

La Vente au Numéro

Sommaire

- La Loi Bichet
- CSMP et ARDP
- La Presse en Chiffres
 - CA de la Presse
 - Répartition du CA
- Le Circuit de Distribution
 - Niveau 1 : les sociétés de messageries
 - Niveau 2 : les dépositaires de presse
 - Niveau 3 : les diffuseurs de presse
- Les Reformes
 - Actualités
 - Schéma directeur niveau 2
 - Le décroisement des Flux
 - La péréquation des Coûts
 - Règles de la Profession
 - Perspectives
- Sources

La Loi Bichet

Définition

- La loi Bichet du 2 avril 1947 institue la **liberté de la diffusion** de la presse en proclamant en son article 1^{er} que "La diffusion de la presse imprimée est libre".
- Elle organise la distribution de la presse en conférant la liberté pour tout éditeur d'assurer lui-même la diffusion de ses propres journaux et publications.
- Lorsqu'un éditeur décide de se grouper avec d'autres éditeurs, le **groupage** et la distribution de leurs journaux et publications sont assurés par des **sociétés coopératives de messageries de presse**.
- Celles-ci peuvent assumer le groupage et la distribution des titres de leurs adhérents par leurs propres moyens ou **confier l'exécution** de ces opérations matérielles **à des entreprises commerciales**, en s'assurant une participation majoritaire dans leur direction, leur garantissant **l'impartialité** de cette gestion et la surveillance de leurs comptabilités.

CSMP

ARDP

- **Le Conseil Supérieur des Messageries de Presse**

Crée en 1947

Il est l'autorité garante du respect de la concurrence et des principes de liberté de distribution.

- **L'Autorité de régulation de la distribution de la presse**

Créée par la loi n° 2011-852 du 20 juillet 2011

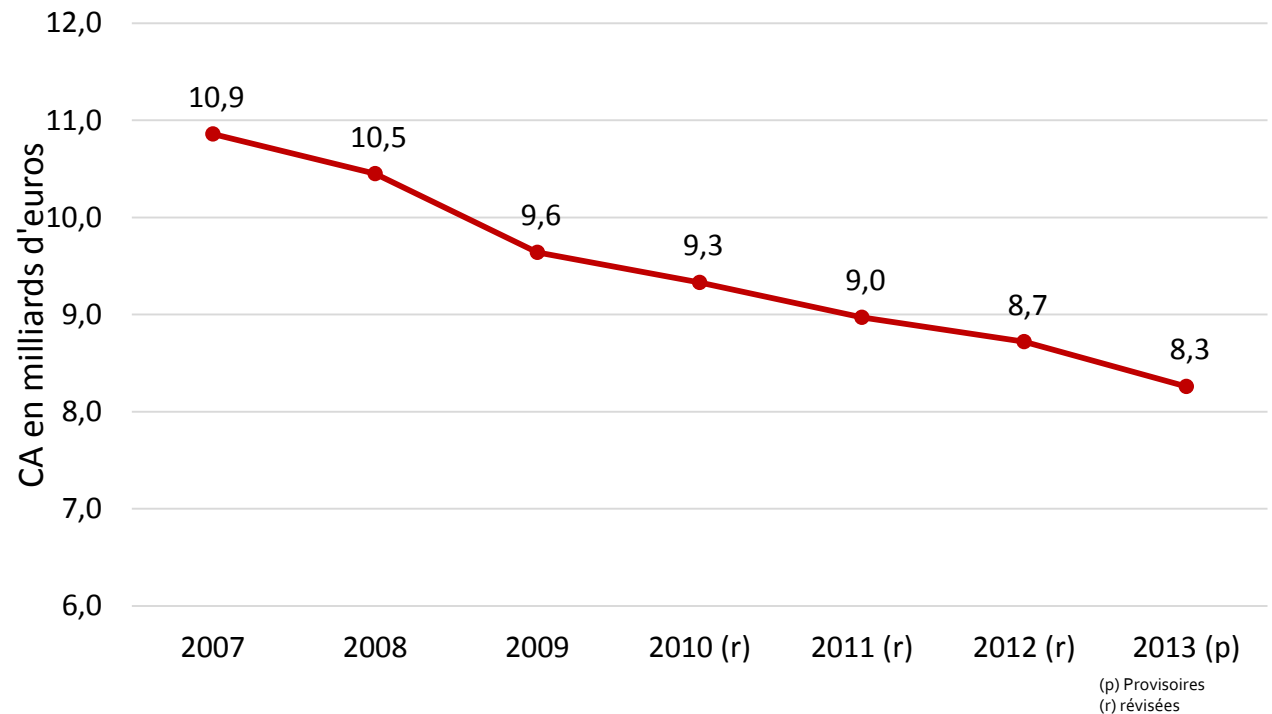
Elle est relative à la régulation du système de distribution de la presse.

Elle rend exécutoire les décisions du conseil.

La Presse en Chiffres

CA de la Presse

- Evolution du chiffre d'affaires de la presse*



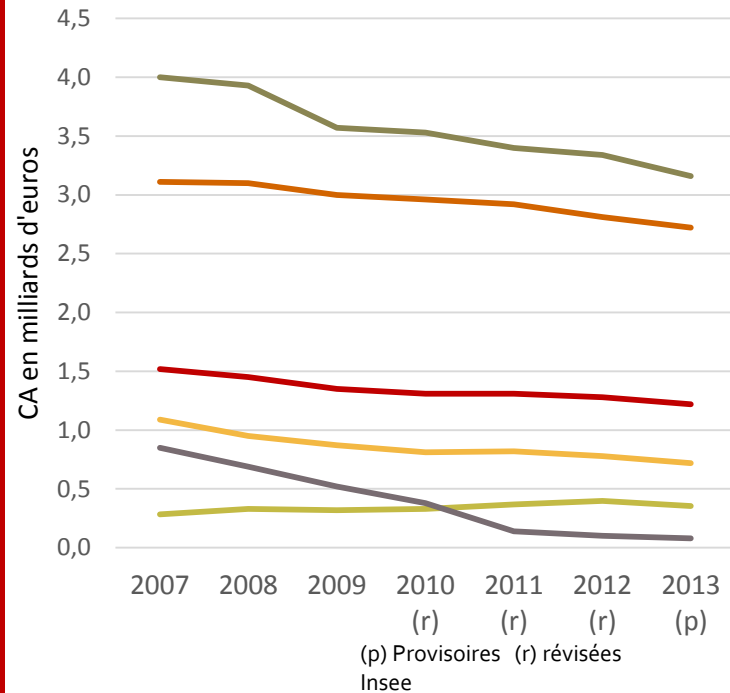
*Diffusion (vente au numéro et abonnement) et recettes publicitaires
Sur tous les types de presse

Insee

La presse en chiffres

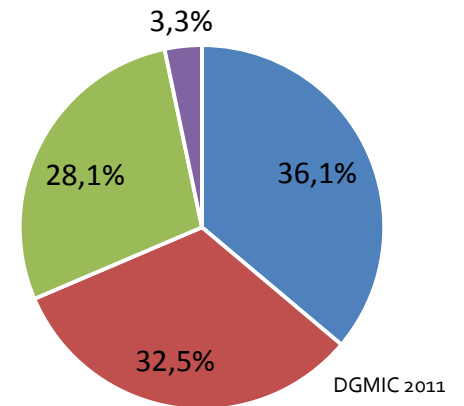
Répartition du CA

Par catégorie de presse



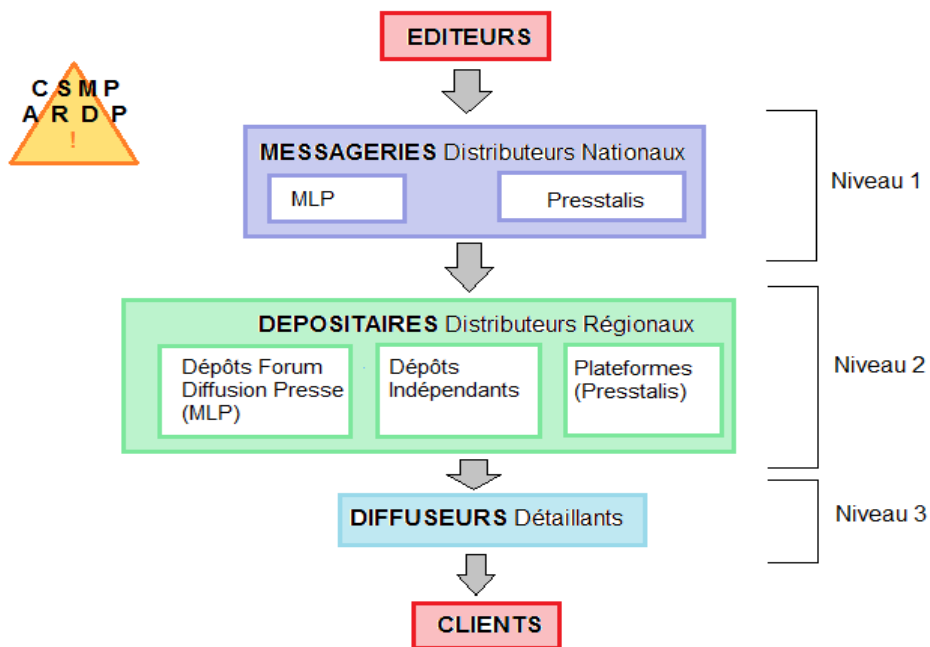
- Presse nationale d'information générale et politique
- Presse locale d'information générale et politique
- Journaux gratuits d'information
- Presse spécialisée grand public

Par type de recette



- Ventes au numéro
- Ventes par abonnement
- Publicité commerciale

Le circuit de distribution pour la vente au numéro



Le contrat de vente au sens juridique se réalise entre l'éditeur et l'acheteur final. Les messageries, les dépositaires de presse et les diffuseurs sont des intermédiaires avec un statut de mandataire commissionnaire du croire.

Niveau 1 :

Sociétés de messageries

Missions

- Les principales sociétés de messageries sont Presstalis dont le siège est à Paris et les MLP (Messageries Lyonnaises de Presse) dont le siège est à Lyon.
- L'activité de la messagerie de presse consiste à réaliser pour le compte des éditeurs 4 grandes missions :
 - **Logistique** : réception, répartition, traitement, livraison des magazines aux dépositaires,
 - **Commerciale** : conseil et assistance à la distribution des titres, suivi du réseau des agents de la vente.
 - **Financière** : récupération auprès des dépositaires des recettes des ventes, remontée du produit des ventes aux éditeurs, mission du croire.
 - **Gestion des informations** : collecte des données de ventes et de l'ensemble des informations concernant la diffusion.

Sociétés de messageries

Comparaison entre Presstalis et MLP

Données 2013	Presstalis	MLP
Poids de la vente au numéro de la presse magazine	65 %	35 %
Poids de la vente de la presse quotidienne	100 %	0 %
Titres en circulation	3 300	2 200
Sociétés éditrices adhérentes	474	620
CA en 2013 (France et Export)	Quotidiens : 394 millions d'€ Publications presse : 1 122 millions d'€	596 millions d'€
Dépositaires	SAD (17) SOPROCOM (21)	Forum Diffusion Presse (8) Alliance Distribution (28)

www.csmpresse.fr

Niveau 2 :

Les Dépositaires de Presse

Définition

- Les dépositaires de presse (grossistes) assurent la distribution des quotidiens et publications qui leur sont confiés aux diffuseurs de presse situés dans leur zone géographique.
- Les dépositaires de presse sont des agents de la vente mandatés par les sociétés de messageries de presse.
- Ils bénéficient de l'exclusivité territoriale.
- Ils reçoivent en dépôt les titres des éditeurs et n'en sont donc pas propriétaires.
- Etant ducroires, ils sont responsables financièrement des recettes de ventes des titres confiés.

Niveau 2 :

Les Dépositaires de Presse

Missions

- L'activité de dépositaire de presse consiste à réaliser pour le compte des éditeurs 4 grandes missions
 - **Logistique** : réception, répartition, traitement, livraison des magazines aux diffuseurs, récupération et gestion des invendus.
 - **Commerciale** : gestion des quantités servies aux points de vente et de l'assortiment en partenariat avec les éditeurs, animation de son réseau de vente.
 - **Financière** : récupération des recettes des ventes auprès des diffuseurs, remontée du produit des ventes aux messageries, mission du croire.
 - **Gestion de l'information** : collecte des données de ventes, gestion des informations relatives au réseau de vente.

Niveau 2 :

Composition du réseau des grossistes

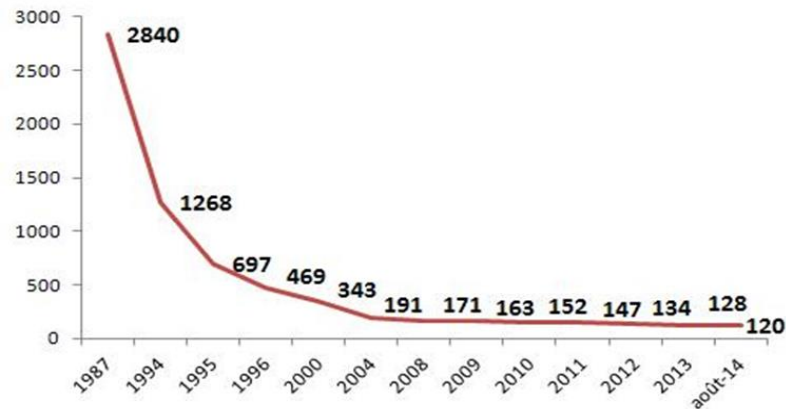
Types de dépôts	Nombre de dépôts	Poids	Nombre de diffuseurs	Poids
Dépositaires indépendants	39	33%	1 311	5%
SAD et Soprocom	40	34%	15 819	60%
Réseau Alliance	34	29%	7 161	27%
Forum Diffusion Presse	8	5%	2 188	8%
TOTAL	119	100%	26 479	100%

www.csmpresse.fr

Niveau 2 :

L'évolution du réseau des dépositaires de presse

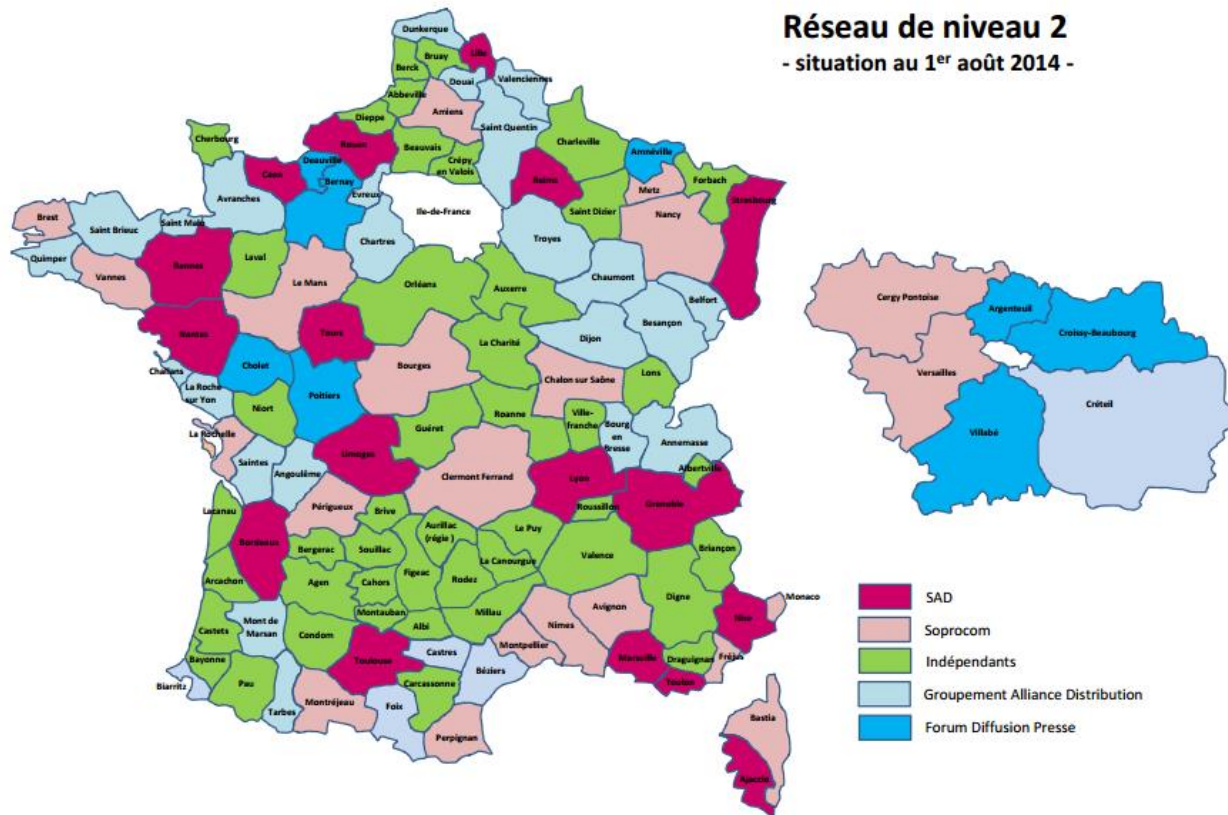
- Afin d'**optimiser les coûts** de distribution de la presse, la profession a engagé les dépositaires à accroître leur taille et à rationaliser leurs process.
- Les **rattachements** ont fortement diminué le nombre de dépositaires. Ainsi, le nombre de dépositaires est passé de 2 840 en 1987 à moins de 700 en 1995 et à 120 au 1^{er} août 2014.
- L'objectif étant d'atteindre les 99 dépôts courant 2015.



www.csmpresse.fr

Niveau 2 :

Répartition géographique des dépositaires de presse



www.csmpresse.fr

Niveau 3 :

Les Diffuseurs de Presse

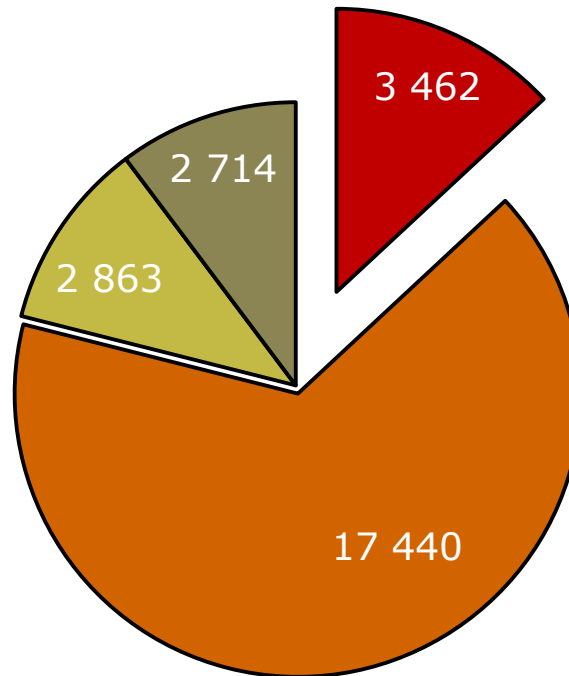
Définition

- Les diffuseurs de presse appelés plus communément **marchands de journaux** assurent la vente au public des quotidiens et publications qui leur sont confiés.
- Le diffuseur de presse a pour mission de vendre les titres qui lui sont confiés par le dépositaire, au nom des éditeurs.
- Pour cela, il :
 - Expose ces titres à la vente,
 - Relaye les opérations de promotion des éditeurs,
 - Retourne les invendus.
- 50% du CA est réalisé par 13% des diffuseurs (soit 3442), 80% avec un tiers des diffuseurs.

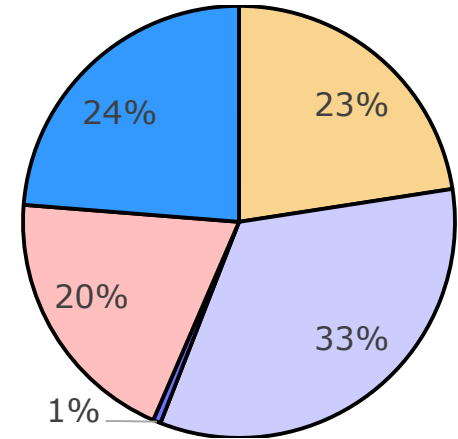
Niveau 3 : Répartition des points de vente

Les enseignes
presse en détail

MDP	781
Mag Presse	1 155
Agora	20
Kiosques	684
Relay	822
TOTAL	3462



- Enseignes Presse
- Enseignes Non Presse
- Réseau traditionnel
- Autres



www.csmpresse.fr

Enseignes Presse	13%
Réseau traditionnel	66%
Enseignes Non Presse	11%
Autres	10%
TOTAL	100%

Actualités

- Le secteur de la distribution de la presse au numéro traverse actuellement une **crise profonde**, provoquée par une baisse des ventes de plus de 25% depuis 2008. Parallèlement à cette baisse, les coûts logistiques ne diminuent pas dans les mêmes proportions.
- *Presstalis*, acteur principal, est régulièrement au bord du dépôt de bilan. Affichant des pertes d'exploitation de 30 millions d'euros en 2012, *Presstalis* prépare un vaste plan de départs concernant plus de 1 000 postes, sur un total de 2 500 salariés. Une première dans son histoire. Les discussions sont tendues et des mouvements sociaux perturbent fréquemment la distribution des journaux.
- Face à la situation actuelle marquée par la baisse importante de volumes vendus et les difficultés financières de *Presstalis*, la filière a engagé un ensemble de **réformes** visant à rendre plus efficace la distribution de la presse. Ces réformes, qui doivent être mises en place au cours des années 2013 et 2014, comprennent la réduction du nombre de dépôts et l'intégration verticale des messageries. Le **schéma directeur du niveau 2** prévoit le décroisement des flux et la répartition de zones de distribution pour *Presstalis* et pour les *MLP*.
- *Presstalis* organise ses zones par la création de 5 plateformes régionales entourées de dépôts dits secondaires, les *MLP* s'appuyent sur les dépositaires indépendants pour organiser la distribution.

Schéma directeur niveau 2

- Le schéma directeur vise à **optimiser les coûts de distribution** par la réduction du nombre de dépositaires.
Objectif : atteindre 99 dépôts logistiques fin 2014.
- Recommandations des états généraux de la presse écrite :
 - Les fonctions du niveau doivent toujours être assurées par ce dernier,
 - Les gains de productivité devront être affectés au financement de l'augmentation de la rémunération du niveau 3,
 - Evolution des barèmes de facturation des niveau 1 et 2 (frais de port aujourd'hui traités au forfait).
- Le décroisement des flux est un élément majeur du nouveau schéma directeur.

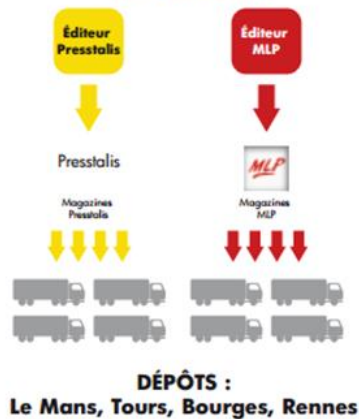
Le Décroisement des flux

- Depuis les années 90, l'organisation logistique de la distribution de la presse se faisait de manière exclusive, chaque messagerie livrant ses propres produits vers les dépositaires de presse.
- Avec la baisse des volumes distribués ces dernières années, cette logique ne permet plus d'optimiser les modes de transport générant ainsi des coûts jugés très importants par les différents acteurs de la profession.
- C'est ainsi que dans une logique de réduction des coûts de distribution, un vaste plan de réforme est mis en place, à la fois sur le plan local avec le schéma directeur du niveau 2, et sur le plan national en vue d'une **mutualisation** des flux entre les messageries.
- La mise en œuvre du schéma directeur du niveau 2 s'accompagne de la mise en œuvre des flux décroisés, dont le principe est d'optimiser les transports des messageries vers les dépôts en mutualisant les flux. Les dépôts recevront un seul camion contenant l'ensemble des publications de la presse magazine.

Le Décroisement des flux

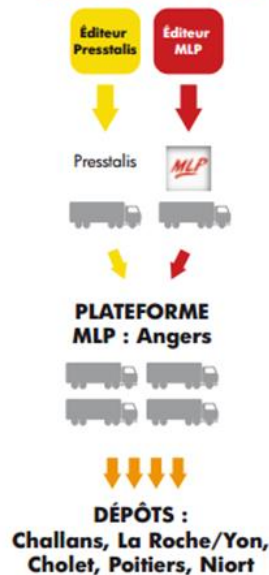
ÉVOLUTION DE LA DISTRIBUTION

SCHÉMA EXCLUSIF JUSQU'AU 3 JUIN



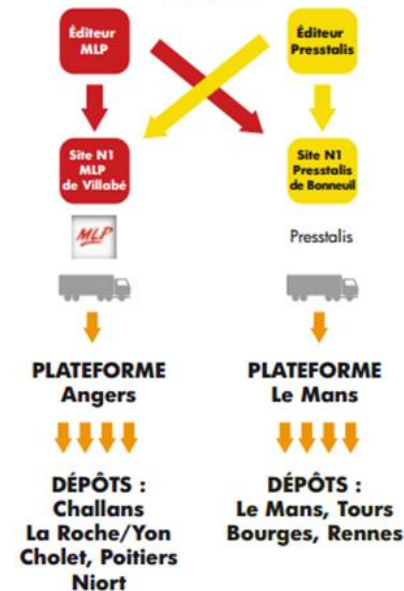
Exemple d'Angers au 2 septembre

SCHÉMA TRANSITOIRE ÉCHANGES DE PALETTE



Exemple du Mans et d'Angers

DÉCROISEMENT TOTAL (FIN 2014)



www.mlp.fr/fileadmin/user_upload/newsletter/86_oct_2013/Repere_86-091013.pdf

La Péréquation des coûts

- Le Conseil Supérieur des Messageries de Presse (CSMP) a adopté le principe de « péréquation » consistant à faire assumer aux éditeurs de *MLP* une partie du coût de la distribution des quotidiens, jusqu'ici entièrement supporté par les éditeurs de *Presstalis*.

Les Règles de la Profession

- Un numéro chasse l'autre

Lorsqu'un numéro paraît, la parution précédente est retirée de la vente par le diffuseur de presse. Les invendus sont alors restitués au dépositaire qui les restitue à la messagerie ou les détruit en local.

- Mise à zéro des diffuseurs non vendeurs (depuis février 2005)

Les points de vente non vendeurs d'un titre sur une suite de parutions déterminée sont automatiquement mis à zéro dans les outils.

- Plafonnement des quantités (depuis avril 2009)

Cette mesure vise à réguler la fourniture en maintenant les ventes pour alléger les linéaires et la charge de travail des diffuseurs.

- L'assortiment (depuis février 2012)

La non maîtrise de l'offre se traduit par une saturation des linéaires. Les titres sont peu visibles et souvent mal classés.

Conséquence : Tout le monde perd des ventes.

L'assortiment donne la possibilité au diffuseur d'optimiser l'offre titres de son point de vente en dialoguant avec son dépositaire. Il peut ainsi adapter son offre à sa clientèle.

Sources

- CSMP

www.csmpresse.fr

- Union presse

www.unionpresse.fr

- Wikipédia

www.wikipedia.org

- MLP

www.mlp.fr

- Presstalis

www.presstalis.fr

- Facta Média

<http://www.factamedia.com/le-chiffres-daffaires-du-secteur-de-la-presse-ecrite-en-baisse/>

- SNDP

http://www.sndp.fr/pages/reseau_depositaires/presentation/presentation/presentation.html

- ARDP

<http://www.ardpresse.fr/>