

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

I. 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.

¹ L'ensemble des règles présentées sont issues des travaux des différents groupes de travail (GTI, CSI) mis en place au sein du CSMP et/ou de 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.

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.

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.

- **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.

● Grilles de Plafonnement

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.

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%

- Le taux d'invendus moyen était passé de 75% à 73%
- Seuls 8 titres augmentaient leurs ventes de +2% à +48%

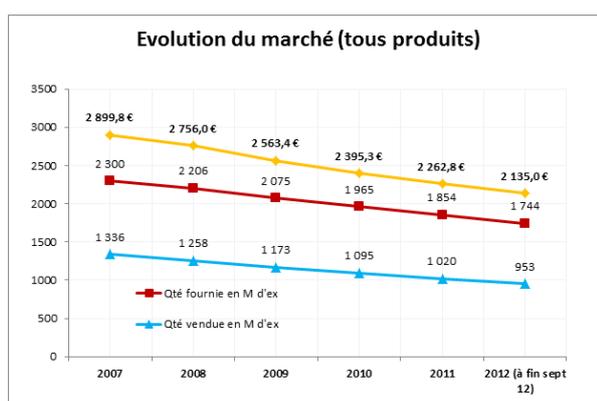
Entre 1992 et 2006, les directions commerciales ont, à différentes reprises, tenté des opérations coup de poing pour juguler les dérapages et taux d'invendus excessifs avec des résultats souvent mitigés.

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.

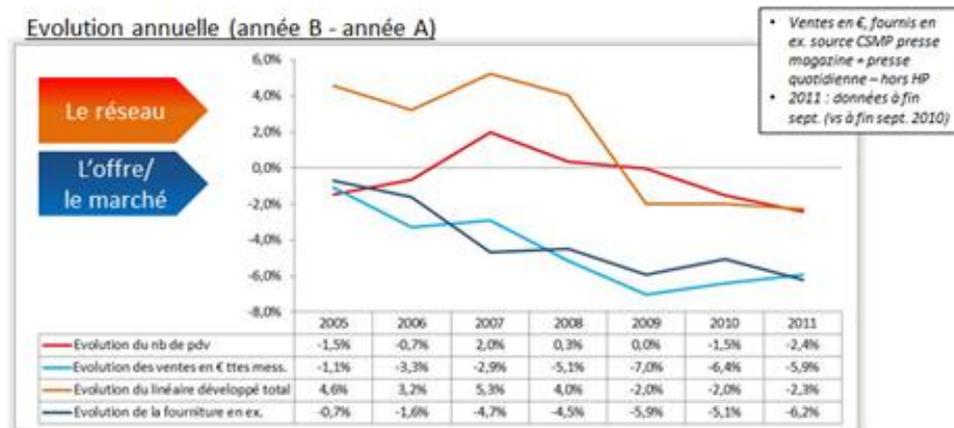
Comme le montrent les données suivies par le CSMP, entre 2007 et 2012, les fournis ont baissé de 24,17% quand les ventes baissaient dans le même temps de 28,67%. Le taux d'invendus est ainsi passé de 41,91% en début de période à 45,36%. Le décalage d'ajustement est logiquement expliqué par les délais 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



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 niveaux 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 déposataires 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 déposataires 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 déposataire 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 événements 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 écrêtées 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 termes de taux d'invendus 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.