faible quantité destinée aux réassorts.

M. REDON, précise qu'il serait souhaitable que soit pris en compte dans le plafonnement de niveau 3 les particularités des titres de petite et moyenne diffusion et en particulier leur saisonnalité (touristique, professionnelle, événementielle ou locale). Le plafonnement de niveau 3 doit rester, pour lui, un élément essentiel du dialogue commercial des différents acteurs tout en préservant l'équilibre économique du réseau.

Concernant les quantités excédentaires, la FNPS suggère de ne pas les faire circuler dans le réseau. Le cas échéant, ces quantités devraient être à la charge des éditeurs qui en supporteraient les frais (transport et stockage), les exemplaires concernés devant être crédités au réseau.

La FNPS demande que les règles de gestion du plafonnement soient simples, transparentes et appliquées à tous de la même manière. L'outil informatique doit permettre de faciliter les déplacements de papier ainsi qu'un dialogue permanent avec les éditeurs.

Enfin, concernant les produits hors presse, la FNPS estime que les diffuseurs doivent pouvoir choisir leur quantité. A défaut, des règles au moins équivalentes au plafonnement des produits presse doivent être appliquées au produit hors presse. (Annexe 3 - Contribution de M. REDON - Fédération nationale de la presse spécialisée)

A travers la contribution de la **Coopérative de distribution des magazines et de la Commission commerciale inter-coopératives de Presstalis**, **M. BOURSIER**, conformément à la contribution commune du 28 février 2013, se dit favorable à la mesure de plafonnement niveau 1 selon les modalités existantes, à savoir une grille de plafonnement des invendus par tranche de vente et une séquence d'observation. Il estime que cette mesure permet de retenir les exemplaires en amont afin de protéger le niveau 3 de tout comportement abusif et de permettre à chaque éditeur d'adapter ses tirages pour éviter le plafonnement. Il confirme être favorable à une révision des séquences et de la grille d'invendus de référence afin d'améliorer l'efficacité du dispositif, propositions avancées le 28

A travers la contribution adressée pour les **Messageries lyonnaises de presse (MLP)**, Mme KUNERTH rappelle en premier lieu les règles actuellement appliquées concernant la mise à zéro des titres non vendeurs, le plafonnement des fournis au niveau 1 et le plafonnement des quantités au point de vente.

Elle rappelle ensuite les différentes mesures mises en place par les MLP depuis les années 90 pour tenter de dissuader les éditeurs de mettre en place des quantités excessives, puis présente succinctement un état du portefeuille éditeurs des MLP en 2012. Elle souligne que les conditions de marché ont évolué depuis la mise en place de ce dispositif, conduisant les éditeurs à mieux gérer les quantités distribuées.

Elle indique que le nombre de parutions plafonnables s'est établi dans une fourchette de 200 à 230 parutions par an entre 2006 et 2009, puis a baissé pour s'établir à 137 parutions en 2012. Elle signale également que près de 90% des parutions devant être plafonnées ont été effectivement plafonnées.

Elle souligne que *« l'objectif pragmatique et sain pour tous est de limiter les quantités excédentaires, mais dans le même temps de ne pas dégrader les ventes »*.

Mme KUNERTH propose ensuite des ajustements au dispositif actuel avec un triple objectif : préserver les ventes ; développer les ventes notamment par un « dialogue responsable » entre les acteurs de la chaîne ; professionnaliser la démarche auprès des éditeurs.

Le premier ajustement consisterait à affranchir du dispositif de plafonnement de niveau 1 les titres IPG et à renforcer le pouvoir de décision des messageries en ce qui concerne les quantités distribuées des produits hors-coopératives (AL, PP, PM, PZ).

Le deuxième ajustement consisterait à mettre en place un processus de gestion des quantités, certifié et reconnu par la profession. Ce schéma de certification devrait être précisé ultérieurement. Les dépositaires ne pourraient pas intervenir sur le réglage des publications des éditeurs « certifiés », lesquels auraient assuré un réglage au point de vente. Cependant, une tolérance sur les volumes fournis au dépôt pourrait être prise en compte, à la hausse comme à la baisse. Cette tolérance dépendrait de la volumétrie totale fournie. En cas de désaccord, le dépositaire pourrait engager une discussion avec les messageries ou l'éditeur pour réviser la quantité prévue. En contrepartie les éditeurs s'engageraient à fournir des informations qualitatives sur leurs parutions afin d'améliorer les outils d'aide à la vente des dépositaires et des diffuseurs.

Le 3^{ème} ajustement serait de renforcer le dispositif et de resserrer la grille de plafonnement. Mme KUNERTH propose d'ajouter des critères liés à la performance au point de vente afin de mieux cibler les éditeurs les moins vertueux. Ainsi, les parutions dont plus de 80 % des diffuseurs servis ont un taux d'invendus moyen supérieur à 75 % feraient l'objet d'une répartition de détail obligatoire dès le 01/09/2013 selon un protocole de réglage qualifié. En outre, les parutions dont plus de 25 % des diffuseurs sont plafonnés feraient l'objet d'un réglage diffuseur certifié dès le 01/09/2013. Les MLP précisent que la possibilité de réaffecter les quantités dans le respect de la grille actuellement en vigueur devrait être maintenue car les parutions les moins efficaces en termes de taux d'invendus font parfois l'objet de rupture. (Annexe 5 - Contribution de Mme KUNERTH - Messageries lyonnaises de presse)

A travers la contribution adressée pour le groupe **Mondadori France**, **M. GUERULT**, constate que la mesure de plafonnement de niveau 1 n'a pas fait l'objet de bilan de la part des messageries et évoque des pistes d'investigation qui auraient pu être étudiées.

M. GUERULT considère, par ailleurs, que le plafonnement des quantités au niveau 1, qui s'ajoute aux autres règles interprofessionnelles, participe à la complexification de l'administration des ventes pour les acteurs. Cette complexité est selon lui source de dysfonctionnements et de surcoûts.

Pour M. GUERULT, le plafonnement des quantités au niveau 1 apparaît plus vertueux que le plafonnement des quantités au niveau 3 parce qu'il retient les quantités excessives avant qu'elles ne soient distribuées aux dépôts et que sa mise en place informatique est plus simple. Il considère que ce dispositif permettrait de ne pas perdre de ventes de manière mécanique (à l'inverse du plafonnement niveau 3) et qu'il inciterait davantage les éditeurs à adopter des comportements plus responsables s'ils ne veulent pas voir leurs tirages plafonnés.

M. GUERULT propose 3 mesures d'ajustement du dispositif actuel : la 1^{ère} consisterait à resserrer la grille actuellement en vigueur, la 2^{ème} à raccourcir les séquences qui déclenchent le plafonnement et la 3^{ème} à rallonger légèrement la durée du plafonnement. Toutefois, il estime que ces efforts ne peuvent être consentis *« qu'en contrepartie de l'abandon du plafonnement des quantités servies aux points de vente pour les éditeurs vertueux qui évitent les excès dans leurs livraisons aux messageries »*. Il précise enfin que les cas de dérogation pourraient être réduits.

M. GUERULT demande, s'il n'était pas possible de coupler le plafonnement local avec le plafonnement national, de laisser aux dépositaires le soin de retenir les quantités excédentaires au dépôt, sur réclamation du diffuseur ou de leur propre initiative. (Annexe 6 - Contribution de M. GUERULT - Mondadori France)

A travers la contribution adressée pour **Presstalis**, **M. REY** rappelle les objectifs poursuivis par le plafonnement des quantités fournies au niveau 1, à savoir la régulation des quantités manifestement excessives qui seraient mises sur le marché et l'allègement de la charge de travail des diffuseurs. M. REY indique que seul un petit nombre de titres a été concerné par la mesure de plafonnement (56 titres en 2011 et 44 titres en 2012) pour un nombre de parutions limitées (335 parutions au total en 2011 et 235 parutions en 2012). M. REY estime que la grille de référence paraît jouer pleinement son rôle de « filtre » et que le dispositif répond ainsi à la demande du réseau qui s'inquiétait des quantités excessives livrées aux messageries et qui ne correspondaient pas au potentiel de ventes. M. REY constate que le marché est aujourd'hui en décroissance ce qui se traduit par une baisse des fournis à la parution. Il considère que, si des aménagements peuvent toujours être envisagés à la marge du dispositif, ces derniers se traduiraient par un rapport coût/bénéfice peu favorable. M. REY souhaite que soit reconduit le dispositif tel qu'il est mis en œuvre actuellement. (Annexe 7 - M. REY - Presstalis)

A travers la contribution adressée pour **l'Union nationale des diffuseurs de presse (UNDP)**, **M. PROUST** rappelle que le plafonnement des quantités au niveau 1 constitue la pierre angulaire d'un système cohérent comprenant l'assortiment, le plafonnement des quantités au niveau 3 et la mise à zéro des titres non vendeurs. Pour lui, le plafonnement du niveau 1 ne doit être ni opposé, ni conditionné au plafonnement des quantités au niveau 3. L'UNDP estime que la coexistence des deux types de plafonnement (à l'entrée, au niveau 1,

et au point de vente, niveau 3) est utile. Le plafonnement à l'entrée permet à l'éditeur de ne pas imprimer de quantités plus importantes que ce qu'il pourra mettre en distribution. Cependant, ce niveau de réglage n'assure pas que ces quantités soient distribuées correctement en fonction des dépôts ou de certaines typologies de diffuseurs. Ainsi le plafonnement local permet de compléter efficacement cette mesure en s'assurant que chaque point de vente reçoit des quantités en rapport avec les ventes qu'il enregistre en moyenne sur le titre concerné. L'UNDP précise par ailleurs, que le dispositif prévoyant que les quantités excédentaires soient retenues au niveau du dépôt n'est pas respecté actuellement, celles-ci étant en réalité servies à d'autres points de vente.

M. PROUST souligne que les conditions de travail des diffuseurs sont rendues difficiles par les quantités excessives qu'ils doivent gérer au quotidien, au détriment de leur rôle commercial dans le point de vente. Ce constat s'est aggravé au cours des 7 dernières années avec des taux d'invendus en constante augmentation. Pour l'UNDP, « *le plafonnement est parfaitement justifié, il ne doit pas être abandonné, mais au contraire renforcé afin de devenir réellement efficient* ». M. PROUST dresse ensuite un état des lieux du dispositif en reconnaissant que celui-ci n'a pas permis de réduire les taux d'invendus globaux de la presse magazine. Cependant, ce seul constat ne doit pas remettre en cause le dispositif. M. PROUST précise que « *L'UNDP est donc favorable à une prise de décision du CSMP, instaurant un plafonnement des quantités fournies aux messageries. Elle souhaite que la mesure prise s'inspire très fortement du dispositif actuel, en corrigeant ses défauts.* »

L'UNDP estime que la grille qui avait été adoptée en 2005 est trop peu contraignante et le mode de calcul par séquences de dépassement peu opérant. L'UNDP « *souhaite que la mesure qui sera prise par le CSMP prévoie une grille resserrée, afin de limiter le nombre d'exemplaires et le taux d'invendus acceptable par tranche* ». Elle estime également qu'il faut abandonner le principe de séquences de dépassement au profit d'une période de référence. Par ailleurs, l'UNDP propose que la mesure s'applique de manière permanente pour chaque parution (un calcul des fournis maximum serait effectué pour chaque parution) et non par périodes successives.

L'UNDP pense également qu'il est possible d'envisager un ciblage des titres (à définir dans le cadre de la grille de plafonnement) afin de simplifier les développements informatiques nécessaires aux propositions avancées.

L'UNDP souhaite par ailleurs supprimer toutes les dérogations existantes, à l'exception des nouveautés pour lesquelles un délai de latence sur la période de lancement du titre pourrait être prévu.

Enfin, pour l'UNDP il apparaît indispensable d'inclure dans le dispositif de plafonnement niveau 1 les produits hors presse réguliers ainsi que la presse étrangère. (Annexe 8 - Contribution de M. PROUST - Union nationale des diffuseurs de presse)

A travers la contribution adressée pour le **Syndicat national des dépositaires de presse**, **M. GIL**, réaffirme que « *pour éviter de livrer des quantités abusives dans les points de vente, il suffit que celles que les dépositaires reçoivent dans les dépôts soient adaptées au potentiel de vente de leur réseau* ». Dans le cadre d'analyses réalisées sur 2 dépôts, le SNDP constate que 70 % des titres ont plus de 65 % d'invendus, en moyenne sur un an. 20 % ont plus de 85 % d'invendus, dont plus de 2/3 soit 800 titres qui ont paru 2 fois au plus dans l'année. Dans ce cas, le SNDP estime que la référence à un historique est « *tout à fait illusoire* ». Selon le SNDP, une simple modélisation algorithmique ne suffit pas à prendre en compte les aléas des comportements des points de vente et la variabilité des situations géographiques. Le SNDP précise que les dépositaires sont souvent confrontés à des quantités manifestement abusives qui leurs sont livrées, sur lesquelles ils tentent d'attirer

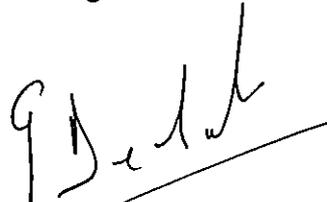
l'attention des éditeurs mais sans succès. Le SNDP souhaite donc que les quantités livrées aux dépôts soient en rapport avec ce qu'ils peuvent livrer au point de vente. Il apparaît clairement pour le SNDP que cette approche permettra aux éditeurs de diminuer leurs coûts de fabrication très en amont de la chaîne. Pour le SNDP, seul le dépositaire est à même d'articuler l'ensemble du processus de plafonnement des quantités (à la fois au niveau des messageries et au niveau des diffuseurs) puisqu'il occupe le niveau central de la distribution. (Annexe 9 - M. GIL - Syndicat national des dépositaires de presse)

PUBLICATION

Conformément à l'article 18-7 de la loi du 2 avril 1947 et à l'article 8.4 du règlement intérieur du Conseil supérieur des messageries de presse, sous l'autorité du Président du Conseil supérieur des messageries de presse, les résultats de la consultation publique et leur synthèse font l'objet d'une publication par le Secrétariat permanent sur le site internet du Conseil supérieur dans une partie librement accessible.

Paris, le 7 mai 2013

Le Secrétariat permanent du Conseil supérieur,
Le Directeur général du Conseil supérieur,



Guy DELIVET

ANNEXES

Annexe 1 - Avis de consultation publique

Conseil supérieur des messageries de presse

Consultation publique

Article 18-7 de la loi du 2 avril 1947

Mesure envisagée : Plafonnement des quantités fournies aux messageries de presse (niveau 1)

Date de publication sur le site Internet du Conseil supérieur des messageries de presse : 17 avril 2013
Durée de la consultation publique : seize (16) jours

Modalités pratiques

Les contributions devront être adressées **au plus tard le 3 mai 2013** :

- soit par voie postale à l'adresse suivante :

Conseil supérieur des messageries de presse
Secrétariat permanent
Consultation publique - Plafonnement des quantités fournies aux messageries de presse (niveau 1)
99 boulevard Malesherbes 75008 PARIS

- soit par courriel à l'adresse suivante :

secretariatpermanent@csmmp-presse.fr (les contributions devront être envoyées en format Word, PDF et Excel dans le cas de tableaux de données).

Toute personne intéressée peut présenter des observations sur la mesure envisagée à condition de justifier de son identité et d'indiquer en quoi elle est concernée par la mesure. Les observations ne satisfaisant pas à cette condition ne seront pas prises en compte.

Les contributions doivent comporter, en première page, le nom et les coordonnées de leur auteur.

Une seule contribution collective par association, institution, société, organisme, organisation professionnelle ou organisation syndicale sera exploitée. La contribution doit préciser en première page la qualité de sa personne signataire.

Les contributions seront considérées comme publiques et pourront être publiées sur le site Internet du Conseil supérieur des messageries de presse dans une partie librement accessible, à l'exception des éléments dont la confidentialité sera explicitement demandée. A cette fin, les contributeurs sont invités à reporter dans une annexe spécifique les éléments qu'ils considèrent devoir être couverts par le secret des affaires. Les contributeurs sont invités à limiter autant que possible les passages couverts par le secret des affaires.

Le Conseil supérieur des messageries de presse rendra publics les résultats de la consultation.

Exposé

Dans le cadre de sa mission générale visant à assurer le bon fonctionnement du système coopératif de distribution de la presse et de son réseau et en application du 12° de l'article 18-6 de la loi du 2 avril 1947, qui prévoit que [le Conseil supérieur des messageries de presse] "*définit, après consultation des acteurs de la distribution de la presse et notamment des organisations professionnelles représentatives des agents de la vente de presse, les bonnes pratiques professionnelles de la distribution de la presse vendue au numéro*", le Conseil supérieur envisage de confirmer dans son principe le dispositif de plafonnement des quantités fournies aux messageries qui avait été mis en place dans un cadre conventionnel antérieurement à la loi du 20 juillet 2011, tout en renforçant son efficacité.

En février 2006, les sociétés coopératives de messageries avaient, dans une démarche concertée, adopté un avenant aux contrats de groupage comportant des dispositions relatives à la régulation des quantités confiées au niveau 1. Ainsi avait notamment été institué un dispositif reposant sur une grille de plafonnement.

Le détail du dispositif de plafonnement des quantités fournies au niveau 1, actuellement en vigueur, figure en annexe du contrat de groupage de la Coopérative des quotidiens (CDQ), de la Coopérative des magazines (CDM) et des Messageries lyonnaises de presse (MLP).

Ce dispositif s'applique à tous les titres réguliers, y compris les titres d'information politique et générale.

Il repose sur l'application d'une grille de référence permettant de limiter les fournis pris en charge par la messagerie, lorsque les fournitures excèdent, sur plusieurs parutions successives, des seuils déterminés.

Interrogées par le Secrétariat permanent du Conseil supérieur, les messageries n'ont pas été en mesure de fournir un bilan précis de la mise en œuvre de cette mesure. D'après les éléments d'information recueillis, il semble que le nombre de titres et de parutions ayant effectivement fait l'objet d'un plafonnement au niveau 1 soit peu significatif.

Mesure envisagée

La mesure envisagée aura pour objet de réguler les quantités fournies aux messageries selon des critères objectifs et non discriminatoires, en fonction des ventes passées de chaque titre.

La mesure envisagée s'inspirera du dispositif existant, institué dans un cadre conventionnel avant l'entrée en vigueur de la loi du 20 juillet 2011, et prendra la forme d'une décision qui sera transmise à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse en vue d'être rendue exécutoire. Elle reposera sur une grille de plafonnement.

Cette mesure s'inscrit dans la recherche d'une meilleure régulation des quantités distribuées et viendra compléter le plafonnement des quantités servies au point de vente (plafonnement au niveau 3) que le Conseil supérieur envisage d'instituer prochainement en application des 1° et 2° de l'article 18-6 de la loi du 2 avril 1947, aux termes desquels le Conseil supérieur des messageries de presse "*Détermine les conditions et les moyens propres à garantir une distribution optimale de la presse d'information politique et générale (...)*" et "*Fixe pour les autres catégories de presse, selon des critères objectifs et non discriminatoires définis dans un cahier des charges, les conditions d'assortiment des titres et de plafonnement des quantités servies aux points de vente*".

Il est rappelé que le Conseil supérieur a précédemment organisé, en février 2013, une consultation publique sur le plafonnement au niveau 3 et que la Commission des bonnes pratiques professionnelles du Conseil supérieur est actuellement saisie d'une demande d'avis sur la régulation des quantités distribuées. Les observations transmises dans le cadre de la présente consultation publique serviront, comme celles précédemment transmises dans le cadre de la consultation sur le plafonnement au niveau 3, à nourrir les réflexions de la Commission des bonnes pratiques professionnelles.

Les personnes participant à la présente consultation sont notamment invitées à indiquer les points du dispositif actuel du plafonnement des quantités au niveau 1 qui leur semblent susceptibles d'amélioration en vue d'en assurer une plus grande efficacité, notamment à travers une actualisation et/ou une évolution de la grille de référence. Il est demandé aux contributeurs qui souhaiteraient proposer l'adoption d'une nouvelle grille de référence d'indiquer le plus précisément possible quels seraient, selon eux, les effets concrets induits par la mise en œuvre de celle-ci, par rapport au mécanisme actuellement en vigueur.

Pièces accessibles

- Loi du 2 avril 1947
- Extrait de l'avenant au contrat de groupage des coopératives associées à Presstalis - 1^{er} février 2006
- Contrat de groupage MLP - Annexe G - Mesures inter-coopératives

Annexe 2 - Contribution de M. MARINI / Association pour l'avenir des diffuseurs de presse (AADP)

Plafonnement des quantités servies au niveau 1

Contribution de l'Association pour l'Avenir des Diffuseurs de Presse (AADP)

En réponse à la consultation publique ouverte par le CSMP le 17 avril 2013

Présentée par Monsieur Michel MARINI, Président de l'association AADP

1. Rappel du texte de la consultation du CSMP
2. Remarques d'ordre général
3. Sur les causes de cette étude
4. Analyse
5. Conclusion

1. Rappel du texte de la consultation du CSMP

Dans le cadre de sa mission générale visant à assurer le bon fonctionnement du système coopératif de distribution de la presse et de son réseau et en application du 12° de l'article 18-6 de la loi du 2 avril 1947, qui prévoit que [le Conseil supérieur des messageries de presse] "définit, après consultation des acteurs de la distribution de la presse et notamment des organisations professionnelles représentatives des agents de la vente de presse, les bonnes pratiques professionnelles de la distribution de la presse vendue au numéro", le Conseil supérieur envisage de confirmer dans son principe le dispositif de plafonnement des quantités fournies aux messageries qui avait été mis en place dans un cadre conventionnel antérieurement à la loi du 20 juillet 2011, tout en renforçant son efficacité.

En février 2006, les sociétés coopératives de messageries avaient, dans une démarche concertée, adopté un avenant aux contrats de groupage comportant des dispositions relatives à la régulation des quantités confiées au niveau 1. Ainsi avait notamment été institué un dispositif reposant sur une grille de plafonnement.

Le détail du dispositif de plafonnement des quantités fournies au niveau 1, actuellement en vigueur, figure en annexe du contrat de groupage de la Coopérative des quotidiens (CDQ), de la Coopérative des magazines (CDM) et des Messageries Lyonnaises de presse (MLP).

Ce dispositif s'applique à tous les titres réguliers, y compris les titres d'information politique et générale.

Il repose sur l'application d'une grille de référence permettant de limiter les fournies pris en charge par la messagerie, lorsque les fournitures excèdent, sur plusieurs parutions successives, des seuils déterminés.

Interrogées par le Secrétariat permanent du Conseil supérieur, les messageries n'ont pas été en mesure de fournir un bilan précis de la mise en œuvre de cette mesure. D'après les éléments d'information recueillis, il semble que le nombre de titres et de parutions ayant effectivement fait l'objet d'un plafonnement au niveau 1 soit peu significatif.

Mesure envisagée

La mesure envisagée aura pour objet de réguler les quantités fournies aux messageries selon des critères objectifs et non discriminatoires, en fonction des ventes passées de chaque titre.

La mesure envisagée s'inspirera du dispositif existant, institué dans un cadre conventionnel avant l'entrée en vigueur de la loi du 20 juillet 2011, et prendra la forme d'une décision qui sera transmise à l'Autorité de régulation de la distribution de la presse en vue d'être rendue exécutoire. Elle reposera sur une grille de plafonnement.

Cette mesure s'inscrit dans la recherche d'une meilleure régulation des quantités distribuées et viendra compléter le plafonnement des quantités servies au point de vente (plafonnement au niveau 3) que le Conseil supérieur envisage d'instituer prochainement en application des 1° et 2° de l'article 18-6 de la loi

du 2 avril 1947, aux termes desquels le Conseil supérieur des messageries de presse "Détermine les conditions et les moyens propres à garantir une distribution optimale de la presse d'information politique et générale (...)" et "Fixe pour les autres catégories de presse, selon des critères objectifs et non discriminatoires définis dans un cahier des charges, les conditions d'assortiment des titres et de plafonnement des quantités servies aux points de vente".

Il est rappelé que le Conseil supérieur a précédemment organisé, en février 2013, une consultation publique sur le plafonnement au niveau 3 et que la Commission des bonnes pratiques professionnelles du Conseil supérieur est actuellement saisie d'une demande d'avis sur la régulation des quantités distribuées. Les observations transmises dans le cadre de la présente consultation publique serviront, comme celles précédemment transmises dans le cadre de la consultation sur le plafonnement au niveau 3, à nourrir les réflexions de la Commission des bonnes pratiques professionnelles.

Les personnes participant à la présente consultation sont notamment invitées à indiquer les points du dispositif actuel du plafonnement des quantités au niveau 1 qui leur semblent susceptibles d'amélioration en vue d'en assurer une plus grande efficacité, notamment à travers une actualisation et/ou une évolution de la grille de référence. Il est demandé aux contributeurs qui souhaiteraient proposer l'adoption d'une nouvelle grille de référence d'indiquer le plus précisément possible quels seraient, selon eux, les effets concrets induits par la mise en œuvre de celle-ci, par rapport au mécanisme actuellement en vigueur.

Pièces accessibles

- Lol du 2 avril 1947
- Extrait de l'avenant au contrat de groupage des coopératives associées à Presstalis - 1^{er} février 2006
- Contrat de groupage MLP - Annexe G - Mesures inter-coopératives

2. Remarques d'ordre général

Constat

Le CSMP souligne la nécessité de renforcer l'efficience du dispositif de plafonnement des quantités fournies aux messageries.

Le CSMP prend acte du fait que la précédente mesure sur laquelle des engagements avaient été pris n'a pas été respectée par les messageries qui n'ont pas été en mesure de fournir un bilan précis de la mise en œuvre de cette mesure.

Avis

Comme pour la consultation sur le plafonnement des quantités servies au niveau 3 l'AADP souscrit totalement aux objectifs recherchés.

Toutefois elle s'interroge sur l'intérêt de nouvelles règles quand il est avéré que les premières n'ont pas été appliquées.

La question est probablement plus du ressort de l'exécution des engagements que de leur définition.

Sous réserve que cette question soit préalablement résolue par un contrôle permanent et une pénalisation de son non respect, le plafonnement des quantités servies au niveau 1 nous semble primordial.

3. Sur les causes de cette étude

Les défauts constatés sont similaires à ceux déjà évoqués dans notre contribution au plafonnement des quantités servies au niveau 3 :

- Mode de calcul générateur d'invendus

La grille validée ne répond plus aux conditions du marché baissier que nous connaissons et que nous pensons devoir subir encore dans les années à venir. Comme au niveau 3 il est aisé de définir à l'aide de celle-ci les taux d'invendus autorisés et de constater que ceux-ci sont beaucoup trop élevés dans une période comme celle que nous vivons durablement.

- Saisonnalité sous-estimée
- Possibilités de dérogations trop nombreuses
- Absence de contrôle
- Absence de pénalités contraignantes

4. Analyse

Il ne nous semble pas nécessaire de rentrer dans le détail de la définition du système existant. Force est de constater qu'il est inefficace en raison :

- d'une trop grande permisivité au niveau du rapport entre les volumes mis en vente et les ventes constatées
- de délais d'analyse trop longs retardant l'absence d'actions correctives
- de délais de mise en œuvre trop longs produisant les mêmes défauts
- de durées d'application trop courtes insuffisamment pénalisantes pour être dissuasives
- de l'absence des contraintes et contrôles nécessaires pour que les règles établies soient respectées.

5. Conclusion

Nous demandons en conséquence que soit améliorées la réactivité du système et son efficacité par une nouvelle grille engendrant moins d'inventures et des temps plus adaptés au résultat attendu ainsi que par un contrôle effectif assorti de contraintes financières.

Annexe 3 - Contribution de M. REDON / Fédération nationale de la presse spécialisée (FNPS)



**Contribution de la FNPS à la consultation du CSMP sur
le Plafonnement des quantités servies aux points de vente de presse (Niveau 1)**

Le plafonnement de niveau 1 est indissociable de celui de niveau 3, et dans l'idéal ne devrait être que le simple cumul des plafonnements de niveau 3, augmenté d'une faible quantité pour permettre le réassort que nous espérons toujours.

- Le plafonnement de niveau 3 comme celui de niveau 1 doit prendre en compte les particularités des titres de petite et moyenne diffusion et en particulier leur saisonnalité qu'elle soit touristique, professionnelle ou tout simplement événementielle ou locale.
- Le plafonnement de niveau 3 comme celui de niveau 1 est un élément indispensable du dialogue commercial entre tous les échelons de distribution, et il doit impérativement permettre de préserver l'équilibre économique, actuellement fortement dégradé, du réseau.
- Les quantités livrées en excédent ne doivent pas circuler dans le réseau et si malgré tout ceci arrivait, les éditeurs concernés devraient supporter les frais de transport et de stockage afférents et les exemplaires concernés devraient être immédiatement crédités au réseau.
- Les règles de gestion du plafonnement doivent être simples, transparentes et appliqués à tous, hors cas de dérogation préalablement définis.
- En parallèle au plafonnement, l'outil informatique du niveau 2 doit permettre en toute simplicité les déplacements de papier ainsi qu'un dialogue permanent avec les éditeurs.
- Enfin, la FNPS rappelle que les produits hors presse doivent faire l'objet d'une liberté totale de choix des diffuseurs quant à la définition des quantités reçues, ou à défaut, se voir appliquer des règles de plafonnement au moins équivalentes à celle des produits presse,

Jean Louis Redon
Président du SPMS
Président de la commission vente et diffusion de la FNPS
02/05/2013

Annexe 4 - Contribution de M. BOURSIER / Coopératives de distribution des magazines et commission commerciale

Le 3 mai 2013

Consultation publique du CSMP sur le plafonnement Niveau I

Suite à l'appel à contribution formulé par le Conseil Supérieur des Messageries de Presse sur le plafonnement niveau 1, la Coopérative de Distribution des Magazines et la Commission Commerciale Inter-Coopératives Presstalis, conformément à leur contribution commune du 28 février dernier sur le plafonnement niveau 3, réaffirment leur position favorable à cette mesure selon les modalités existantes, à savoir une grille de plafonnement des invendus par tranche de vente et une séquence d'observation qui permet, par constats réguliers de fourniture excessive, la retenue des exemplaires au niveau de la messagerie.

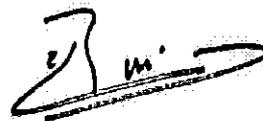
Cette mesure permet de :

- protéger très en amont le niveau 3 de tout comportement abusif sur les mises en place livrées au réseau en retenant les exemplaires avant toute ;
- permettre à chaque éditeur d'adapter ses tirages pour éviter le plafonnement grâce à la séquence d'observation.

Il est rappelé en outre que les messageries possèdent un outil de dialogue avec les éditeurs permettant d'apporter à ces derniers le meilleur conseil et ce avant impression des exemplaires.

La CDM et la Commission Commerciale sont favorables à une révision des séquences et de la grille d'invendus de référence afin d'optimiser l'efficacité du dispositif.

Le Directeur des Coopératives associées à Presstalis



Erik BOURSIER

Annexe 5 - Contribution de Mme KUNERTH / Messageries lyonnaises de presse (MLP)

Le plafonnement des fournis aux messageries de presse (N1)

3 mai 2013



La contribution MLP „

Table des matières

Rappel.....	3
I-Mise à Zéro des titres non vendeurs	3
II-Plafonnement des Fournis au N1	5
III-Plafonnement des quantités au PDV	7
Analyse Critique du dispositif de plafonnement N1	10
I-Evolution de marché depuis 2007.....	11
II-Analyse du portefeuille MLP en 2012	12
III-plafonnement des quantités servies aux messageries de presse...	13
Propositions MLP d'ajustement	15

Rappel des règles actuellement appliquées

1

Mises en place depuis février 2005, les mesures inter-coopératives, dites GTI (Groupe de Travail Inter-coopératives), avaient pour objectif principal en juillet 2004 d'améliorer, de simplifier et d'alléger l'exercice du métier de diffuseur de presse.

Parmi toutes les mesures mises en œuvre, deux ont particulièrement marqué une rupture avec les anciennes pratiques en instaurant :

- La mise à zéro des titres non vendeurs dans le PDV
- Le plafonnement des quantités des titres vendeurs au niveau 1

Le plafonnement des quantités servies des titres vendeurs au Point De Vente, est généralisé en avril 2009, après des tests en 2006 sur la zone du dépôt de Cergy et une partie de la zone SPPS, avant d'être étendu à toute la zone SPPS en 2008 ainsi qu'aux dépôts d'Angoulême, Avignon, Bourg-En-Bresse, Calais, Le Havre et Villeneuve-le-Roi

Mise à Zéro des titres non vendeurs

• Objectif et Périmètre

La régulation des flux

a. Règles de mise à zéro des titres non vendeurs

Un titre est retiré des références servies dans un point de vente après :

- 6 parutions sans vente consécutives pour les hebdomadaires,
- 5 parutions sans vente consécutives pour les bimensuels,
- 5 parutions sans vente consécutives pour les mensuels,
- 4 parutions sans vente consécutives pour les bimestriels,
- 3 parutions sans vente consécutives pour les trimestriels.

Dans les points de vente à forte activité saisonnière, la mise à zéro de la fourniture ne s'applique pas si l'historique de vente de la saison précédente fait apparaître des ventes (cette exception sera gérée avec les dépositaires).

b. Durée d'application

Cette mise à zéro de la fourniture intervient à compter de la parution N+2 pour une durée de :

- Trois mois pour les hebdomadaires et bimensuels
- Quatre mois pour les mensuels
- Six mois pour les bimestriels et trimestriels

Si, lors du retour du titre dans le point de vente, il est à nouveau constaté les séquences de non vente précisées ci-dessus, la mise à zéro de la fourniture s'effectuera pour une durée identique à la première fois.

La constitution de la séquence se poursuit en cas de changement éventuel de société de messageries.

La MAZ (Mise A Zéro) des titres non vendeurs dans le PDV consiste à retirer le produit de l'offre du PDV après 'n' parutions consécutives sans aucune vente.

Les règles présentées sont issues des travaux des différents groupes de travail (GTI, CSI) mis en place au sein de la MAZ. Les décisions émanant de ce dernier.

Cette mise à zéro de la fourniture dans le point de vente à partir de la parution N+2 – la parution N étant la dernière de la séquence observée de non vente, sera coordonnée en central par les messageries pour son application par les dépôts, et ne saurait intervenir dans les cas suivants :

- Demande expresse du diffuseur auprès de son dépôt pour recevoir le titre,
- Fermeture temporaire du point de vente,
- Point de vente purement saisonnier
- Non mise en vente avérée,
- Nouvelle formule avérée (à la demande argumentée de l'Éditeur)
- Dossier rédactionnel local annoncé en couverture (à la demande argumentée de l'Éditeur)
- Hebdomadaires d'information politique et générale tels que déterminés par le décret n° 93-37 du 17 janvier 1997.

Tous les titres sont dans le périmètre, y compris les titres d'information politique et générale, à l'exception des EY, des PM. Les périodicités supérieures à trimestrielle sont exclues du dispositif.

II. Plafonnement des Fournis au N1

• Objectif et Périmètre

Mettre en place dans le réseau une quantité d'exemplaires raisonnablement proportionnée au potentiel de vente espéré et ajuster la répartition des quantités aux différents agents de la vente par le biais de réglages réguliers.

- Les titres dont il est constaté que les fournitures excèdent sur plusieurs parutions successives les seuils définis par tranches par la grille de référence, se verront appliquer au niveau de la messagerie un plafonnement des quantités fournies.
- Les titres concernés par cette mesure devront avoir dépassé le seuil de fournis maximum par tranches de façon successive :
 - 6 fois pour un hebdomadaire
 - 5 fois pour un bimensuel
 - 5 fois pour un mensuel
 - 4 fois pour un bimestriel
 - 3 fois pour un trimestriel
- Pour les nouveautés et les nouvelles formules avérées (à la demande argumentée de l'Éditeur), cette mesure s'appliquera après un délai de carence de trois mois.

• Calcul des fournis maximum autorisés

Une fois le dépassement constaté après la séquence correspondant à la périodicité du titre, une moyenne de vente est calculée sur la base des 'n' parutions, suivant la périodicité. La dernière parution N prise en compte étant celle du constat du dépassement.

• Prise en compte du numéro homologue

Si la vente du numéro homologue de l'année précédente de la parution à partir de laquelle s'appliquera la régulation (soit le N+2) dépasse de 30% la moyenne de vente ainsi calculée, celui-ci est considéré comme seule base de calcul de la vente de référence. L'éventuelle prise en compte du numéro homologue se fera à la demande expresse de l'Éditeur. (*On entend par numéro homologue, la parution à la même date de l'année précédente ou la parution avec un thème rédactionnel identique et mise en vente dans la même période de calcul de la moyenne de vente de l'année précédente*). En appliquant le coefficient défini par la grille à la vente du numéro homologue de l'année précédente, on obtient la quantité de fournis maximum autorisés.

• Mise en œuvre

Pendant la parution N+1, la société de messageries annoncera à l'Éditeur la quantité de fournis maximum autorisés. Pour les hebdomadaires, cette annonce sera faite pendant la parution de N+2.

Si les quantités livrées se révèlent supérieures au maximum autorisé, la part excédentaire ne sera pas prise en charge par la messagerie et les frais de retour seront à la charge de l'Éditeur.

Cette mesure sera applicable à la parution N+4 pour les hebdomadaires, N+3 pour les bimensuels et N+2 pour les autres périodicités.

• **Durée d'application**

La limitation des fournis s'appliquera pendant un nombre de parutions déterminé selon la périodicité du titre :

- ❖ 6 parutions pour un hebdo
- ❖ 5 parutions pour un bimensuel
- ❖ 5 parutions pour un mensuel
- ❖ 4 parutions pour un bimestriel
- ❖ 3 parutions pour un trimestriel

L'Éditeur s'engage à réaliser un réglage sur la base des quantités autorisées. A défaut, la société de messageries le fera réaliser et cette prestation sera facturée à l'Éditeur.

Si, lors du nouveau constat effectué lors de la parution du deuxième numéro suivant la période de fournis maximum autorisés, le dépassement est à nouveau avéré, une nouvelle quantité de fournis maximum autorisés sera calculée sur les mêmes bases et la durée d'application sera doublée.

• **Grille de référence métropole**

tranches de vente	prise forfaitaire	+	prise/ex. vendu tranche
0 à 2 500	0	+	6,25
2 501 à 5 000	15 625	+	4,50
5 001 à 10 000	26 875	+	2,99
10 001 à 15 000	41 825	+	2,50
15 001 à 20 000	54 325	+	2,29
20 001 à 25 000	65 775	+	2,04
25 001 à 30 000	75 975	+	1,90
30 001 à 35 000	85 475	+	1,77
35 001 à 40 000	94 325	+	1,70
40 001 à 45 000	102 825	+	1,60
45 001 à 50 000	110 825	+	1,58
50 001 à 62 500	118 725	+	1,51
62 501 à 75 000	137 600	+	1,49
75 001 à 100 000	156 225	+	1,46
100 001 à 175 000	192 725	+	1,43
175 001 à 250 000	299 975	+	1,42
250 001 à 375 000	406 475	+	1,38
375 001 à 500 000	578 975	+	1,21
500 001 à 750 000	730 225	+	1,12
750 001 à 1 000 000	1 010 225	+	1,11
>1 000 000	1 287 825	+	1,10

III. Plafonnement des quantités au PDV

• Objectif et Périmètre

Les principes consistent :

- A définir pour chaque parution et chaque point de vente une fourniture maximale à ne pas dépasser.
- Cette quantité maximale est calculée en fonction des ventes passées du titre et d'une grille de plafonnement, et ne peut être inférieure à la vente maximum constatée sur la période considérée.
- Pour chaque titre, chaque parution, chaque point de vente, un contrôle vérifie que la quantité prévue n'excède pas la quantité maximale autorisée.
- Le plafonnement s'applique sur la quantité prévue pour le point de vente, quelle que soit son origine : service de base, réglage éditeur, modifications du dépôt, etc, sauf cas de « déplafonnement » autorisé.
- Seules les quantités autorisées sont livrées aux points de vente, les quantités excédentaires sont retenues au dépôt.

Le périmètre : les titres réguliers (publications), hors titres d'information politique et générale, et les titres AL et PP de périodicité régulière.

Sont exclus les titres d'information politique et générale, les EY, PM ainsi que les titres à périodicité supérieure à trimestrielle.

Nombre de parutions prises en compte pour la vente de référence

- Hebdomadaire : moyenne des 6 derniers numéros
- Bimensuel : moyenne des 5 derniers numéros
- Mensuel : moyenne des 5 derniers numéros
- Bimestriel : moyenne des 4 derniers numéros
- Trimestriel : moyenne des 3 derniers numéros

Les parutions mises en vente entre le 20 juin et le 25 août ne sont pas prises en compte pour la vente de référence.

Parution sur laquelle s'applique le plafonnement (**P** étant la dernière parution prise en compte dans le calcul) :

- Parution **P+3** pour les hebdomadaires et les bimensuels
- Parution **P+2** pour toutes les autres périodicités

• Les cas de déplafonnement

Déplafonnement sur l'ensemble du réseau

- Les titres d'information politique et générale
- Les nouveautés et nouvelles formules
 - o Les parutions ne sont pas plafonnées pendant les six premiers mois
- Les parutions pour lesquelles la parution « homologue » a réalisé des ventes de 30% supérieures aux dernières parutions
 - o La parution homologue est déclarée par l'éditeur
- Les parutions qui font l'objet d'une publicité sur une télévision nationale (chaînes hertziennes) ou une radio nationale
- Les parutions pour lesquelles l'UNDP accepte une dérogation

Déplafonnement sur une partie du réseau

- Tout point de vente qui en fait la demande
 - o Pour l'ensemble des produits ou certains produits particuliers
- Pour toutes les parutions, les points de vente que les dépôts décident d'exclure du plafonnement
 - o Points de vente à très forte variation saisonnière, créations, modernisations, ...
- Les parutions qui adhèrent à un dispositif de promotion et d'affichage (minimum deux 30X40) mis en œuvre sur les points de vente presse par les messageries, les sociétés prestataires de services, les enseignes et autres.
 - o Le déplafonnement porte sur les points de vente concernés par la promotion/affichage.
- Les promotions organisées localement par les éditeurs et les dépôts
 - o Le déplafonnement concerne tous les diffuseurs des dépôts concernés. Ce sont les dépôts qui procèdent à sa mise en œuvre, via une procédure dans leurs outils.
 - o Les éditeurs doivent transmettre les demandes aux dépôts.
 - o Le dépôt peut décider de lui-même le déplafonnement s'il a connaissance d'un événementiel particulier.
- Les points de vente pour lesquels la dernière vente du titre sur la période de référence est en rupture.
 - o Le déplafonnement ne porte que sur le point de vente.

La grille 01, dite CERGY, est utilisée pour tous les points de vente toutes natures sur la métropole, à l'exception des kiosques de la zone SPPS auxquels est appliquée la grille 02 dite KIOSQUES ou dite serrée.

Grilles de Plafonnement

Grille 01 CERGY				Grille 02 KIOSQUES			
Tranche de vte	Type de	Quantité ou coef		Tranche de vte	Type de	Quantité ou coef	
valeur mini	Val. ou coef %			valeur mini	Val. ou coef %		
0,00 Q			2	0,00 Q			1
0,75 Q			3	0,30 Q			2
1,00 Q			4	0,75 Q			3
1,50 Q			5	1,50 Q			4
2,00 Q			7	2,00 Q			5
3,00 Q			9	3,00 Q			6
4,00 Q			12	3,50 Q			7
5,00 Q			14	4,00 Q			8
6,00 Q			16	4,50 Q			9
7,00 A*	56%	2,273		5,00 Q			10
15,00 A*	56%	2,273		6,00 Q			11
20,00 A*	45%	1,818		7,00 Q			13
30,00 A*	45%	1,818		8,00 Q			15
50,00 A*	45%	1,818		9,00 Q			17
100,00 A*	45%	1,818		10,00 Q			19
				11,00 Q			21
				12,00 Q			23
				13,00 Q			25
				14,00 Q			27
				15,00 A*			1,45

- **Cas des déclinaisons ponctuelles : Modalité transitoire**
 - Dans le cas de déclinaison ponctuelle (ex. un titre accompagné une fois sur deux d'un DVD, le plafond doit être calculé sur la somme des ventes de toutes les déclinaisons.
 - A court terme, cet automatisme n'est pas gérable via P2000. Il pourra l'être lors de la mise en place de la version 1 de Syprès.
 - Conséquence : à court terme, les parutions qui comprennent dans leur historique une déclinaison ponctuelle ne seront pas plafonnées.
 - La demande sera faite par l'éditeur à la messagerie qui déplafonnera automatiquement l'ensemble des dépôts
 - Un message apparaîtra sur le BL.

ANALYSE CRITIQUE DU DISPOSITIF EN VIGUEUR DE PLAFONNEMENT AU NIVEAU 1

Les Editeurs, en France métropolitaine, sont historiquement maîtres des quantités distribuées sur le réseau presse via les coopératives et messageries. Cet apanage a parfois conduit à des excès de fournitures, certains éditeurs cherchant à améliorer

leur visibilité dans les linéaires afin de répondre à la pression des annonceurs ou à accroître leurs ventes à travers des tests de saturation démesurés au regard de la marginalité du potentiel de développement. Il leur était d'autant plus facile de raisonner ainsi que selon eux les autres acteurs de la chaîne de distribution ne prenaient aucun risque financier (cette sécurité étant garantie par la reprise des invendus). Ce sont bien évidemment ces pratiques qui ont très vite conduit les messageries, qui n'avaient aucunement la possibilité d'imposer les quantités contrairement aux pratiques d'autres secteurs ou d'autres marchés, à introduire, dans leurs barèmes, des pénalités sur taux d'invendus excessifs, dispositif dont ni le niveau 3 ni le niveau 2 n'ont jamais bénéficié.

Ainsi, dès 1992, MLP commençait à agir pour dissuader les politiques abusives de toutes natures menées par certains éditeurs au détriment d'une politique structurée des ventes. Une première mesure consista à mettre en place des barèmes de distribution incluant de fortes pénalités pour les titres à taux d'invendus élevé et des bonifications sur ventes pour les titres les plus performants. La deuxième disposition, mise en œuvre de septembre 1992 à fin janvier 1993, fixait les conditions de détermination des quantités de 93 titres à taux d'invendus supérieur à 70% en permettant aux dépositaires de fixer les services.

Le bilan de cette deuxième initiative est le suivant : seuls 48 titres sur les 93 identifiés ont fait l'objet du dispositif cible, 35 ont cessé de paraître, 10 ont fait l'objet de l'annulation de l'opération sur réclamations des éditeurs. Le constat suivant fut également fait pour les 43 titres avec résultats disponibles au moment de l'analyse :

- La baisse moyenne des fournitures était de 34%
- La baisse moyenne des ventes était de 28%

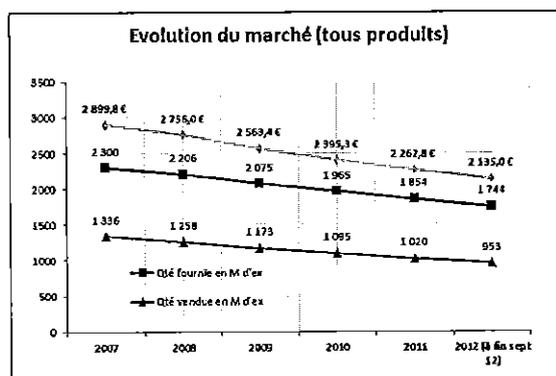
- o Le taux d'invendus moyen était passé de 75% à 73%
 - o Seuls 8 titres augmentaient leurs ventes de +2% à +48%
- Entre 1992 et 2006, les directions commerciales ont, à différentes reprises, tenté des opérations coup de poing pour juguler les dérapages et taux d'invendus excessifs avec des résultats souvent mitigés.

Afin de limiter plus efficacement les quantités jugées excessives, le plafonnement des quantités au N1 a été mis en place en février 2006.

I. Analyse de l'évolution du marché depuis 2007

Les caractéristiques de marché qui prévalaient au milieu des années 2000, lorsque la profession s'est réunie pour mettre en place les mesures professionnelles dont le but principal était de limiter les pratiques abusives constatées par les diffuseurs en matière de gestion de quantités, ne sont désormais plus les mêmes. La forte tendance baissière des ventes et des recettes publicitaires, conjuguée à la hausse des coûts d'impression et de transport, ont naturellement conduit les éditeurs à mieux gérer les quantités distribuées afin de maîtriser leurs coûts et optimiser leur rentabilité.

Comme le montrent les données suivies par le CSMP, entre 2007 et 2012, les fournis ont baissé de 24,17% quand les ventes baissaient dans le même temps de 28,67%. Le taux d'invendus est ainsi passé de 41,91% en début de période à 45,36%. Le décalage d'ajustement est logiquement expliqué par les délais incompressibles nécessaires à l'analyse et à la prise de décision, chaque nouveau palier de baisse des ventes étant une surprise pour les éditeurs.

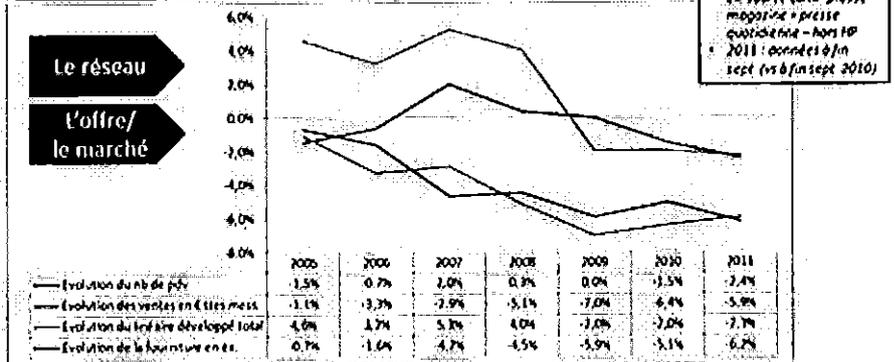


Source CSMP - les données fournis et ventes en ex et en € pour 2012 à fin sept 2012

Les éléments clés permettant le diagnostic de notre secteur évoluent à la baisse simultanément. Les éditeurs se sont naturellement adaptés à leur nouvel environnement parce qu'il en allait de leur survie :

Evolutions croisées

Evolution annuelle (année B - année A)



II. Analyse du portefeuille MLP sur 2012

Les données de marché cachent des disparités importantes en termes de taux d'efficacité. Deux variables sont fortement corrélées au taux d'efficacité : la périodicité et les quantités totales distribuées (elles-mêmes corrélées au nombre de diffuseurs servis).

2012 (données CSMP)	% invendus toutes messageries	% invendus MLP
Hebdomadaires	33,1%	32,5%
Bimensuels	24,5%	65,1%
Mensuels	56,6%	60,6%
Bimestriels	63,9%	68,0%
Trimestriels et supérieurs	67,9%	70,2%
Hors-séries	61,0%	67,1%
TOTAL PRESSE COOP (hors quotidiens)		

TRANCHE DE FOURNIS	Nom de la Tranche	TAUX DE VENTE
< 5 000 ex	A	20,83%
< 10 000 ex	B	23,07%
< 20 000 ex	C	26,78%
< 30 000 ex	D	28,38%
< 45 000 ex	E	30,30%
>= 45000 ex	F	51,83%
TOTAL		33,37%

Source Base Presse
 - Parutions facturées
 du 1er janvier au 31
 décembre 2012

Taux de vente par tranche de fournis et périodicités :

Périodicité	Tranches de Fournis					
	A	B	C	D	E	F
Bimensuel		25,60%	24,17%	28,40%	37,76%	5,49%
Bimestriel	20,24%	22,69%	24,73%	24,62%	31,70%	36,14%
Hebdomadaire		18,45%	30,99%	36,24%	41,24%	72,02%
Irrégulier		32,63%		10,22%		
Mensuel	25,66%	21,93%	26,46%	32,32%	33,08%	46,61%
Semestriel	35,27%	20,01%				
Trimestriel	19,48%	23,52%	27,95%	29,37%	27,30%	39,94%
TOTAL	20,83%	23,07%	26,78%	28,38%	30,30%	51,83%

Source Base Presse -- Parutions facturées du 1er janvier 2012 au 31 décembre 2012

Ces données démontrent que, même s'il y a des titres atypiques, la croyance de l'ensemble de la profession selon laquelle plus la fréquence de parution est élevée et plus la distribution est large, plus il est possible de maîtriser le taux d'invendus, est fondée sur des constats tangibles.

III. Plafonnement des quantités fournies aux messageries de presse

Le nombre de parutions plafonnables a baissé au cours des dernières années.

Année	Nombre de parutions plafonnables	Année	Nombre de parutions plafonnables
2006	212	2010	156
2007	222	2011	127
2008	207	2012	137
2009	227		

Source MLP - Iris Pass

Si la règle est très majoritairement respectée, (88,82% de parutions plafonnables pour MLP entre 2006 et 2012 ont été plafonnées), quelques cas particuliers non gérés par les règles, ont engendré des exceptions. Par exemple, aucun dispositif de la règle ne prend en compte le réel l'impact des élections présidentielles sur les ventes des News. Dans ce cas précis, le numéro homologue n'est pas inclus dans la série de référence, mais 5 ans plus tôt. Cette situation est loin d'être anecdotique et conduit les responsables commerciaux des éditeurs et des messageries à des compromis sur les quantités à distribuer afin de préserver les ventes sur les parutions à potentiel

avéré.

L'efficacité de la distribution des fournitures pour de meilleures ventes reste le fantasme de l'ensemble des acteurs de la chaîne de distribution, de l'éditeur au diffuseur en passant par les dépositaires et le niveau 3. Personne jusqu'à présent n'a réussi à bâtir un système prédictif des prochaines ventes à partir des séries statistiques précédentes. Si tel était le cas, les programmes informatiques auraient depuis longtemps remplacé les actions commerciales menées sur le terrain, dans les services de diffusion ou via les mises en avant. Trop de paramètres, trop d'exceptions terrain, éditoriales ou consuméristes interfèrent sur les données pour pouvoir isoler les facteurs et laisser sa juste place aux purs calculs statistiques. Le résultat en est que « *les ventes sont souvent fugaces d'un numéro à l'autre, d'un point de vente à l'autre* » (Réflexions sur la notion de titre vendeur – Patrick ANDRE – juillet 2010).

Il est donc difficile pour l'éditeur de connaître à l'avance les points de vente qui surperformeront lors de la mise en place suivante.

C'est pourquoi le seul plafonnement national, conjugué ou non au plafonnement N3, ne garantit pas l'efficacité des ventes recherchée par le secteur. En effet, non seulement cette mesure s'appuie elle aussi sur les résultats passés mais elle ne vise qu'à réguler des comportements excessifs sans tenter d'orienter son action vers une amélioration des conditions d'exercice du métier de diffuseur, et en perdant parfois de vue **l'intérêt supérieur des acteurs de préserver les ventes.**

Pour résumer, l'objectif pragmatique et sain pour tous est de limiter les quantités excédentaires, mais dans le même temps de ne pas dégrader les ventes.

Comme l'a souligné la Coopérative des Magazines dans sa contribution sur le plafonnement N3 - « *l'analyse comparée des taux d'inventures des dépositaires pratiquant massivement le plafonnement au point de vente et de ceux qui ne l'appliquent pas, met en évidence l'absence de lien entre ces données* ». Force est donc de constater qu'agir sur la seule réduction des quantités ne permettra pas

d'approcher l'efficacité recherchée et que les approches s'appuyant sur ce seul critère ne pourront obtenir le résultat escompté, ce qui est regrettable car bien plus simple à mettre en œuvre.

Propositions MLP d'ajustement

Sur la base des données précédemment analysées et principes évoqués, MLP propose les ajustements suivants avec un triple objectif :

- Préserver les ventes des produits dans un contexte de marché baissier qui est désormais central à la différence de la situation en vigueur au moment où les règles initiales ont été établies.

- Préserver à travers l'ensemble des règles mises en place la motivation, l'économie et la trésorerie des diffuseurs en préservant, voire en développant les ventes. A ces principes vertueux doivent impérativement être associés, d'une part une réflexion et des actions sur des logiques d'approvisionnement plus modernes à partir des nouveaux moyens d'exploitation des données de ventes (par exemple le développement des réassorts automatiques ou le déplacement de papier en cours de vente) et, d'autre part, le « dialogue responsable » entre les acteurs de la chaîne, dont on voit au travers du déploiement de l'assortiment qu'il est encore balbutiant.

- Convaincre les acteurs de notre secteur qu'il est d'autres voies que les fonctionnements historiques, tant sur les approches de gestion des quantités que de conceptions des mesures, et que l'on peut encore professionnaliser la démarche, que l'on ne peut plus se contenter d'imprimer et livrer des produits sans se soucier de l'endroit où ils seront mis en vente, sans se préoccuper des impacts économiques de ces décisions pour l'ensemble de la chaîne. Le vote récent par les coopérateurs MLP d'un nouveau barème, dit Barème B, imposant négociation des quantités lors de la préparation de la distribution démontre le changement de mentalité et l'esprit innovant des éditeurs.

Tout comme lors de la consultation précédente, la présente proposition respecte le périmètre de travail établi par le CSMP et ne porte donc que sur le plafonnement des quantités au Niveau 1. Nous réitérons toutefois notre position initiale de ne pas occulter le fait que la gestion des quantités nationales est bien évidemment affectée par les autres règles citées en début de document ainsi qu'indirectement par la méthode d'assortiment en cours de déploiement (la suppression ou l'ajout de références induit des variations en termes de quantités servies). Ces règles forment un tout qui détermine le cadre de travail des différents acteurs. Aussi serait-il judicieux d'apprécier dans leur ensemble et non isolément les effets de ces différentes règles afin d'évaluer leur performance globale et les éventuels effets conjugués qu'elles pourraient être

susceptibles d'avoir.

1^{er} ajustement – Périmètre titres

Si les produits hors-coopératives (AL, PP, PM, PZ) ne disposent historiquement pas des mêmes privilèges que les titres presse en matière d'accès au réseau et sont supposés de manière systématique faire l'objet de discussions quant aux quantités distribuées, il serait sans doute souhaitable de le revalider afin que le principe soit connu et reconnu de tous. Ces typologies de produits ne peuvent en effet pas être incluses dans les grilles classiques compte-tenu de leur périodicité. C'est donc le pouvoir de décision des messageries qui doit être renforcé ainsi que leur responsabilité tant envers le réseau de distribution que des éditeurs qui les mandatent.

Afin d'uniformiser les règles et en simplifier ainsi la lecture, nous proposons également que les titres d'information politique et générale ne soient pas soumis au plafonnement N1.

Affranchir les titres IPG du dispositif de plafonnement des quantités fournies au niveau 1, conforter la capacité de d'arbitrage des messageries dorénavant comptables de leurs décisions auprès de leurs partenaires.

2^{ème} ajustement – Respect des réglages et communication

Bien qu'organisé dans une logique de délégation de mandats, notre secteur est hélas caractérisé par le manque de confiance entre les acteurs :

- Les niveau 2 et 3 pensent que les éditeurs abusent de leurs prérogatives et ne tiennent pas compte de leurs contraintes dans la gestion de l'offre et des quantités
- Les éditeurs suspectent les diffuseurs de laisser une bonne part des fournis en réserve et les dépositaires d'user trop facilement des palliatifs techniques que sont les diffuseurs « talon, excédent/plafonnement, etc » afin de ne pas tout distribuer et prendre le risque de contrarier les diffuseurs les plus difficiles, notamment les rayons intégrés.

Nous préconisons donc que les dépositaires ne puissent intervenir sur les réglages des parutions ayant fait l'objet d'un réglage diffuseur respectant les règles de la profession par ailleurs intégrées dans un processus de gestion des quantités certifié et reconnu par la profession. Ce schéma de certification, que l'on retrouve dans d'autres professions, devra être précisé ultérieurement.

Cette information devra être communiquée clairement au dépositaire pour qu'il sache ce qu'il en est. Une marge de manœuvre sur les volumes fournis au dépôt, à la hausse comme à

la baisse, sera toutefois tolérée pour tenir compte des incidents et évènements locaux éventuels. Cette tolérance sera fonction de la volumétrie totale fournie : 15% pour des fournis au dépôts de moins de 250 exemplaires, 10% pour des fournis compris entre 250 et 500 exemplaires, 5% à partir de 500 exemplaires. En cas de désaccord, le dépositaire devra engager le dialogue auprès des messageries et/ou de l'éditeur pour négocier une quantité différente. En contrepartie, les éditeurs s'engageront à communiquer plus d'informations qualitatives sur leurs parutions afin que les outils d'aide à la vente fournis aux diffuseurs et dépositaires atteignent un niveau de qualité plus élevé qu'il n'est aujourd'hui.

Mieux informer pour mieux gérer et mieux vendre dans le respect des consignes de distribution et des politiques commerciales validées.

3^{ème} ajustement – S'assurer de la maîtrise de la gestion des quantités

Conformément à ce que nous proposons lors de la contribution précédente, nous proposons pour renforcer et resserrer la grille d'y adjoindre des critères liés à la performance au point de vente afin de mieux cibler les éditeurs les moins vigilants sur l'efficacité de leurs produits et de ne surtout pas pénaliser toute une population pour une faible proportion de dérapages :

- 1) Que les parutions dont plus de 80% des diffuseurs servis ont un taux d'invendus moyen supérieur à 75% fassent l'objet d'une répartition de détail et ce de manière obligatoire dès le 01/09/2013 selon un protocole de réglage qualifié. En 2012, cela aurait concerné 250 parutions. Il faudra ensuite porter cet objectif à 75% au 01/01/2014 et 70% au 01/07/2014. Cela permettrait un traitement d'anomalies pour 21.83% des parutions par ailleurs soumises au plafonnement N3 données 2012). Afin que les diffuseurs sans potentiel ne soient pas inondés des quantités résiduelles, ces dernières ne sauraient être réaffectées qu'aux diffuseurs en rupture sur les parutions N-2 et N-3 et/ou ceux ayant enregistré un taux de vente supérieur à 70%. Il est indispensable dès lors d'imposer que le solde des quantités écrites ne soit pas imprimé ou, s'il est trop tard, bloqué en distribution par les messageries.
- 2) Que les parutions dont plus de 25% des diffuseurs sont plafonnés fassent l'objet d'un réglage diffuseur certifié dès le 01/09/2013. Sur la base de l'année 2012, cela aurait touché 317 parutions. Ce ratio pourrait être abaissé à 20% au 01/01/2014 (946 parutions) et 18% au 01/07/2014 (1319 parutions). De même, afin que les diffuseurs sans potentiel ne

soient pas inondés des quantités résiduelles, ces dernières ne sauraient être réaffectées qu'aux diffuseurs en rupture sur les parutions N-2 et N-3 et/ou ceux ayant enregistré un taux de vente supérieur à 70%. Il est indispensable dès lors d'imposer que le solde des quantités écrêtés ne soit pas imprimé ou, s'il est trop tard, bloqué en distribution par les messageries.

La possibilité de réaffecter les quantités, dans le respect de la grille actuellement en vigueur, ne doit en aucun cas être supprimée

car il est plus qu'intéressant de noter que même les parutions les moins efficaces en terme de taux d'inventus font l'objet de ruptures : sur les 4296 parutions soumises à des plafonnements diffuseurs en 2012, le nombre de diffuseurs en rupture était en moyenne de 9.38% avec un écart type élevé puisque que la parution la moins touchée comptabilisait 0.47% de diffuseurs en rupture contre 54.74% pour la plus touchée, soit plus de la moitié !

Il est dès lors inconcevable de s'arrêter uniquement à un constat global sans entrer au cœur du détail de la diffusion avant de sanctionner une parution, un titre, un éditeur et indirectement le secteur parfois privé de ventes par des quantités insuffisantes.

Veiller à garantir que l'ensemble de la chaîne de distribution s'investisse dans la gestion des quantités et garantisse à chacun de travailler dans les meilleures conditions en ayant comme objectif final que la vente.

Annexe 6 - Contribution de M. GUERULT / Mondadori France

département diffusion

Jean-Charles Guérault

Contribution à la consultation publique du CSMP : Plafonnement des quantités fournies aux messageries

Rappel des objectifs poursuivis :

« Réguler les quantités fournies aux messageries selon des critères objectifs et non discriminatoires, en fonction des ventes passées de chaque titre. »

Le dispositif existant :

Dans son avis de consultation publique, le CSMP indique que les messageries n'ont pas été en mesure de fournir un bilan précis de la mise en œuvre du plafonnement des quantités au N1. Il ajoute que le nombre de parutions ayant fait l'objet d'un plafonnement serait peu significatif.

On aurait sans doute pu aider les messageries en précisant quels effets précis on espérait obtenir et comment on pourrait imaginer les mesurer. Quels sont-ils ?

- Il est peu probable que le plafonnement des quantités ait été conçu dans l'idée de dicter au marché une baisse globale du taux d'inventus moyen de la presse magazine. Les parties prenantes auraient pu envisager d'arrêter la progression tendancielle du taux d'inventus de l'industrie, ou même envisager une baisse générale de 1/4 point ou de 1/2 point en un an, etc., mais cela paraît très douteux.
- Plus probablement, le plafonnement des quantités a été conçu pour limiter les décisions de mises en place *fréquemment excessives* de la part certains éditeurs, ou même *fréquemment abusives*. Il s'agirait donc de lutter contre des excès, voire des abus.

On pourrait donc inciter les messageries à investiguer dans 3 directions afin de tenter de cerner le problème¹ et vérifier l'efficacité du plafonnement des mises en place nationales :

- Dénombrer les parutions qui ont été soumises au plafonnement national, année après année (nombre, fournis, ventes, %inv.), et les rapporter aux données des parutions plafonnables mises en vente pendant les mêmes périodes. Ensuite, rapprocher les chiffres clés des parutions plafonnées à ceux de toutes les parutions de presse magazine. On pourrait ainsi chercher à apprécier le degré d'application effective du plafonnement des quantités au N1.
- Dénombrer, année par année, et périodicité par périodicité, le nombre de séquences de dépassements consécutifs des seuils tolérés (2 parutions consécutives, 3 parutions consécutives, etc...) afin d'observer si la mesure a modéré des comportements excessifs et entraîné les éditeurs concernés à ne pas dépasser les séquences qui déclenchent un plafonnement des quantités.
- Dénombrer si possible le nombre de dérogations accordées, année par année, pour en apprécier le poids dans le dispositif et son évolution.

Il faut noter que le plafonnement des quantités, comme d'autres règles interprofessionnelles, semble être accompagné de nombreux cas de dérogations possibles.

Le travail d'évaluation des décisions interprofessionnelles doit être systématique.

Il serait facilité si les objectifs poursuivis étaient explicités et que les critères de mesure du succès à retenir soient listés au moment de leur adoption.

¹ Les responsables de diffusion membres de la Commission Commerciale Inter coopératives Presstalis ont travaillé sur le sujet et je reprends ici leurs recommandations.

département diffusion

Avec d'autres règles interprofessionnelles, le plafonnement des quantités fournies aux messageries participe à la complexité croissante de l'administration des ventes : pour les éditeurs, pour l'appareil de distribution dans son ensemble et pour les systèmes d'informations de toute la chaîne. Cette complexité est elle-même source de mauvais fonctionnements et de surcoûts de récurrents qu'il conviendrait d'évaluer également.

Dans la recherche d'une régulation des quantités (comprendre : *lutter contre les excès et les abus fréquents de certains*), le plafonnement des quantités livrées aux messageries est plus vertueux que le plafonnement des quantités livrées aux points de vente :

- Il retient les quantités excessives avant qu'elles ne soient imprimées et distribuées aux dépôts.
- Sa mise en place paraît plus simple : il est probablement moins consommateur de programmes informatiques et de flux de données.
- Il n'entraîne pas mécaniquement des pertes de vente².
- Il incite les éditeurs à adopter un comportement vertueux s'ils ne veulent pas voir leurs tirages plafonnés.
- Il avantage les éditeurs qui se préoccupent de bien gérer leurs quantités et bien les répartir.

Peut-on améliorer le dispositif ?

La Commission Commerciale Intercoopératives Presstalis et la Coopérative des Magazines ont proposé récemment un aménagement raisonnable des règles de plafonnement³, propre à satisfaire les attentes exprimées par le CSMP et acceptable pour le plus grand nombre ; ces aménagements sont de 3 ordres :

- Resserrement de la grille de taux d'invendus à ne pas dépasser,
- Léger raccourcissement de la séquence de dépassement des taux d'invendus qui déclenche le plafonnement et
- Léger rallongement de la période de plafonnement.

Ces aménagements peuvent être réalisés sans prendre de risque sur les ventes des titres et donc sur le CA de chacun des acteurs de la distribution.

Toutefois, ces efforts ne peuvent être consentis qu'en contrepartie de l'abandon du plafonnement des quantités servies aux points de vente pour les éditeurs vertueux qui évitent les excès dans leurs livraisons aux messageries.

Les cas de dérogation pourraient être revus dans le but d'en réduire le nombre.

Une alternative :

Si d'aventure le déclenchement du plafonnement local en fonction du déclenchement du plafonnement national devait *vraiment* s'avérer trop compliqué à mettre en place comme cela aurait été objecté (systèmes d'information), nous pourrions envisager la solution simple et pragmatique du terrain en donnant aux dépositaires la possibilité de retenir des exemplaires en quantités excessives au dépôt (ou bien d'en reprendre), sur réclamation de diffuseurs ou bien de leur propre initiative.

Il s'agirait de faire *un peu* confiance aux agents de la vente que nous avons agréés et mandatés : leur donner un cadre pour agir ensemble, mettre en place des solutions d'arbitrage et de recours en cas de réclamations d'éditeurs, et laisser ainsi le jeu de la distribution et du commerce s'exercer dans un cadre plus léger et plus simple.

² Le plafonnement des quantités servies aux points de vente impacte les ventes des parutions qui y sont soumises.

³ Contribution à la consultation publique sur le plafonnement des quantités servies aux points de vente

Annexe 7 - Contribution de M. REY / Presstalis



Vincent REY

Le 24 avril 2013

Plafonnement des quantités fournies aux messageries

CONTRIBUTION PRESSTALIS

0-0-0-0-0-0-0-0-0-0-

Dans le cadre de sa mission le Conseil Supérieur des Messageries de Presse a publié sur son site Internet une information relative à une consultation publique portant sur le "plafonnement des quantités fournies aux messageries de presse (niveau 1)."

A cette occasion, le Conseil Supérieur des Messageries de Presse rappelle :

"En février 2006, les sociétés coopératives de messageries avaient, dans une démarche concertée, adopté un avenant aux contrats de groupage comportant des dispositions relatives à la régulation des quantités confiées au niveau 1. Ainsi avait notamment été institué un dispositif reposant sur une grille de plafonnement.

Le détail du dispositif de plafonnement des quantités fournies au niveau 1, actuellement en vigueur, figure en annexe du contrat de groupage de la Coopérative des quotidiens (CDQ), de la Coopérative des magazines (CDM) et des Messageries lyonnaises de presse (MLP).

Ce dispositif s'applique à tous les titres réguliers, y compris les titres d'information politique et générale.

Il repose sur l'application d'une grille de référence permettant de limiter les fournis pris en charge par la messagerie, lorsque les fournitures excèdent, sur plusieurs parutions successives, des seuls déterminés"

Ainsi, le plafonnement des quantités niveau 1 vise à réguler des quantités manifestement excessives qui seraient mises sur le marché.

Ce plafonnement participe du dispositif global que les acteurs de la profession ont souhaité mettre en œuvre afin d'alléger le travail quotidien des diffuseurs de presse.

De ce point de vue, il nous paraît pertinent d'en maintenir le principe.

Constat de l'existant :

Le mécanisme de plafonnement des quantités a joué son rôle régulateur tout au long de ces dernières années.

Le tableau ci-dessous résume pour les années 2011 et 2012 les cas en anomalies et le nombre de titres concernés pour la messagerie Presstalis :

Périodicité	2011		2012	
	Nombre de cas en anomalie	Nombre de titres concernés	Nombre de cas en anomalie	Nombre de titres concernés
Hebdo	15	8	8	5
Bimensuel	10	7	6	5
Mensuel	15	13	20	18
Bimestriel	11	11	9	9
Trimestriel	17	17	7	7
TOTAL	68	56	50	44

Ces données montrent que seul un petit nombre de titres a été concerné par cette mesure, sachant que la décroissance du marché presse se traduit naturellement par une baisse des fournis à la parution.

Pour autant, le dispositif répond à la demande du réseau qui s'inquiétait de manière légitime de certaines quantités livrées aux messageries qui ne correspondaient en rien au potentiel des ventes.

La grille de référence qui sert aujourd'hui de "filtre" paraît jouer pleinement son rôle. Nous n'avons pas de proposition particulière à faire sur ce sujet.

Comme toujours cependant, des aménagements peuvent être apportés à la marge mais nous craignons que le bénéfice d'une possible actualisation se traduise par une mobilisation de moyens significative en terme de simulation et de développement informatique qui serait sans rapport avec les effets que ces aménagements apporteraient. Or, il nous semble plus nécessaire de concentrer nos moyens à la réforme de la filière.

En conclusion, nous suggérons de reconduire l'existant.

Annexe 8 - Contribution de M. PROUST / Union nationale des diffuseurs de presse

CONSULTATION PUBLIQUE
Article 18-7 de la loi du 2 avril 1947

**PLAFONNEMENT DES QUANTITÉS FOURNIES
AUX MESSAGERIES DE PRESSE**

Mai 2013

CONTRIBUTION DE L'UNION NATIONALE DES DIFFUSEURS DE PRESSE



16, place de la République, 75010 Paris

Cette contribution est rédigée par Gérard Proust, 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. Interlocuteur historique des pouvoirs publics et des acteurs de la filière, l'UNDP est signataire de tous les accords interprofessionnels qui modèlent l'économie et la pratique du métier de diffuseur de presse.

L'UNDP organise depuis plus de 40 ans – et de manière constante – son action autour de deux grandes problématiques intéressant le réseau : l'économie des entreprises et la pratique professionnelle. Sur ce second domaine d'intervention, l'organisation professionnelle a, au fil du temps, sensibilisé les éditeurs et les messageries à la nécessité de faire évoluer les règles de la distribution. De nombreux accords interprofessionnels ont radicalement changé la pratique du métier de diffuseur de presse, harmonisant les méthodes au plan national. Beaucoup reste à faire, toutefois.

Bien avant les Etats généraux de 2009, l'UNDP avait déjà mis en lumière la nécessité d'agir sur les quantités livrées aux points de vente, dont les volumes – comme les incohérences – nuisaient à la pratique quotidienne des marchands, à leur capacité à séduire le consommateur et – au final – à l'attractivité de leur métier. C'est ainsi que l'élaboration de son dernier projet de métier – dès 2006 – mettait, au même plan, assortiment et plafonnement comme des solutions pour améliorer sa performance et rendre son attractivité au métier des diffuseurs.

Le plafonnement des quantités à l'entrée dans le système est un élément essentiel du dispositif de régulation des fournitures. Il constitue une pierre dans un ensemble cohérent, qui comprend assortiment, plafonnement au niveau III et mise à zéro des titres non vendeurs. Tout particulièrement, le plafonnement des quantités fournies aux messageries ne saurait être, ni opposé, ni conditionné au plafonnement des quantités servies aux points de vente. L'UNDP a eu l'occasion, récemment, de développer ce point de vue en rédigeant une contribution publique relative au plafonnement des quantités au niveau trois.

Le plafonnement des quantités au niveau I relève de la même logique et des mêmes objectifs que celui opéré au niveau 3. On ne s'étonnera donc pas que l'UNDP réexprime ici les mêmes fondamentaux que ceux développés dans sa contribution de février 2013 – relative au plafonnement des quantités servies aux points de vente – avec quelques nuances liées à la focale, déplacée à l'entrée de la chaîne. Ce préalable posé, l'UNDP entend réaffirmer sa conviction, selon laquelle les deux niveaux de plafonnement sont complémentaires, et répondre à certaines critiques du dispositif qu'elle estime infondées. La contribution de notre Organisation professionnelle reviendra ensuite sur le détail de la mesure, dans une analyse critique et constructive.

LES FONDAMENTAUX DU PLAFONNEMENT

Cette première partie est extrêmement proche de celle qui ouvrait la contribution de l'UNDP de février dernier, relative au plafonnement niveau III. Si elle n'apporte pas de nouveauté majeure, elle mérite toutefois d'être relue en préambule de la présente contribution – sur un sujet voisin – pour éclairer à nouveau l'analyse de notre Organisation professionnelle sur le plafonnement – dans toutes ses dimensions, indissociables.

Retour sur les fondamentaux du plafonnement

Plafonner à l'entrée dans le système consiste à limiter le nombre d'exemplaires mis en distribution. Ainsi évitera-t-on le gâchis économique et écologique d'un tirage manifestement excessif par rapport aux besoins de la vente et l'impact de son traitement par l'appareil de distribution.

Ce plafonnement des exemplaires livrés a été rendu nécessaire par l'usage qui s'est développé autour du principe de liberté d'accès des éditeurs au réseau, posé par la Loi Bichet en 1947. Sans que la loi n'ait posé les limites de ce droit d'accès, l'usage a ainsi étendu la liberté de l'éditeur en lui permettant de déterminer seul le nombre d'exemplaires mis en vente et, partant, d'envoyer dans les points de vente les exemplaires qu'il estimait nécessaire de livrer.

Il existe bien sûr une limite économique à cette liberté, mais l'observation de la réalité des flux dans les points de vente la relativise beaucoup. Il ne faut jamais oublier, à cet égard, que le modèle économique des éditeurs dépasse largement la seule vente au numéro, et que les ressources tirées de la publicité permettent à un certain nombre d'entre eux d'assumer une présence hors de proportion avec les besoins de la vente elle-même.

De fait, une pratique consistant à considérer l'inventu comme un « mal nécessaire », endémique du système, a conduit à de nombreux excès et abus qui nuisent à la collectivité des éditeurs en même temps qu'ils empêchent une bonne exposition de l'ensemble de l'offre. « Le droit des uns s'arrête là où commence celui des autres. ». Et ceci, plus encore dans un système coopératif qui ne doit pas être dévoyé au profit de quelques-uns.

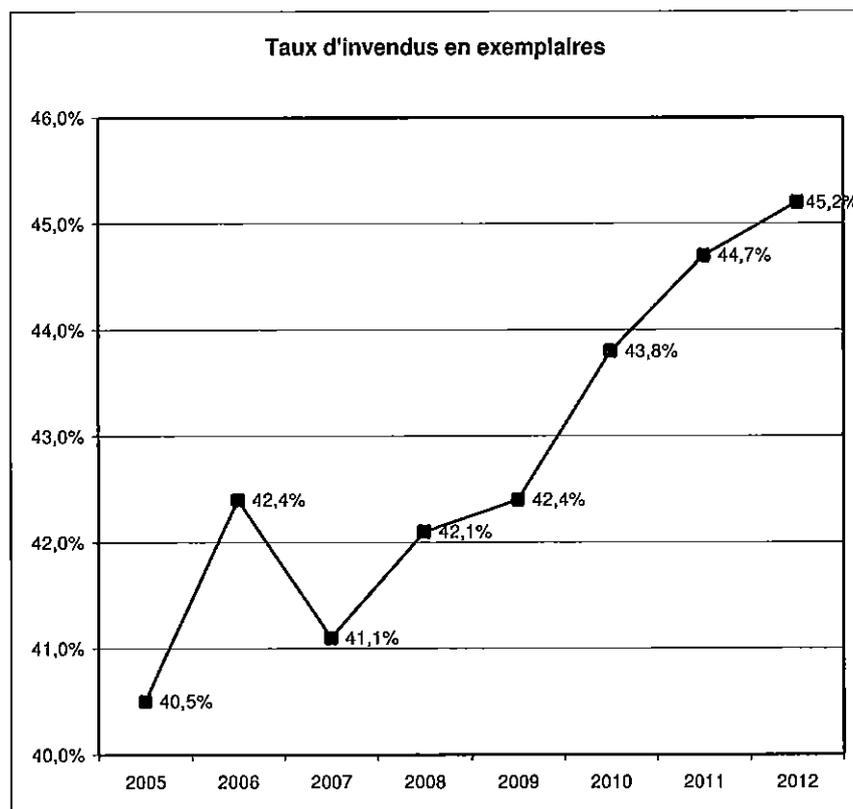
Il est vrai que le système s'est complexifié, jusqu'à accueillir plus de 4 000 titres différents, dont une part ne fait l'objet d'aucun réglage, faute sans doute de moyens. Peu importent les raisons, abus, méconnaissance ou erreurs dans l'appréciation de la distribution ; les flux se révèlent objectivement trop importants – et trop décalés par rapport aux besoins de la vente – pour ne pas chercher à les contenir. Et si tous les titres et tous les éditeurs ne sauraient être considérés de la même manière, le problème reste collectif.

On a évoqué le déséquilibre supporté par des éditeurs, il faut également indiquer que ces quantités non plafonnées sont nuisibles à l'économie générale d'une filière de distribution qui ne peut plus se permettre de dimensionner ses moyens logistiques en fonction de flux qui ne sont pas destinés à la vente. De ce point de vue, messageries et dépositaires devraient être sensibles à la question du plafonnement. De même d'ailleurs que les pouvoirs publics, appelés à soutenir une filière en difficulté.

En dernier ressort, l'UNDP ne saurait passer sous silence la nécessité absolue de considérer le travail du diffuseur, au bout de la chaîne de distribution, qui subit au quotidien la manipulation de quantités manifestement excessives, sans qu'il soit rémunéré sur ces flux abusifs. Réduit à exécuter une tâche de manutentionnaire, ce commerçant ne peut exercer confortablement sa fonction d'accueil, de conseil et de vente. En fin de compte, c'est bien l'efficacité et l'attractivité du métier de diffuseur qui sont en cause, et il ne faut pas s'étonner que les vocations se fassent plus rares.

Dans son rapport moral de 2009, le président du CSMP résumait fort bien l'ensemble de ces problématiques : « Le Conseil Supérieur a régulièrement souligné que l'insuffisante maîtrise de cette question pénalise tant les éditeurs, qui voient les conditions d'exposition de leurs titres se dégrader et les taux d'invendus se détériorer, que le réseau de vente, qui voit sa charge de travail s'alourdir, à travers des tâches de manutention qui l'occupent de manière déraisonnable ».

L'évolution du taux d'invendus des publications sur la période longue reste un indicateur fort de la dérive des approvisionnements et de la nécessité de mettre en œuvre un plafonnement efficace :



Source : CSMP – 2012, 1^{er} semestre seulement

Cette courbe est éloquent et illustre, à elle seule, la réalité du phénomène comme le besoin d'agir sur le plafonnement des quantités. **Ainsi, en 7 ans, le taux d'invendus en exemplaires est-il passé de 40,5 % à 45,2 % !** Les données 2012 disponibles ne portent que sur le premier semestre, mais la tendance dessinée est édifiante, même si la donnée est partielle.

Ces chiffres sont accessibles sur le site du CSMP et traduisent l'activité de la presse magazine consolidée (toutes messageries). C'est une donnée en exemplaires, traduisant les quantités excédentaires mises en distribution et l'encombrement des linéaires. Ce sont ainsi quelque **557 millions d'exemplaires qui sont retournés en invendus par les diffuseurs, mais surtout, près d'un exemplaire sur deux.**

Evidemment, l'UNDP ne croit pas que les invendus ne se justifient pas, dans un marché d'offre. Toutefois, elle dénonce régulièrement les abus du système – ou de certains acteurs du système – qui conduisent à détourner le diffuseur de la vente en alourdissant inutilement son travail et qui nuisent à l'économie de la filière comme à celle des marchands.

L'UNDP estime donc que le plafonnement est parfaitement justifié, qu'il ne doit pas être abandonné, mais au contraire renforcé afin de devenir réellement efficient.

Un sujet permanent et universel, un intérêt justifié

Le plafonnement – ou toutes autres initiatives visant à éviter les excès de livraison – n'est pas une préoccupation récente. Il y a, globalement, trois niveaux possibles de plafonnement, qui peuvent être engagés séparément ou combinés. Un plafonnement des quantités « à l'entrée » qui régule la quantité remise par l'éditeur aux messageries. Un plafonnement niveau 2 qui fixe le nombre d'exemplaires maximum livrés au dépôt, et enfin un plafonnement au point de vente.

Elle n'est pas non plus une spécificité française. D'autres pays étrangers y répondent de différentes façons. De l'Allemagne qui l'organise au niveau des dépôts et le fait relever du dialogue commercial entre dépositaire et marchand, à l'Angleterre qui laisse le détaillant fixer ses quantités. Comparaison n'est certes pas raison, et chacun des systèmes présente les défauts de ses qualités.

ÉTAT DES LIEUX ET PROPOSITIONS

*Cette seconde partie de notre contribution ne porte plus que sur le plafonnement niveau I.
Elle s'écarte donc – de ce seul fait – de la contribution précédente.*

Réaffirmer la nécessité d'un plafonnement niveau I

Le dispositif de plafonnement adopté courant 2006 à la suite des travaux du groupe de travail intercoopératives fait l'objet de critiques que l'UNDP estime totalement injustifiées. Force est de constater que ce dispositif n'a pas permis de réduire les taux d'invendus globaux de la presse magazine. Personne ne songerait à nier ce fait, et moins encore l'UNDP, qui dénonce régulièrement ce gâchis et son poids – tant sur l'économie de l'ensemble de la filière, que sur l'efficacité commerciale du réseau de vente et l'attrait du métier des diffuseurs.

Il ne faudrait pas tirer de ce fait la conclusion hâtive que le plafonnement, au moins au niveau I ne sert à rien. En effet, nous estimons que le plafonnement niveau I n'a pas pu produire les effets attendus, faute de s'inscrire dans un dispositif global cohérent, et faute de s'appuyer sur une grille de plafonnement adaptée aux réalités du marché et aux objectifs poursuivis.

Ainsi, on constatera sur le graphique des taux d'invendus en exemplaires présenté plus haut qu'en 2007, première année d'application du dispositif de plafonnement à l'entrée dans le système de distribution, le taux d'invendus global avait connu une baisse significative, avant de repartir à la hausse ensuite.

La première année, il y a bien eu un effet plafonnement, qui a limité les quantités mises en distribution, sans peser – d'ailleurs – sur les ventes. Au cours des années qui ont suivi, la structure du marché s'est considérablement modifiée, au détriment des titres à forte diffusion (hebdomadaires féminins et magazines télé, notamment), dont les performances ont pesé sur le taux d'invendus exprimé au global, tous titres confondus. Cette atomisation du marché a augmenté la part relative de titres à fort taux d'invendus, par ailleurs peu limités par la grille de plafonnement adoptée alors.

Au-delà de la question de l'efficacité – passée – d'une mesure, par ailleurs isolée (mais on y reviendra plus loin dans cette contribution), il faut s'interroger sur le bien fondé du principe même de la limitation des quantités mises en distribution. Là se situe la seule question qui vaille. L'UNDP estime pour sa part qu'il est parfaitement légitime d'empêcher la fourniture aux messageries de quantités excédentaires qui pèseront sur les charges de distribution de tous les acteurs de la logistique et, au final, encombreront les linéaires des diffuseurs.

L'UNDP est donc favorable à une prise de décision du CSMP, instaurant un plafonnement des quantités fournies aux messageries. Elle souhaite que la mesure prise s'inspire très fortement du dispositif actuel, en corrigeant ses défauts.

Garder un arsenal cohérent

Lorsque le plafonnement niveau I a été adopté par la profession, sous l'impulsion de notre organisation professionnelle, il avait été conçu comme un élément constitutif d'un dispositif global l'associant notamment à la mise à zéro des titres non vendeurs. Cette dernière mesure n'ayant pas produit tous ses effets, loin de là...

Aujourd'hui, cette démarche embryonnaire nous apparaît toujours comme la voie à suivre. Il convient en effet de mettre en place un dispositif global et cohérent de régulation des fournitures.

Ainsi, notre Organisation professionnelle estime-t-elle que la pierre angulaire de ce dispositif cohérent réside dans l'assortiment et que toutes les autres mesures ont pour but de le compléter. Ainsi, il ne sert à rien d'agir sur la largeur de l'offre si tous les efforts ainsi consentis sont annihilés par une profondeur d'offre excessive.

En ce qui concerne le plafonnement lui-même, nous avons déjà eu l'occasion de réaffirmer clairement que les deux niveaux de plafonnement existants – au point de vente et à l'entrée dans le système – devaient se percevoir comme complémentaires et non comme opposés ni conditionnés. C'est en effet de la coexistence de ces deux niveaux de plafonnement que peut enfin résulter la régulation des excès.

Le plafonnement à l'entrée invite l'éditeur à ne pas imprimer plus qu'il ne pourra mettre en distribution. Il y a là un effet direct sur la charge de travail du niveau I, comme du niveau II, et une source d'économie certaine pour ces acteurs de la filière, mais aussi pour certains éditeurs qui connaissent mal leur distribution faute de moyens. Sans parler de l'impact écologique...

Le nombre d'exemplaires ainsi confié aux messageries sera sans doute conforme aux besoins prévisibles de la vente, pour la parution donnée. Pour autant, le respect de cet axiome de base ne permet pas de s'assurer que les quantités disponibles ne sont pas – au final – concentrées sur certains dépôts, ou sur certaines typologies de diffuseurs, via le réglage des éditeurs – ou son absence dans certains cas – ; la distribution étant alors soumise aux aléas de multiples décisions logistiques.

Seul le plafonnement au point de vente peut compléter efficacement ce dispositif, en s'assurant que chaque point de vente reçoive des quantités de la parution donnée en rapport avec les ventes qu'il enregistre en moyenne sur le titre concerné... et donc pour un taux d'inventus raisonnable au final.

L'UNDP refuse d'opposer plafonnement niveau I et plafonnement niveau III, ces deux dispositifs devant être d'application conjointe.

Donner au dispositif sa pleine efficacité, par une grille et un mode de calcul rénovés.

La grille de plafonnement consentie par les éditeurs au moment des discussions – en 2005 – apparaît à nos yeux trop peu contraignante. Le tableau suivant indique le nombre

d'exemplaires fournis autorisés aux bornes de chaque tranche de ventes, et sur une valeur moyenne pour chacune de ces tranches. Il traduit en outre le taux d'invendus au-delà duquel la parution concernée pourrait se voir plafonnée :

tranche	ventes	fournis plafond	taux d'invendus	tranche	ventes	fournis plafond	taux d'invendus
1	1	6	84,00%	12	50 001	115 742	56,80%
	1 251	7 816	84,00%		56 251	125 491	55,18%
	2 500	15 625	84,00%		62 500	135 240	53,79%
2	2 501	15 628	84,00%	13	62 501	135 282	53,80%
	3 751	19 564	80,83%		68 751	144 781	52,51%
	5 000	23 500	78,72%		75 000	154 280	51,39%
3	5 001	23 368	78,60%	14	75 001	154 007	51,30%
	7 501	31 217	75,97%		87 501	172 756	49,35%
	10 000	39 065	74,40%		100 000	191 505	47,78%
4	10 001	39 067	74,40%	15	100 001	191 571	47,80%
	12 501	44 616	71,98%		137 501	245 946	44,09%
	15 000	50 165	70,10%		175 000	300 320	41,73%
5	15 001	50 002	70,00%	16	175 001	300 171	41,70%
	17 501	55 376	68,40%		212 501	352 671	39,75%
	20 000	60 750	67,08%		250 000	405 170	38,30%
6	20 001	60 607	67,00%	17	250 001	405 185	38,30%
	22 501	65 481	65,64%		312 501	490 185	36,25%
	25 000	70 355	64,47%		375 000	575 184	34,80%
7	25 001	70 427	64,50%	18	375 001	575 156	34,80%
	27 501	75 276	63,47%		437 501	652 656	32,97%
	30 000	80 125	62,56%		500 000	730 155	31,52%
8	30 001	80 217	62,60%	19	500 001	729 931	31,50%
	32 501	85 041	61,78%		625 001	871 181	28,26%
	35 000	89 865	61,05%		750 000	1 012 430	25,92%
9	35 001	89 977	61,10%	20	750 001	1 010 781	25,80%
	37 501	94 776	60,43%		875 001	1 149 531	23,88%
	40 000	99 575	59,83%		1 000 000	1 288 280	22,38%
10	40 001	99 502	59,80%	21	1 000 000	1 287 825	22,35%
	42 501	104 026	59,14%		1 500 000	1 837 825	18,38%
	45 000	108 550	58,54%		2 000 000	2 387 825	16,24%
11	45 001	108 177	58,40%				
	47 501	112 151	57,65%				
	50 000	116 125	56,94%				

L'UNDP ne dispose pas de la répartition du nombre de parutions annuelles, fonction des différentes tranches de vente, ni du taux d'invendus moyen de chacune de ces tranches.

Evidemment, le taux d'invendus ne saurait être apprécié de la même manière pour un titre réalisant 2 500 ventes dans 800 points de vente, et pour une parution millionnaire dont l'assiette de distribution colle à la quasi-totalité du réseau.

Toutefois, il apparaît très vite à la lecture de ce tableau que le plafonnement ne peut jouer que dans des cas marginaux.

Ainsi, une première lecture pourrait-elle faire penser qu'un titre vendant en moyenne 2 500 exemplaires par parution pourrait en livrer jusqu'à 15 625 à sa messagerie sans être atteint par

le moindre plafonnement. Soit 13 125 exemplaires destinés à être détruits. Soit une limite à ne pas dépasser de 84 % d'invendus. Même pour un titre présent sur une assiette de distribution faible, de l'ordre d'un millier de points de vente, cela représenterait tout de même 13 invendus pour 2 ou 3 ventes dans chacun de ces points de vente.

En réalité, cette lecture est inexacte... En effet, **seul un titre ayant dépassé plusieurs fois de suite ce maximum** autorisé serait-il touché par une mesure de plafonnement. Ainsi, s'agissant d'un trimestriel – par exemple – faut-il compter 3 parutions successives en excès pour que s'applique un plafonnement.

Il suffirait donc que la troisième parution de la séquence rentre dans la limite de 84 % d'invendus pour qu'il ne se produise rien.

Un bimestriel à 35 000 exemplaires (et le cas est loin d'être rare) devrait dépasser 4 fois de suite le taux d'invendus de 61,05 % - soit une livraison de plus de 89 865 exemplaires, pour que soit mis en œuvre une mesure de plafonnement.

C'est dans la conjonction d'une grille aux mailles trop lâches et d'un mode de calcul peu opérant, que l'UNDP voit les raisons de l'échec relatif de la mesure de plafonnement niveau I.

Plutôt que de raisonner sur des séquences de parutions successives et toutes en excès l'UNDP propose que soit retenue une mesure moyenne, calculée sur une période donnée.

En effet, il suffit que les hasards de la distribution ou du réglage – voire la manœuvre d'un éditeur visant à s'affranchir du dispositif – conduisent à l'interruption de la séquence de dépassements et par conséquent à l'inapplication du dispositif.

Nous proposons donc que soit calculé – à chaque parution – la moyenne des fournis de la période de référence, comparativement à celle des ventes, de façon que – sur la parution n+2 – le fourni soit plafonné, fonction d'une grille rénovée et resserrée.

La période de référence pourrait parfaitement être calée sur les séquences de dépassement actuelles :

- 6 parutions pour un hebdomadaire
- 5 parutions pour un bimestriel
- 5 parutions pour un mensuel
- 4 parutions pour un bimestriel
- 3 parutions pour un trimestriel

L'UNDP souhaite que la mesure qui sera prise par le CSMP prévoie une grille resserrée, afin de limiter le nombre d'exemplaires et le taux d'invendus acceptable par tranche. Elle estime également qu'il faut abandonner le principe de séquences de dépassement au profit d'une période de référence.

Privilégier un effort continu, par une mesure permanente.

De la même manière que nous proposons de retenir une période de référence, pendant laquelle serait calculé un nombre de fournis moyen, nous estimons qu'il pourrait être judicieux d'abandonner la période de plafonnement – d'une durée identique à celle de la séquence de dépassements – au profit d'une limitation permanente.

Ainsi, dans l'idéal, chaque nouvelle parution donnerait-elle lieu à un nouveau calcul du niveau de vente et du nombre de fournis sur la période écoulée et ce nouveau calcul conditionnerait-il les fournis maximum de la parution N+2. Ce mouvement perpétuel pourrait ainsi garantir l'efficacité de la mesure, et l'information de l'éditeur par la messagerie.

L'UNDP souhaite que la mesure qui sera prise par le CSMP s'applique en permanence, et non par périodes successives.

Envisager un éventuel ciblage, supprimer les exceptions

Comme elle le pense déjà pour le plafonnement niveau III, notre Organisation professionnelle estime qu'il est parfaitement envisageable de prévoir une mesure annuelle ou semestrielle des fournis moyens et de se passer – dans ce cas – de la mesure permanente les titres qui se situeraient en deçà d'un niveau de fournis acceptés par une grille de plafonnement en moyenne sur leurs parutions de l'année ou du semestre.

Cette proposition aurait pour avantage de simplifier le travail des messageries et de limiter les développements informatiques nécessaires. Ainsi, un titre verrait-il son statut réévalué chaque année, ou chaque semestre et plafonné, le cas échéant, pour la période suivante, d'une durée équivalente.

Cette proposition est compatible avec la précédente, ou peut être mise en œuvre indépendamment de celle-ci. Dans tous les cas, l'UNDP réaffirme sa demande pour que soient instaurées des périodes de références en remplacement d'une période de dépassements continus.

Supprimer les exceptions

Dans tous les cas, nous estimons qu'il faut supprimer les exceptions prévues au texte initial, en ce qu'elles ne se justifient pas et qu'elles compliquent l'application d'un dispositif jugé par ailleurs trop peu contraignant.

Selon une analyse constante, nous estimons en effet que les nouvelles formules ne doivent pas faire l'objet d'un traitement particulier, car elles sont difficiles à caractériser et à identifier.

Nous estimons également que l'acceptation d'une exception pour « parution homologue » lors d'une séquence de plafonnement, et pour un titre qui a déjà excédé le niveau de fournitures acceptable ne se justifie pas.

Les nouveautés appellent un commentaire particulier, quant à elles. On peut, en effet, accepter un délai de carence sur la période de lancement d'un titre.

Enfin, il nous apparaît indispensable que les produits hors presse réguliers distribués dans le cadre du contrat de mandat, (et tout particulièrement les AL, les PP et les PM) de même que la presse étrangère, soient concernés par la même mesure de plafonnement.

Annexe 9 - Contribution de M. GIL / Syndicat national des dépositaires de presse (SNDP)



Syndicat National
des Dépositaires de Presse

Consultation publique

Mesure envisagée : **Plafonnement des quantités fournies aux messageries de presse (niveau 1)**

Contribution du Syndicat National des Dépositaires de Presse

Dominique Gil
Directeur

Le 4 mai 2013

**Consolidation des quantités
nécessaires aux dépositaires pour servir leur réseau
Pour déterminer les quantités prises en charge par les messageries.**

Lors de la consultation publique organisée par le Conseil Supérieur des Messageries de Presse, le SNDP a fourni une contribution qui expose sa position sur cette problématique cruciale de régulation des quantités mises en distribution par les éditeurs. Ce document reposait sur une idée difficilement contestable : pour éviter de livrer des quantités abusives dans les points de vente, il suffit que celles que les dépositaires reçoivent dans les dépôts soient adaptées au potentiel de vente de leur réseau.

Le CSMP a ensuite saisi la Commission des Bonnes Pratiques Professionnelles pour synthétiser la matière recueillie dans le cadre de la consultation. Le SNDP a été auditionné par la commission le 25 avril 2013. Au cours de celle-ci, le SNDP a présenté des analyses effectuées dans deux dépôts qui montrent l'ampleur de la question posée, la complexité et les difficultés à régler. Ainsi dans les deux dépôts, 70% des titres ont plus de 65% d'invendus, en moyenne sur un an. 20% ont plus de 85% d'invendus. Mais parmi ceux-ci les deux-tiers, plus de 800 titres, ont paru deux fois au plus dans l'année. Pour ces derniers cas, le fonctionnement par référence à un historique est donc tout à fait illusoire.

Si on ajoute à ces remarques, les aléas des comportements des points de vente et la variabilité des situations géographiques très difficile à modéliser, on voit bien que la solution qui consiste à affiner à l'infini les algorithmes, pour tenter de mettre un terme aux dysfonctionnements réels constatés, est non seulement condamnée à engendrer des coûts de développement prohibitifs, mais aussi vouée à l'échec.

Le SNDP réaffirme avec force que les dépositaires analysent tous les jours plusieurs dizaines de parutions, constatent tous les jours des anomalies flagrantes de quantités abusives, tentent tous les jours de rectifier les quantités globales du dépôt pour les ramener à une valeur raisonnable, et malheureusement ne voient que très rarement leurs avis suivis par des éditeurs qui abusent de leur prérogative de fixation finale des volumes.

A l'évidence l'attitude pragmatique qui consisterait à rendre l'arbitrage final aux dépositaires dans ces situations d'abus donnerait des résultats rapides et visibles.

Mais quelle que soit la solution que le CSMP retiendra pour tenter de juguler ce fléau de notre système, il sera impératif de prendre en compte son impact dans les volumes livrés aux dépôts. Cette nécessité se retrouve dans la contribution d'autres acteurs, lors de la précédente consultation.

En d'autres termes, la quantité livrée aux dépôts doit absolument être ajustée à la quantité que le dépositaire peut livrer à ses points de vente. Les solutions de rétention d'exemplaires dans les dépôts, pour le type de titres concernés par ces sanctions, sont absurdes et antiéconomiques. Pourquoi payer le transport d'exemplaires dont on sait pertinemment, au moment où l'on valide au niveau 1 la confection et l'expédition aux dépositaires, qu'une partie sera mise à la benne dès son arrivée à destination.

De cette remarque résulte à l'évidence que les messageries ne doivent prendre en charge et expédier que la somme des quantités attendues par les 133 dépôts.

Par ailleurs, rien ne s'oppose à ce que ce processus soit déclenché suffisamment tôt pour que ses résultats conduisent à déterminer en dernier ressort la quantité mise en fabrication par l'éditeur, pour le circuit de la vente au numéro. De cette manière, l'éditeur ne supporte également les charges de fabrication qu'au seul niveau des besoins à couvrir. Au final, cette approche, de bas en haut, conduit à limiter tous les coûts non productifs pour l'éditeur.

Nombreux sont ceux qui à la lecture de recommandations aussi basiques s'interrogeront sur la nécessité de les réaffirmer dans cette contribution. Et d'ailleurs, la plupart des éditeurs « sérieux », qui suivent leur distribution, les applique à leurs publications. En revanche, les dépositaires qui travaillent leurs quantités et effectuent tous les jours des réglages font le constat qu'il reste encore de nombreux éditeurs dont l'économie ne semble pas guider la prise de décision.

Ces deux contributions du SNDP aux consultations publiques sur le plafonnement organisées par le CSMP mettent en évidence le caractère fondamentalement différent de l'approche du SNDP et de celle qui prévaut depuis des années et qui montre chaque jour son impuissance à régler les problèmes. En effet l'approche traditionnelle parle de plafonnement, aussi bien au niveau des diffuseurs qu'au niveau des messageries, sans d'ailleurs que la question de la cohérence et de la compatibilité des deux volets ne semble être soulevée. Celle du SNDP repose uniquement sur une articulation de l'ensemble du processus au niveau central de la distribution qu'occupe le dépositaire.

Plafonner n'est pas un objectif en soi, ce n'est que l'expression de l'impuissance à atteindre le véritable objectif de rationalisation d'un réseau de distribution aux capacités d'accueil limitées. En se situant au point de convergence entre les contraintes et les attentes de l'ensemble des acteurs, éditeurs et diffuseurs, et en suivant au jour le jour **tous les produits** qui transitent vers **tous ses diffuseurs**, chaque dépositaire est tout à fait en mesure de jouer ce rôle de régulateur, en toute impartialité, par son action quotidienne et en ne faisant référence qu'à de purs critères économiques.