

Paris, le 01 février 2021

Objet : Contribution France Messagerie à la consultation publique de l'ARCEP concernant les règles d'assortiment des titres CPPAP hors IPG

Question N°1

Que pensez-vous du principe d'imposer à tous les diffuseurs de respecter un quota minimum de titres CPPAP hors IPG ?

France Messagerie pourrait être favorable à la définition d'un quota minimum de codifications CPPAP hors IPG, à condition qu'il soit un *minimum garanti* et qu'il soit représentatif de la présence des codifications CPPAP hors IPG dans les linéaires des points de vente.

Question N°2

Quelle devrait selon vous être la valeur du quota de titres CPPAP hors IPG ? Pour quelles raisons ?

La fixation de sa valeur doit-elle être différenciée selon la typologie du point de vente ? Pourquoi ? Le cas échéant, précisez la typologie de point de vente et les valeurs de quota correspondantes envisagées ?

La valeur du quota doit être le reflet du marché CPPAP dans les points de vente. Cette valeur doit inclure toutes les codifications CPPAP hors IPG y compris celles des titres Hors-Séries

À la vue des éléments ci-dessous,

- ⇒ Ratio calculé sur le **périmètre Presstalis** : nb de codifications CPPAP / (nb de codifications CPPAP + non CPPAP) - codifications IPG exclues et codifications Hors-Séries incluses

Ratio Presstalis	moins de 30	[30 à 50[[50 à 80[[80 à 100[[100 à 150[[150 à 200[200 MLD et plus	total	MLD moyen
	MLD	MLD	MLD	MLD	MLD	MLD	MLD		
Alimentation	69%	64%	63%	62%	62%	62%	61%	66%	39
Bars (dont Tabac)	69%	67%	65%	64%	63%	62%	62%	66%	50
Enseignes/concepts	59%	65%	64%	64%	63%	62%	62%	62%	170
Environnement Spécifique	66%	64%	64%	62%	63%	62%	62%	63%	132
Kiosques	67%	66%	67%	67%	65%	63%	62%	66%	83
Petroliers Et Autoroute	69%	68%	66%	65%	64%	63%	62%	66%	67
Presse Et Connexes	69%	65%	63%	63%	62%	61%	61%	62%	138
Presse Librairie Papeterie	71%	66%	65%	64%	63%	62%	62%	63%	125
Presse Tabac (hors Bar)	69%	66%	64%	63%	62%	62%	61%	64%	91
Rayons Hypermarchés			62%	61%	62%	62%	62%	62%	176
Rayons Supermarchés	57%	57%	59%	59%	60%	61%	61%	60%	101
Relais H	70%	69%	67%	68%	67%	66%	66%	67%	103
Total général	69%	66%	64%	63%	62%	62%	62%	64%	98

- ⇒ Ratio calculé sur le **périmètre France Messagerie** : nb de codifications CPPAP/(nb de codifications CPPAP + non CPPAP) - codifications IPG exclues et codifications Hors-Séries incluses

RATIO	moins de 30 MLD	[30 à 50[MLD	[50 à 80[MLD	[80 à 100[MLD	[100 à 150[MLD	[150 à 200[MLD	200 MLD et plus	total	MLD moyen
Alimentation	86%	85%	84%	83%	85%		85%	85%	38
Bars (dont Tabac)	85%	83%	82%	81%	82%	82%	84%	83%	50
Enseignes/concepts	79%	80%	82%	83%	82%	82%	83%	82%	169
Environnement Spécifique	87%	86%	85%	85%	84%	84%	84%	85%	133
Kiosques	84%	83%	83%	84%	82%	82%	85%	83%	83
Petroliers Et Autoroute	87%	81%	82%	83%	83%			83%	67
Presse Et Connexes	89%	86%	84%	83%	84%	84%	84%	84%	138
Presse Librairie Papeterie	85%	85%	83%	83%	83%	83%	83%	83%	125
Presse Tabac (hors Bar)	86%	84%	83%	82%	82%	83%	83%	83%	91
Rayons Supermarchés			86%	87%	86%	86%	85%	86%	176
Rayons Supermarchés	87%	86%	86%	86%	86%	86%	85%	86%	101
Relais H	86%	86%	85%	83%	82%	81%	82%	84%	103
Total général	86%	84%	83%	83%	83%	83%	83%	84%	98

France Messagerie recommande, dans un souci de simplification, l'application d'un taux moyen toutes typologies de points de vente confondues, l'écart de points entre les différentes typologies n'étant pas significatif.

L'analyse faite sur les périmètres des codifications publications coopératives hors IPG Presstalis et France Messagerie témoigne de la variabilité de ce ratio en fonction du portefeuille de la Société Agréée de Distribution de la Presse (« SADP »).

Dès lors, France Messagerie attire l'attention de l'ARCEP sur le risque de mise en place d'une pratique de concurrence déloyale entre les SADP au travers de ce quota.

La définition de « en service » pour un titre dans un point de vente a-t-elle besoin d'être précisée ? Le cas échéant, quelle définition proposez-vous ?

Par « en service », il convient d'entendre une codification ayant eu à minima une parution servie au point de vente concerné pendant la période de référence.

Question N°3

Que pensez-vous des modalités d'ajout et de retrait des titres CPPAP hors IPG dans les points de vente ?

Lorsque la part de codifications CPPAP hors IPG en service dans un point de vente est supérieure ou égale à la valeur du quota alors France Messagerie est d'accord avec la disposition envisagée.

En revanche, dès lors que la part de codifications CPPAP hors IPG en service dans un point de vente est inférieure à la valeur du quota, la disposition envisagée n'a pas lieu d'être. Le nombre de codifications minimum issu du quota doit être obligatoirement atteint, dès la mise en place des règles d'assortiment des codifications CPPAP hors IPG dans un point de vente.

Afin d'accompagner le point de vente dans le choix des codifications CPPAP hors IPG, France Messagerie recommande de fournir au point de vente le Palmarès National et le Palmarès de son point de vente des codifications CPPAP hors IPG. Ce palmarès pourrait s'imposer au point de vente.

Concernant le délai de 7 jours pour prendre en compte la demande d'ajout et/ou de retrait de codifications CPPAP hors IPG, il est inenvisageable d'un point de vue opérationnel. En effet, les éditeurs règlent très en amont leurs parutions. Dès lors, au moment où le point de vente fera effectivement sa demande, les réglages des parutions à venir seront déjà réalisés et ces dernières seront livrées au point de vente.

Toute suppression ou tout ajout de codifications CPPAP hors IPG ne peut donc être pris en compte que dès lors que les quantités servies aux points de vente ne sont pas fixées (Arrêté Commercial ARC non réalisé). De manière plus générale, France Messagerie serait prête à entamer des discussions pour définir plus précisément leurs modalités d'ajout et de suppression, tout en s'assurant qu'elles s'inscriraient dans le respect des procédures du Niveau 1 et du Niveau 2.

Question N°4

L'absence d'obligation des éditeurs et de leur distributeur de faire droit aux demandes de mise en service de titres entraîne-t-elle des difficultés pour certains points de vente à obtenir certains titres ? Si oui merci de décrire les situations et si possible de les quantifier.

Pour quelles raisons un éditeur peut-il être amené à refuser explicitement de mettre un titre en service chez un diffuseur qui en fait la demande ?

En effet, certains points de vente ont des linéaires clairsemés et ne peuvent ni proposer à leur clientèle un rayon attractif, ni fidéliser leur clientèle et développer leur chiffre d'affaires.

Les points de vente concernés par ces difficultés sont essentiellement de tous petits points de vente, implantés dans des zones géographiques sinistrées ou peu peuplées.

Toutefois, les éditeurs restent libres de servir (ou pas) un point de vente selon le schéma d'impression et de distribution retenu.

Question N°5

Constatez-vous de telles pratiques (référencement payant) ? Quelles est votre analyse sur les éventuels impacts de celles-ci ?

Ces pratiques sont interdites et à priori n'existent pas.

Néanmoins, il convient d'être vigilant à ce que de telles pratiques ne se mettent pas en place au risque de créer une discrimination entre éditeurs quant à l'accès aux linéaires des points de vente, pour lesquels certaines chaînes de distribution pourraient être tentées de négocier financièrement un référencement.

Estimez-vous nécessaire de préciser dans les règles de rémunération des diffuseurs que de telles pratiques doivent être proscrites ?

Il serait en effet souhaitable de compléter la décision du CSMP 2014-03 concernant le schéma directeur des rémunérations des diffuseurs de presse (Niveau 3), afin de confirmer que de telles pratiques sont interdites.

France Messagerie suggère également que tout point de vente qui bénéficie des règles d'assortiment des titres CPPAP hors IPG signe un document définissant les engagements et obligations des différents acteurs où il serait, par ailleurs, mentionné que ni les éditeurs ni les points de vente et/ ou chaînes de distribution ne peuvent avoir recours à un référencement payant.

Question N°6

Ce mécanisme de retrait automatique des titres CPPAP hors IPG à vente nulle vous paraît-il adapté aux attentes du secteur ? Le cas échéant, en préciser les raisons.

Quelle valeur de *N* vous semble-t-il la plus adaptée pour chaque périodicité ?

France Messagerie ne pense pas qu'il soit nécessaire de revoir les modalités de retrait des codifications à ventes nulles appelées règles GTI.

En revanche, il est indispensable de s'assurer que ces règles s'appliquent à toutes les codifications quel que soit le distributeur et qu'en cas de non-respect des dites règles, des sanctions soient appliquées.

Question N°7

Que pensez-vous des mesures envisagées s'agissant des titres nouvellement agréés par la CPPAP ? Préférez-vous l'utilisation d'un critère de durée ou de nombre de parutions pour délimiter ce droit d'accès temporaire au réseau des diffuseurs de presse ? Pourquoi ?

Quelle valeur de *M* vous semble la plus adaptée pour chaque périodicité ?

La mesure envisagée n'est pas complète dans la mesure où elle ne traite pas des codifications CPPAP hors IPG dont le statut est dit « CPPAP en cours » ; statut qui concerne toutes les nouveautés lors de leurs premières parutions et dont l'obtention de l'agrément peut prendre plusieurs mois.

Il est donc souhaitable que la disposition s'applique dès lors que l'éditeur dépose son dossier d'agrément auprès de la CPPAP, et que cette dernière confirme son enregistrement. A réception de cette confirmation, la SADP enregistre un code équivalent à « CPPAP en cours » dans ses systèmes d'information, la codification a ainsi un libre accès aux linéaires des points de vente et le décompte des parutions peut se mettre en place. Les SADP pourraient toutefois refuser leur accès aux linéaires des points de vente dès lors qu'elles constateraient des abus dans l'utilisation de ce statut provisoire « CPPAP en cours ».

Question N°8

Que pensez-vous des mesures envisagées s'agissant des numéros hors-séries et des numéros spéciaux rattachés à ces titres CPPAP hors IPG ?

Comme indiqué précédemment, toutes les codifications CPPAP hors IPG y compris celles des Hors-Séries CPPAP hors IPG doivent être comptabilisées et doivent bénéficier du même traitement que les codifications CPPAP hors IPG. (cf précisions apportées dans les Annexes 1 et 2 jointes ci-après).

Question N°9

Que pensez-vous des dispositions envisagées, s'agissant de la publication des données relatives au quota ?

La publication des données est indispensable. Toutefois, France Messagerie s'interroge sur sa pertinence dès lors qu'elle est propre à chaque SADP.

Pour une meilleure compréhension et un meilleur contrôle, les données devraient être agrégées au sein d'un système d'information commun ou par un tiers de confiance.

Question N°10

Faut-il prévoir des modalités d'entrée en vigueur différées des règles d'assortiment par rapport à leur adoption par l'ARCEP ? Pour quelles raisons, et le cas échéant, selon quel calendrier pour quels aspects ?

Comme indiqué lors des ateliers, la mise en œuvre de l'assortiment ne peut être déconnectée de la mise en œuvre du cahier des charges des SADP. Dès lors que les cahiers des charges seront définis et validés par l'ARCEP, il faudra impérativement prévoir des délais de développements informatiques afin de mettre à disposition des différents acteurs les outils nécessaires à la mise en œuvre, au respect et au contrôle de ces règles, en toute transparence.

En conséquence, il est donc impossible à ce jour de prévoir une date d'entrée en vigueur de ces règles.

Question N°11

De manière plus générale, identifiez-vous d'autres prérequis nécessaires à la mise en œuvre des principes énoncés plus hauts ?

France Messagerie recommande une démarche d'assortiment globale sur la base d'un palmarès national et d'un palmarès par point de vente établis par les SADP, intégrant tous les types de produits presse, tout en réservant un traitement spécifique pour les codifications IPG et les codifications CPPAP hors IPG. (cf. contribution France Messagerie du 16/10/2020).

Dans le cadre de la consultation publique lancée par l'ARCEP, France Messagerie recommanderait à l'ARCEP, à défaut d'un assortiment global, un assortiment limité aux codifications CPPAP hors IPG sous réserve que l'assortiment des codifications Non CPPAP hors IPG soit traité au travers d'un accord interprofessionnel complémentaire.

Par ailleurs France Messagerie souhaite attirer l'attention de l'ARCEP sur des points de vocabulaires énoncés dans les Annexes 1 et 2 jointes à la présente.

En pièces jointes :

- Annexe 1 : Glossaire précisant la signification de ce qu'est un titre, une codification un hors-série
- Annexe 2 : Gestion du numéro CPPAP sur les Hors-Séries

Annexe 1 :

Glossaire précisant la signification de ce qu'est un titre, une codification un hors-série

Afin de bien appréhender les données, Il convient de distinguer

- **Le titre** auquel est rattaché ou non un n° de CPPAP
- **La codification**, qui sert pour les différents acteurs de la vente au numéro à identifier le produit distribué ; un même titre pouvant être décliné en plusieurs codifications, afin d'identifier :

- Les différences de formats, ou les éditions avec plus produit ou offre jumelée.

En ce cas les différentes codifications peuvent être présentes conjointement en magasin.



- Les éditions propres à des zones de distribution spécifiques.

Exemple du titre Télérama, décliné selon

- Une codification 2773, propre à l'île de France (avec le supplément Sortir)
- Une codification 1251, propre à la Province



- **Les numéros ou parutions** d'une codification.

Ces numéros identifient les parutions successives d'une codification et peuvent avoir une spécificité H ou S : hors-série ou spéciaux.

Ils entrent alors dans la numérotation habituelle, et traitent d'un sujet potentiellement plus porteur. Ils sont typés H ou S, pour indiquer, en accord avec la profession, une durée de vente allongée (i.e le rappel ne se fait pas immédiatement à la parution du numéro suivant, contrairement à la règle).

Ainsi, le titre Le Chasseur français se décline

- En un titre principal identifié par la codification 2714, mis en vente tous les mois. Son n°1483 est S car il s'agit d'un numéro spécial « Ouverture de la chasse ». Il est mis en vente du 26/08/20 au 25/10/20, alors que le N° suivant 1484 est mis en vente le 23 septembre

- Et un Hors Série identifié par la codification 3508, paru en janvier et consacré aux chiens de chasse

LE CHASSEUR FRANCAIS

Codification	Identifiant Titre	Libellé Titre	Parution	Spécificité	Date Mise En Vente	Date Relève
02714	0271403	LE CHASSEUR FRANCAIS	1481		02 juil. 2020	22 juil. 2020
02714	0271403	LE CHASSEUR FRANCAIS	1482		22 juil. 2020	26 août 2020
02714	0271403	LE CHASSEUR FRANCAIS	1483 S	S	26 août 2020	26 oct. 2020
02714	0271403	LE CHASSEUR FRANCAIS	1484		23 sept. 2020	28 oct. 2020
02714	0271403	LE CHASSEUR FRANCAIS	1485		28 oct. 2020	25 nov. 2020
02714	0271403	LE CHASSEUR FRANCAIS	1486		25 nov. 2020	30 déc. 2020
02714	0271403	LE CHASSEUR FRANCAIS	1487		30 déc. 2020	
03508	0350808	LE CHASSEUR FRANCAIS HS	99 H	H	09 janv. 2019	06 mars 2019



Annexe 2 :

Gestion du numéro CPPAP sur les Hors-Séries

(source www.cppap.fr)

Article D.27-1 du Code des postes et des communications électroniques :

Est considérée comme un numéro spécial ou hors-série d'un écrit périodique toute publication proposée au public en dehors de la parution normale, à l'occasion d'un événement ou d'une manifestation importante.

Le numéro spécial ou hors-série doit satisfaire aux critères de l'article D.18 au même titre que la publication principale. Il doit porter la mention : « numéro spécial » ou « hors-série ». Toutefois, un numéro par an pour les publications trimestrielles et deux numéros par an pour les publications paraissant à des intervalles moindres peuvent être consacrés à un thème unique, à condition que le sujet traité présente un lien manifeste avec le contenu habituel de la publication principale.

Le hors-série relève du tarif de l'article D.18.

7° b) art. 72 Ann.III CGI

*Le numéro spécial ou hors-série doit satisfaire aux mêmes conditions de fond et de forme que la publication principale et porter la mention « numéro spécial » ou « hors-série ». Toutefois, dans la limite d'un numéro par an pour les publications trimestrielles et de deux numéros par an pour les publications paraissant à des intervalles moindres, le numéro spécial ou hors-série peut être consacré à un thème unique, à **condition que le sujet traité présente un lien manifeste avec le contenu habituel de la publication principale.** Pour l'application du présent article, est considérée comme numéro spécial ou hors-série d'un journal ou d'un écrit périodique toute publication proposée au public en dehors de la parution normale, à l'occasion d'un événement ou d'une manifestation importante.*