



autorité de régulation
des communications électroniques,
des postes et de la distribution de la presse

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

CONSULTATION PUBLIQUE

9 octobre 2020 – 9 novembre 2020

**Proposition de cahier des charges des sociétés agréées
de distribution de la presse prévu à l'article 12 de la loi
n° 47-585 modifiée (dite loi Bichet)**

Sommaire

Modalités pratiques de la consultation publique	3
1 Contexte et objet de la proposition de cahier des charges	4
2 Cadre juridique	4
3 Services fournis	5
3.1 Fourniture de prestations logistiques et financières	5
3.2 Obligations en lien avec la périodicité des journaux et publications périodiques distribués.	6
4 Couverture territoriale	7
5 Approvisionnement des points de vente	10
5.1 Assortiment des titres de presse et quantités servies aux points de vente	10
5.2 Première proposition de mise en service.....	13
5.3 Mécanisme de réapprovisionnement	14
5.4 Mécanisme de commande de parution	15
5.5 Exemplaires invendus à l'issue de la période de mise en vente des parutions	15
6 Système d'information	17
6.1 Contribution aux travaux sectoriels	17
6.2 Référentiels de données maintenus par les distributeurs	18
6.3 Interfaces informatiques et portails en ligne pour les diffuseurs	19
6.4 Interfaces informatiques et portails en ligne pour les éditeurs.....	20
6.5 Open data	21
7 Collecte du produit des ventes par le distributeur	22
8 Portabilité des données.....	23
9 Suivi de la qualité de service	24
10 Efficacité, transparence et non-discrimination	25
10.1 Publication des conditions techniques tarifaires et contractuelles des prestations	25
10.2 Vérification de l'application effective des conditions techniques tarifaires et contractuelles des prestations	25
10.3 Prévisions budgétaires	26
10.4 Prestataires externes.....	27
11 Procédure de demande d'agrément	27
Synthèse des questions	30

Consultation publique relative à la proposition de cahier des charges des sociétés agréées de distribution de la presse prévu à l'article 12 de la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 modifiée (dite loi Bichet)

Modalités pratiques de la consultation publique

La présente consultation publique est ouverte jusqu'au 9 novembre 2020 à 17h00. L'avis des acteurs du secteur est sollicité par l'Arcep dans le cadre de l'élaboration de sa proposition de cahier des charges des sociétés agréées de distribution de la presse en application de l'article 21 de la loi Bichet. Seules les contributions arrivées avant l'échéance seront prises en compte.

L'Autorité attire l'attention sur le fait que les éléments présentés dans cette consultation publique ne préjugent en aucun cas de la décision finale qu'elle prendra.

Les réponses doivent être transmises à l'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse (ci-après « l'Arcep » ou « l'Autorité ») de préférence par courrier électronique à l'adresse suivante :

distribution-presse@arcep.fr

L'Autorité s'autorise à rendre publiques tout ou partie des réponses qui lui parviendront, à l'exclusion des parties couvertes par le secret des affaires.

Les contributeurs sont invités à limiter autant que possible les passages couverts par le secret des affaires.

Dès lors que leur réponse contiendrait de tels éléments, les contributeurs sont invités à transmettre leur réponse en deux versions :

- une version confidentielle, dans laquelle les passages couverts par le secret des affaires sont identifiés entre crochets et surlignés en gris : « une part de marché de [25]% » ;
- une version publiable, dans laquelle les passages couverts par le secret des affaires auront été remplacés par « ... » : « une part de marché de « ... »% ».

L'Arcep pourra déclasser d'office des éléments d'information qui, par leur nature, ne relèvent pas du secret des affaires.

1 Contexte et objet de la proposition de cahier des charges

La distribution groupée des journaux et publications périodiques ne peut en principe être assurée que par des sociétés ayant été agréées par l'Arcep¹. Afin d'être agréée, une société candidate doit respecter un cahier des charges pris par décret au vu d'une proposition de l'Arcep. La présente consultation a pour objet de consulter les acteurs sur les orientations de l'Arcep, afin d'établir ladite proposition, qui décrira les obligations que devra respecter une société agréée de distribution de la presse (ci-après « distributeur » ou « distributeur de presse »).

Toute société candidate à l'agrément de distributeur de presse devra ainsi, selon cette proposition, d'une part, s'engager à respecter ces obligations et, d'autre part, apporter les éléments attestant de sa capacité à respecter ces obligations lors de la procédure d'instruction de sa demande d'agrément par l'Arcep.

Par ailleurs, l'Arcep a initié en parallèle des travaux sur la mise en place de la comptabilité réglementaire à laquelle seront soumis les distributeurs en application de l'article 20 de la loi Bichet ainsi que sur la mise à jour des règles de calcul de la péréquation prévue en application du 3° de l'article 18 de la même loi. Ces travaux, faisant l'objet de décisions *ad hoc*, ne sont pas évoqués dans la présente consultation publique.

2 Cadre juridique

L'article 3 de la loi n° 47-585 modifiée (ci-après « loi Bichet ») dispose que « [l]a distribution groupée des journaux et publications périodiques est assurée par des sociétés agréées de distribution de la presse ».

Le 1° de l'article 18 de la loi de la loi Bichet modifiée dispose que l'Arcep « agréé les sociétés assurant la distribution de la presse dans le respect du cahier des charges mentionné à l'article 12 » de cette même loi.

L'article 12 de la loi Bichet modifiée prévoit quant à lui que « L'agrément atteste de la capacité de la société à assurer la distribution des journaux ou publications périodiques qu'elle se propose d'acheminer selon un schéma territorial sur lequel elle s'engage. Ce schéma peut couvrir la totalité du territoire ou des parties cohérentes de celui-ci. Dans le cadre de ce schéma, la société assure une desserte non discriminatoire des points de vente. »

Il dispose en outre que : « L'agrément est subordonné au respect d'un cahier des charges fixé par décret pris au vu d'une proposition de l'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse établie après consultation des organisations professionnelles représentatives des entreprises de presse et de toute autre personne dont l'avis lui paraît utile. Ce cahier des charges définit notamment les obligations auxquelles doivent satisfaire les sociétés candidates, dans le respect des principes d'indépendance et de pluralisme de la presse, de

¹ S'agissant de MLP, conformément à l'article 13 de la loi de modernisation de la presse du 18 octobre 2019, la société peut poursuivre son activité de distribution de la presse sans disposer de l'agrément car elle exerçait déjà cette activité au moment de la publication de la loi. Toutefois ce même article précise que la société devra solliciter son premier agrément dans les six mois suivant la publication de ce cahier des charges.

S'agissant de France Messagerie, la société peut, à ce jour, exercer son activité de distribution de la presse au titre de l'agrément provisoire qui lui a été délivré le 29 septembre 2020 par l'Arcep.

transparence, d'efficacité, de non-discrimination et de continuité territoriale de la distribution ainsi que de protection de l'environnement. Il détermine les types de prestations et les niveaux de service attendus du point de vue logistique et financier en tenant compte de la diversité des titres de presse. Il fixe également les conditions dans lesquelles les sociétés candidates garantissent le droit des éditeurs à la portabilité des données les concernant. Il précise les obligations spécifiques à satisfaire pour la distribution des quotidiens. »

S'agissant du contenu du dossier que doit présenter la société candidate en vue d'obtenir un agrément de distributeur de presse, l'article 19 de la loi Bichet modifiée dispose que : « *La demande d'agrément justifie des moyens humains et matériels de la société candidate. Elle comporte l'ensemble des informations comptables et financières de nature à attester sa capacité à assurer son activité dans des conditions conformes au cahier des charges. Dans le cas où elle est constituée en société par actions, la société présente l'ensemble des personnes physiques ou morales qui détiennent plus de 5 % de son capital ou de ses droits de vote ainsi que, le cas échéant, la ou les personnes qui la contrôlent directement ou indirectement au sens de l'article L. 233-16 du code de commerce. »*

3 Services fournis

3.1 Fourniture de prestations logistiques et financières

L'acheminement des journaux ou des publications périodiques vers les points de vente est, par essence, la mission d'un distributeur de presse, qui doit donc nécessairement offrir un tel service.

Les distributeurs de presse offrent également une prestation de type « financier » permettant à leurs éditeurs clients de percevoir le produit de leurs ventes.

Ces deux types de prestations sont prévues par l'article 12 de la loi Bichet : « *[Le cahier des charges] détermine les types de prestations et les niveaux de service attendus du point de vue logistique et financier en tenant compte de la diversité des titres de presse* ». Bien entendu, au-delà de ces deux types de prestations, le distributeur peut proposer, aux éditeurs ou aux diffuseurs d'autres types de prestations, par exemple de nature commerciale (telles qu'une assistance au réglage des quantités d'un titre ou une installation de publicité sur des points de vente). Dans ce cas, la fourniture de ces services doit également se faire dans le respect des principes de la loi Bichet, et notamment dans des conditions objectives, transparentes et non discriminatoires.

Disposition envisagée

Conformément à l'article 5 de la loi Bichet, le distributeur fournit, dans des conditions « *objectives, transparentes, efficaces et non discriminatoires* », aux éditeurs membres d'une société coopérative de groupage de presse qui en font la demande :

- un service de type « logistique » d'acheminement de journaux ou publications périodiques, destinés à la vente au public, vers les points de vente présents dans sa zone de couverture ;
- un service de type « financier » permettant à l'éditeur de percevoir le produit des ventes de ses journaux ou publications.

Si le distributeur fournit aux éditeurs des prestations additionnelles liées à la distribution de leurs journaux ou publications périodiques, il respecte les conditions de l'article 5 de la loi Bichet.

Le principe de transparence de la Loi Bichet vise à garantir que tout éditeur a accès à l'ensemble des informations relatives à l'ensemble des prestations de la chaîne de distribution. Il convient en conséquence que l'ensemble des prestations délivrées à tout ou partie des éditeurs clients soient incluses dans un même catalogue global, communiqué aux éditeurs clients, et présenté à l'Autorité notamment pour son avis sur les conditions techniques, tarifaires et contractuelles.

Disposition envisagée

Le distributeur présente de manière exhaustive et détaillée dans ses conditions techniques, tarifaires et contractuelles l'ensemble des prestations proposées aux éditeurs de presse, y compris le cas échéant les prestations additionnelles aux prestations de type « logistique » ou « financier », liées à la distribution de leurs journaux ou publications périodiques. Sont notamment détaillées :

- la liste des points de collecte des exemplaires fournis par l'éditeur, leur zone de couverture, et les horaires limites de prise en charge pour les prestations de type « logistique » ;
- les modalités de calcul des montants, les échéanciers et les instruments de paiements utilisés pour les prestations de type « financier ».

Question n° 1

Voyez-vous d'autres prestations, autres que les prestations de type logistique et financier, qui devraient nécessairement, selon vous, être proposées par les distributeurs de presse ? Le cas échéant en préciser les raisons.

3.2 Obligations en lien avec la périodicité² des journaux et publications périodiques distribués

L'article 12 de la loi Bichet énonce que le cahier des charges « précise les obligations spécifiques à satisfaire pour la distribution des quotidiens ». A ce titre, il est proposé d'imposer au distributeur qui distribue des quotidiens l'obligation de desservir au moins chaque jour chaque point de vente de sa zone de desserte. Il appartient ensuite au distributeur de détailler, dans les conditions techniques tarifaires et contractuelles de ses prestations, les modalités techniques de mise en œuvre telles que les lieux et horaires de collecte des exemplaires à distribuer auprès des éditeurs. Le distributeur tient compte des besoins propres aux éditeurs de quotidiens pour définir ces modalités.

Disposition envisagée

Si le distributeur propose un service de distribution des quotidiens, il est tenu d'être en capacité de livrer *a minima* une fois par jour chacun des points de vente ouverts présents dans sa zone de couverture. Les horaires de livraison aux diffuseurs de presse devront être cohérents avec les besoins de commercialisation exprimés par les éditeurs.

² La périodicité correspond à la cadence de parution d'un titre, par exemple : quotidienne, hebdomadaire, mensuelle, etc.

S'agissant des autres périodicités (hebdomadaires, bimensuelles, mensuelles ainsi que celles dont la durée de mise en vente est supérieure ; (ci-après « périodicités hebdomadaires ou supérieures »), plusieurs niveaux d'obligation de prise en charge par le distributeur peuvent être envisagés, qui mettraient en balance la liberté du distributeur de construire une offre de distribution restreinte aux périodicités pour lesquelles son organisation de distribution serait la plus efficace avec l'assurance des éditeurs de pouvoir confier la distribution de l'ensemble de leurs publications à un même distributeur quelle que soit leur périodicité, hebdomadaire ou supérieure.

Une première option accorderait une liberté maximale au distributeur pour choisir les périodicités à distribuer. Elle impliquerait pour le distributeur l'obligation d'accepter toute demande de distribution de publications ayant la ou les périodicités prises en charge aux conditions techniques, tarifaires et contractuelles qu'il propose.

Cette option permettrait aux éditeurs de bénéficier potentiellement de conditions tarifaires tirant partie des gains d'efficacité que retirerait le distributeur d'une telle spécialisation mais pourrait toutefois engendrer une complexification pour les éditeurs de titres ayant des périodicités distinctes, des conditions tarifaires moins attractives pour certaines périodicités, voire conduire, à l'extrême, à une absence d'offre de distribution pour les périodicités les moins rentables.

Une seconde option imposerait, à l'inverse, aux distributeurs l'obligation de prendre en charge la distribution de l'ensemble des périodicités hebdomadaires ou supérieures dès lors qu'ils veulent distribuer l'une d'elles. Avec cette option, le marché se structurerait autour de trois types de distributeurs :

- les distributeurs de quotidiens (et de périodiques infra-hebdomadaires) ;
- les distributeurs de publications de périodicité hebdomadaire et supérieure ;
- les distributeurs de toute périodicité (quotidienne, hebdomadaire et supérieure).

Cette option permet de clarifier l'offre de distribution proposée aux éditeurs en contrepartie de la nécessité pour chaque distributeur de périodicité hebdomadaire et supérieur d'adapter son schéma logistique pour l'ensemble des périodicités.

Question n° 2

Quelles doivent être, selon vous, les obligations des distributeurs concernant le choix des périodicités à prendre en charge :

- liberté de choisir les périodicités prises en charge ;
- obligation de prendre en charge toute publication de périodicité hebdomadaire ou supérieure dès lors qu'une périodicité hebdomadaire ou supérieure est distribuée ;
- autre : préciser.

Pour quelles raisons ?

4 Couverture territoriale

L'article 12 de la loi Bichet prévoit que « *l'agrément atteste de la capacité de la société à assurer la distribution des journaux ou publications périodiques qu'elle se propose d'acheminer selon un schéma territorial sur lequel elle s'engage* » et que « *ce schéma peut couvrir la totalité du territoire ou des*

parties cohérentes de celui-ci ». Ce même article précise que le cahier des charges décrit « *les obligations auxquelles doivent satisfaire les sociétés candidates, dans le respect des principes [...] de continuité territoriale de la distribution* ».

D'une part, s'agissant de distributeurs s'engageant sur la couverture de « *la totalité du territoire* » (ci-après « distributeurs nationaux »), il paraît souhaitable de laisser une certaine flexibilité pour l'outre-mer, compte-tenu des coûts spécifiques associés à une prestation de distribution outre-mer et de ne pas y imposer une obligation systématique de desserte en l'absence d'éditeurs sollicitant une telle distribution. Ainsi, il est proposé que le distributeur soit en capacité de proposer une offre de distribution dans ces territoires d'outre-mer, à une tarification pouvant refléter les surcoûts spécifiques associés à une telle prestation si tant est qu'un éditeur lui en fasse la demande, que celui-ci souhaite recourir à une impression locale ou non.

Ainsi, l'existence d'un ou plusieurs distributeurs nationaux, permet de garantir que l'ensemble des zones du territoire seraient couvertes pour chacune des périodicités des journaux et publications périodiques distribués par ce ou ces distributeurs nationaux.

Disposition envisagée

La zone de couverture du distributeur de presse comprend l'ensemble du territoire national, incluant tous les départements métropolitains. Le distributeur propose une offre de distribution, à une tarification pouvant refléter les surcoûts spécifiques associés à une telle prestation, à tout éditeur qui souhaite distribuer ses titres dans les départements d'outre-mer.

Le distributeur assure une desserte non discriminatoire de l'ensemble des diffuseurs inscrits auprès de la Commission du réseau de la diffusion de la presse (CRDP) et présents dans cette zone de couverture.

A cette fin, le distributeur de presse respecte le schéma territorial, prévu à l'article 12 de la loi Bichet, sur lequel il s'est engagé dans sa demande d'agrément.

Question n° 3

Les modalités proposées d'une offre de distribution sur les départements d'outre-mer vous semblent-elles adaptées ?

D'autre part, s'agissant de la possibilité offerte par l'article 12 de la Loi Bichet de zones de couverture de « *parties cohérentes* » du territoire national, un distributeur (ci-après « distributeur infranational ») pourrait alors, dans le cadre de sa demande d'agrément, ne s'engager que sur une zone de desserte correspondant par exemple, à des demandes d'éditeurs souhaitant une distribution localisée.

Dans ces circonstances, l'Arcep souhaite connaître la vision des acteurs du secteur sur le besoin et l'opportunité de disposer de distributeurs ne desservant qu'une partie du territoire national.

Elle s'interroge, en outre, sur la meilleure manière de concilier l'existence de distributeurs infranationaux avec l'objectif de continuité territoriale mentionné aux articles 12 et 16 de la loi Bichet.

En effet, des candidats à l'agrément de distributeur de presse pourraient ne souhaiter s'engager dans leurs schémas territoriaux que sur une couverture infranationale se limitant aux seules zones les plus rentables ou les plus faciles à desservir, ce qui serait susceptible d'entraîner une rupture de la continuité territoriale de la distribution de la presse dans certaines zones du territoire national.

Question n° 4

Le cahier des charges doit-il permettre l'agrément de distributeurs de presse infranationaux ? Pourquoi ?

Le cas échéant, comment caractériser les parties « cohérentes » du territoire couvertes par les distributeurs infranationaux afin de répondre aux besoins de distribution des éditeurs tout en préservant la continuité territoriale de la distribution de la presse ?

En particulier, faut-il restreindre la taille de la zone de couverture d'un distributeur infranational ? Le cas échéant, selon quel(s) critères et avec quel(s) plafond(s) : nombre de départements, part de population, autre ... ? Faut-il intégrer des critères topologiques pour éviter les effets de type « enclaves » ?

Afin de limiter les risques d'interruption et, le cas échéant, la durée d'interruption, locale et *a fortiori* nationale, de la distribution de la presse, le distributeur doit établir et maintenir à jour un plan de continuité de la distribution de la presse. Ce plan vise à renforcer la résilience de son réseau de distribution logistique. Il décrit, avec un niveau de détail approprié, l'organisation, les moyens et les actions qu'il mettrait en œuvre pour pallier, dans les plus brefs délais, la défaillance d'acteurs impliqués dans l'exécution du schéma d'organisation logistique (transporteur, dépositaire, centre de traitement, etc.) supportant le schéma territorial sur lequel il s'est engagé.

Le distributeur transmet à l'Arcep toute évolution de son plan de continuité et fait également droit aux demandes de l'Arcep de s'en faire communiquer la version la plus à jour.

Par ailleurs, ce plan de continuité doit être transmis avec la demande d'agrément afin de permettre à l'Arcep d'apprécier la capacité d'une société candidate à l'agrément de distributeur de presse à assurer la continuité de la distribution de la presse selon le schéma territorial sur lequel elle s'engage.

Disposition envisagée

Le distributeur établit et maintient à jour un plan de continuité de distribution de la presse dans lequel il décrit l'organisation, les moyens et les actions qu'il mettrait en œuvre pour limiter les risques et, le cas échéant, la durée d'interruption de la distribution de la presse en cas de défaillance impliquant un ou plusieurs acteurs participant au schéma logistique supportant son schéma territorial. Il transmet toute évolution de son plan de continuité à l'Arcep et fait également droit aux demandes de l'Arcep de s'en faire communiquer la version la plus à jour.

En outre, ce plan de continuité de distribution de la presse fait partie des éléments à joindre dans le dossier de demande d'agrément..

Question n° 5

Quels éléments devraient être définis dans le plan de continuité d'un distributeur de presse ? Pourquoi ?

5 Approvisionnement des points de vente

5.1 Assortiment des titres de presse et quantités servies aux points de vente

La loi n° 2019-1063 du 18 octobre 2019 relative à la modernisation de la distribution de la presse a profondément modifié la loi Bichet en instituant un droit des éditeurs à être distribués dans les points de vente (ci-après les « diffuseurs » ou « kiosquiers ») de manière différenciée selon la nature des publications³ :

- droit général et inconditionnel pour les éditeurs de titres d'information politique et générale (IPG) ;
- droit s'exerçant dans les limites de règles d'assortiment et de détermination des quantités fixées par accord interprofessionnel pour les éditeurs de publications autres que d'IPG inscrites sur les registres de la Commission paritaire des publications et agences de presse (CPPAP) ;
- dans les autres cas, définition par convention, entre les éditeurs et les diffuseurs, des références et quantités servies aux points de vente.

Ce faisant, la réforme a tenu compte de la demande des diffuseurs de presse de pouvoir être associés et, dans certains cas, décisionnaires en ce qui concerne la liste des titres qu'ils commercialisent dans leurs kiosques ou leurs magasins et agir lorsque les quantités qu'ils reçoivent leur semblent excessives par rapport au potentiel de leur zone de chalandise.

L'Arcep considère que le distributeur, en tant qu'acteur situé au cœur de la filière, lié, en amont, aux éditeurs qui lui confient leurs titres et, en aval, aux diffuseurs auxquels il achemine les exemplaires et dont il collecte le produit des ventes, est le mieux placé pour garantir à l'ensemble de la filière que les titres et quantités acheminés à travers son réseau de distribution logistique respecteront bien les règles communes négociées par l'interprofession⁴ s'agissant des titres CPPAP et les termes des conventions passées entre éditeurs et diffuseurs.

Les titres et les quantités fournies aux points de vente répondant à des modalités de détermination spécifiques selon qu'ils ont un statut IPG, CPPAP hors IPG ou hors CPPAP, l'Arcep estime qu'il appartient au distributeur de s'assurer de la validité des statuts par rapport aux déclarations effectuées par les éditeurs et de conserver cette information dans son système d'information. Il est

³ Le rapport Schwartz, de juin 2018, remarquait que, sous l'empire de la loi de 1947 « [l]es détaillants [n'avaient] quasiment aucun contrôle sur la liste et les quantités de publications qu'ils reçoivent. Or, le droit à être distribué dans tous les points de vente n'est pas prescrit par la loi, qui prévoit, au contraire, la possibilité de constituer des assortiments de titres –sauf pour la presse d'information politique et générale, en raison de l'objectif de pluralisme, qui constitue un principe à valeur constitutionnelle. Cette situation conduit à des dysfonctionnements majeurs et des excès peu contrôlables : inflation du nombre de titres, volumes excessifs « poussés » dans le réseau, taux élevé d'invendus, dégradation des conditions d'exercice dans les points de vente » (M. Schwartz et F. Terrailot, « Dix propositions pour moderniser la distribution de la presse », juin 2018, p. 5 ; voir également même rapport pp. 29-30)

⁴ Ou à défaut d'accord, adoptées par l'Arcep.

donc essentiel que le référentiel des titres gérés par le distributeur dispose d'une information fiable et à jour concernant ce statut (cf. 6.2).

Disposition envisagée

Le distributeur vérifie le statut (IPG, CPPAP hors IPG, hors CPPAP) des journaux et publications qui lui sont confiées par leur éditeur avant de les distribuer et maintient cette information à jour dans son système d'information.

S'agissant des titres IPG, tel que le prévoit l'article 5 1° de la loi Bichet, le distributeur assure leur distribution, « *dans les points de vente et selon les quantités déterminées par les entreprises éditrices de ces publications* »

S'agissant des titres CPPAP hors IPG, le 2° de l'article 5 prévoit qu'ils « *sont distribués selon des règles d'assortiment des titres et de détermination des quantités servies aux points de vente définies par un accord interprofessionnel* » et que les diffuseurs « *ne peuvent s'opposer à la diffusion d'un titre qui leur est présenté dans le respect [de ces] règles d'assortiment et de quantité servies* ». En cas de carence des parties à conclure un tel accord, le 5° de l'article 18 dispose que, « *l'autorité définit les règles d'assortiment des titres et de détermination des quantités servies aux points de vente* ».

L'Arcep n'envisage pas d'imposer, au jour d'aujourd'hui, au travers du cahier des charges, aux distributeurs l'obligation de déterminer la liste des titres CPPAP assortis et les quantités servies pour chaque point de vente en application de ces règles dans la mesure où elle ne peut préjuger à qui l'interprofession déciderait d'attribuer ce rôle.

Toutefois, afin d'assurer de manière efficace à l'ensemble de la filière que les règles édictées seront respectées par tous, il est proposé que le distributeur s'assure de la conformité des flux transportés à ces règles, c'est-à-dire par rapport à l'information qui lui aura été transmise pour déterminer la liste des titres assortis et les quantités servies pour chaque point de vente :

- d'une part, vis-à-vis du diffuseur, en veillant à ne pas lui acheminer plus que ce que les règles prévoient et,
- d'autre part, vis-à-vis de l'éditeur, en lui transmettant les informations nécessaires lui permettant d'effectuer un réglage⁵ cohérent avec ces règles.

Pour les titres hors CPPAP et CPPAP non présents dans l'assortiment servi au diffuseur en application des règles prévues par le 2° de l'article 5 de la loi Bichet (ci-après « CPPAP non assortis »), l'Arcep propose que :

- le distributeur recueille auprès du diffuseur les références des titres et les quantités maximales correspondantes qu'il accepte de recevoir en application des conventions mentionnées au 3° de l'article 5 de la loi Bichet, ainsi que la mise à jour de ces informations (par exemple : modification du plafond de quantités servies, demandes de cessation de livraison d'un titre).

⁵ Action réalisée par l'éditeur visant à définir la diffusion de son ou ses titres de presse auprès des diffuseurs : il détermine les points de vente et les quantités qu'ils souhaite distribuer

Cette information pourrait également être recueillie auprès d'un représentant explicitement désigné par le diffuseur ;

- le distributeur transmet à l'éditeur ces informations pour qu'il les prenne en compte dans son réglage et veille à ce que les quantités livrées, pour les titres hors CPPAP et CPPAP non assortis, n'excèdent pas les plafonds transmis par chaque diffuseur.

Dans le cas où les quantités livrées ne correspondraient pas aux quantités prévues pour les titres CPPAP hors IPG, qu'ils soient assortis ou non, et hors CPPAP, le distributeur serait tenu de les récupérer dès que possible, en particulier sans attendre la date de relève des invendus.

Disposition envisagée

S'agissant des obligations vis-à-vis des diffuseurs, le distributeur met en place les outils et mécanismes permettant de s'assurer que les règles d'assortiment et de détermination des quantités servies auprès du diffuseur pour chaque catégorie de titre (IPG, CPPAP hors IPG, hors CPPAP) dans le cadre défini par l'article 5 de la loi Bichet sont bien respectées.

S'agissant des titres d'information politique et générale (IPG) :

- il assure la distribution des publications auprès des diffuseurs selon les quantités déterminées par les éditeurs.

S'agissant des titres CPPAP hors IPG assortis pour un diffuseur donné au titre de l'accord interprofessionnel mentionné au 2° de l'article 5 de la loi Bichet ou, le cas échéant, par la décision de l'Arcep prise en application du 5° de l'article 18 de la loi Bichet :

- il ne livre à ce diffuseur que les quantités prévues par les règles définies par l'accord interprofessionnel mentionné au 2° de l'article 5 de la loi Bichet ou, le cas échéant, par la décision de l'Arcep prise en application du 5° de l'article 18 de la loi Bichet, sous réserve que lui ait été transmises les informations nécessaires ;
- il récupère, dès que possible, à la demande du diffuseur, les exemplaires livrés ne correspondant pas aux termes de cet accord ou de l'éventuelle décision de l'Arcep susmentionnée.

S'agissant des titres hors CPPAP ou des titres CPPAP non assortis pour un diffuseur donné au titre de l'accord interprofessionnel mentionné au 2° de l'article 5 de la loi Bichet ou, le cas échéant, par la décision de l'Arcep prise en application du 5° de l'article 18 de la loi Bichet :

- il recueille auprès du diffuseur, ou du représentant qu'il a explicitement désigné pour cela, la liste des titres qu'il accepte ou n'accepte pas de recevoir ;
- il recueille auprès du diffuseur le plafond du nombre d'exemplaires qu'il accepte de recevoir pour chaque titre accepté, le met à jour et le met en œuvre dès que possible à compter de la demande ;
- il ne livre au diffuseur que les titres ayant fait l'objet d'un accord librement consenti, explicite et préalable du diffuseur, ou du représentant qu'il a explicitement désigné pour cela, dans des quantités inférieures au plafond spécifié par ce dernier ;
- il récupère, dès que possible, à la demande du diffuseur, les exemplaires fournis qui excèderaient l'accord du diffuseur, ou du représentant qu'il a explicitement désigné pour cela.

Question n° 6

Le dispositif de reprise des quantités fournies excédant les quantités prévues vous semble-t-il approprié ? Pourquoi ? Le cas échéant, que proposeriez-vous ?

Disposition envisagée

S'agissant des obligations vis-à-vis des éditeurs, le distributeur met en place les outils et mécanismes permettant aux éditeurs d'accéder aux informations les concernant s'agissant de l'application des règles définies par l'accord interprofessionnel mentionné au 2° de l'article 5 de la loi Bichet ou, le cas échéant, par la décision de l'Arcep prise en application du 5° de l'article 18 de la loi Bichet afin de leur permettre d'en tenir compte lorsqu'ils effectuent le réglage des quantités de leurs parutions.

Pour les titres hors CPPAP et les titres CPPAP hors IPG non assortis chez certains diffuseurs au titre de l'accord interprofessionnel mentionné au 2° de l'article 5 de la loi Bichet ou, le cas échéant, par la décision de l'Arcep prise en application du 5° de l'article 18 de la loi Bichet, il met en place les outils et mécanismes permettant aux éditeurs d'accéder aux informations les concernant sur, d'une part, les journaux et publications périodiques et, d'autre part, les plafonds de quantités acceptés par chaque diffuseur afin de leur permettre d'en tenir compte lorsqu'ils effectuent le réglage des quantités de leurs parution.

Il s'assure avant leur acheminement que, pour les titres CPPAP hors IPG et hors CPPAP, les quantités confiées par l'éditeur pour chaque point de vente n'excèdent pas les quantités maximales mentionnées aux deux alinéas précédents et, le cas échéant, ne prend pas en charge la distribution des exemplaires excédentaires à l'éditeur.

Question n° 7

Le dispositif d'information sur les titres et les quantités de l'éditeur que chaque diffuseur accepte vous paraît-il adapté pour que les éditeurs soient en mesure de respecter les règles d'assortiment et l'accord des diffuseurs ? Pourquoi ? Le cas échéant, que proposeriez-vous ?

Est-il envisageable que, malgré le dispositif d'information prévu, l'éditeur livre au distributeur des quantités excédentaires ? Le cas échéant, comment le distributeur devrait-il traiter ces excédents ? Voyez-vous des mesures incitatives à prévoir pour éviter que cette situation ne se produise ?

5.2 Première proposition de mise en service

Afin de prendre connaissance des nouveautés et de la diversité des titres de presse, les éditeurs ont la possibilité de proposer aux diffuseurs leurs titres hors CPPAP ainsi que leurs titres CPPAP hors IPG qui ne seraient pas assortis au titre de l'accord d'assortiment. L'article 5 de la loi Bichet précise que ces titres « font l'objet d'une première proposition de mise en service auprès du point de vente. Celui-ci est libre de donner suite ou non à cette proposition de distribution ».

Cette première proposition de mise en service peut être acceptée ou refusée par le diffuseur (ou le représentant qu'il aura explicitement désigné).

Par ailleurs, s'agissant d'une première présentation, il est efficace de confier au distributeur la responsabilité de s'assurer que cette possibilité n'est utilisée qu'une seule fois pour chaque titre qu'il distribue et pour chaque diffuseur.

Disposition envisagée

Le distributeur veille à ce qu'un diffuseur (ou le représentant qu'il aura explicitement désigné) ait exprimé son accord librement consenti, explicite et préalable avant de mettre en service chaque journal ou publication périodique ayant fait l'objet d'une première proposition de mise en service.

Le distributeur veille à ce que l'éditeur n'utilise le droit de première proposition de mise en service qu'une seule fois par titre et par point de vente.

Question n° 8

Comment envisagez-vous la mise en œuvre opérationnelle de cette première proposition de mise en service en termes d'échanges d'informations, de flux logistique et financier, depuis la demande de l'éditeur d'utiliser cette possibilité pour un titre jusqu'à l'accord ou le refus du diffuseur de donner suite à la proposition de distribution ?

Faut-il envisager un mécanisme pour s'assurer que les quantités livrées en première présentation sont raisonnables ? Pourquoi ? Le cas échéant, précisez quel type de mécanisme pourrait être mis en œuvre ?

5.3 Mécanisme de réapprovisionnement

Le réapprovisionnement, ou réassortiment, permet de livrer des exemplaires supplémentaires d'une parution commercialisée dans un point de vente afin d'éviter une rupture de stock avant la fin de sa période de mise en vente. Il contribue au maintien d'une offre disponible et ainsi à l'attractivité des points de vente, au bénéfice du lecteur.

Le diffuseur est à l'origine d'une telle demande s'il anticipe que les quantités d'un titre donné seront insuffisantes pour aller jusqu'à la fin de la mise en vente. Il doit alors avoir la possibilité de formuler, simplement, à partir des outils mis à disposition par le distributeur, une commande d'exemplaires supplémentaires d'une parution.

Dans un souci de transparence et de bonne gestion, il conviendrait que ce dernier accuse réception de celle-ci et, le cas échéant, que les motifs de refus (par exemple une absence de stock) soient dûment justifiés.

Un éditeur ou un distributeur qui disposerait des informations remontées par les systèmes de caisses informatisées d'un point de vente, devraient également être en mesure d'alerter le diffuseur s'il constate ou anticipe une pénurie et l'inviter à solliciter un réapprovisionnement approprié pour éviter ou résorber une rupture de stock. Un tel réapprovisionnement ne pourrait avoir lieu sans l'accord librement consenti, explicite et préalable du diffuseur (ou du représentant qu'il a désigné).

Disposition envisagée

Le distributeur met en œuvre un mécanisme permettant de réapprovisionner des parutions susceptibles d'être en rupture de stock avant la fin de la période de mise en vente.

Le réapprovisionnement d'une parution ne peut être déclenché sans l'accord librement consenti, préalable et explicite du diffuseur (ou du représentant qu'il a désigné), dans la limite du plafond de quantités sollicitées par le diffuseur.

Le distributeur accuse réception de la demande du distributeur, et, le cas échéant, motive les éventuels refus de réapprovisionnement.

En outre, le distributeur permet à chaque éditeur d'alerter un diffuseur si les données dont il dispose pour son point de vente lui permettent de constater pénurie ou d'anticiper une probable rupture de stock avant la fin de la période de mise en vente d'une de ses parutions.

Question n° 9

Que pensez-vous du mécanisme proposé ? Quelles mesures permettraient selon vous de rendre le mécanisme de réapprovisionnement plus efficace ?

5.4 Mécanisme de commande de parution

Selon un mécanisme comparable à celui du réapprovisionnement, il est proposé que le diffuseur ait la possibilité de commander à titre exceptionnel des exemplaires de certaines parutions pendant leur période de vente pour des titres non commercialisés par le point de vente.

Disposition envisagée

Le distributeur propose un mécanisme permettant à un diffuseur de demander à recevoir des parutions d'un journal ou d'une publication périodique qui n'est pas ou plus commercialisée régulièrement dans son point de vente. Le diffuseur précise le nombre d'exemplaires maximal qu'il souhaite recevoir.

Il répond au diffuseur à cette demande et, le cas échéant, précise les raisons d'un éventuel refus.

Cette commande ne vaut que pour la parution demandée et n'entraîne pas, en elle-même, sauf accord explicite du diffuseur, une demande de mise en service régulière du journal ou de la publication concernée.

5.5 Exemplaires invendus à l'issue de la période de mise en vente des parutions

La reprise des invendus fait partie intégrante du service logistique d'un distributeur de presse. Afin que le diffuseur puisse anticiper et préparer sa reprise d'invendus, il est nécessaire que le distributeur, dès la livraison des fournis, l'informe de la date de reprise, celle-ci devant intervenir immédiatement après la fin de mise en vente.

D'après les chiffres publiés par le conseil supérieur de messageries de presse (CSMP) portant sur les trois premiers trimestres 2019, le taux d'invendus de la presse, toutes périodicités confondues, se situe aux alentours de 50%, avec des disparités très fortes en fonction des titres. Bien qu'incontournables pour proposer une offre de presse variée et largement disponible sur le territoire, les invendus constituent une charge pour la filière (distributeurs et diffuseurs) notamment en termes de manutention, de volumes à transporter, de stockage et de recyclage qu'il apparaît souhaitable de maîtriser pour améliorer l'efficacité de la filière et réduire son impact environnemental.

Dans cette optique, il convient pour le distributeur de mettre en place un processus de collecte des invendus auprès des diffuseurs et d'acheminement jusqu'à un centre de recyclage pour les exemplaires que les éditeurs ne souhaitent pas récupérer. En outre, afin de donner les bonnes incitations aux éditeurs, il convient que les distributeurs leur fassent supporter les coûts

qu'engendrent la collecte et le traitement de leurs invendus, par exemple, au travers d'une prestation spécifique, facturée aux éditeurs à un tarif en lien avec les coûts supportés par le distributeur.

Disposition envisagée

Le distributeur informe le diffuseur au plus tard le jour de la livraison d'une parution de la date de fin de mise en vente de celle-ci.

Dès l'issue de la période de mise en vente d'une parution, il reprend dès que possible les invendus de chaque diffuseur.

S'agissant des exemplaires invendus que l'éditeur ne souhaite pas récupérer, le distributeur fournit à l'éditeur une prestation, qui lui est facturée, de recyclage des exemplaires invendus.

La mise en place de cette prestation n'exclut pas la mise en place, par le distributeur, d'une prestation optionnelle de collecte et de remise à l'éditeur des invendus que ce dernier souhaite récupérer et non détruire.

Ces prestations sont facturées aux éditeurs à des tarifs en lien avec les coûts supportés par le distributeur.

Question n° 10

Pensez-vous qu'il soit nécessaire de préciser davantage les délais de reprise des invendus par le distributeur ? Pourquoi et, le cas échéant, de quelle manière ?

Quels sont les besoins en matière de traçabilité des invendus ? Pourquoi ?

Quelles sont vos propositions en matière d'amélioration du circuit de traitement des invendus ?

Avez-vous des propositions à formuler en termes d'incitation à maîtriser les volumes d'invendus ?

En outre, afin de pouvoir continuer à suivre l'évolution des invendus engendrée par la filière et l'effet des mesures mises en œuvre, il convient pour les diffuseurs de publier régulièrement des indicateurs sur les invendus des différentes périodicités qu'ils distribuent selon des modalités sur lesquelles l'Arcep souhaite obtenir des propositions des acteurs.

Disposition envisagée

Le distributeur doit mesurer, pour l'ensemble des journaux et publications périodiques et pour chaque périodicité de publication (quotidien, hebdomadaire, bimensuel, mensuel, bimestriel, trimestriel, hors-série), le taux d'invendus défini de manière suivante :

$$\text{Taux d'invendus} = (\text{Nombre d'exemplaires fournis par l'éditeur au distributeur} - \text{Nombre d'exemplaires vendus par les diffuseurs}) / (\text{Nombre d'exemplaires fournis par l'éditeur au distributeur})$$

Ces indicateurs doivent être mesurés tous les [trimestres, semestres, ans], publiés en accès libre sur son site internet, au plus tard [un, trois] mois après la fin de la période considérée, en conservant un historique sur [2 / 3 / 5] années.

Sont considérés pour calculer les indicateurs de chaque période, les parutions dont la date de relève des invendus chez les diffuseurs est comprise dans la période considérée, quelle que soit la date de début de

mise en vente de ces parutions.

Le distributeur transmet à l'Arcep le nombre d'exemplaires fournis et le nombre d'exemplaires vendus agrégés par périodicité des parutions dont la date de relève des invendus chez les diffuseurs est comprise dans la période considérée afin de lui permettre de reconstituer les taux d'invendus du secteur et, le cas échéant, de les publier.

Question n° 11

Selon vous, quelles sont les modalités (en gris dans la disposition envisagée) de publication de ces indicateurs les plus appropriées ?

6 Système d'information

6.1 Contribution aux travaux sectoriels

Les distributeurs ont développé leurs propres systèmes d'information afin de piloter leurs activités logistique et financière. Or, ces systèmes d'information (SI) contiennent des données d'une importance majeure, voire indispensables, pour l'ensemble de la filière dont certains acteurs y accèdent quotidiennement tels que les éditeurs, les diffuseurs ou les prestataires tiers à qui un ou plusieurs distributeurs confient la prise en charge locale de tout ou partie des flux logistiques et financiers avec les diffuseurs.

Avec l'augmentation du nombre de distributeurs agréés permise par la loi Bichet après publication du décret fixant le cahier des charges mentionné à l'article 12 de cette même loi, les acteurs risquent de souffrir d'inefficacités liées à la nécessité de se connecter et d'utiliser plusieurs systèmes d'informations distincts, comportant chacun leurs logiques, leurs formats de données et leurs moyens d'identification propres.

Afin de limiter ces inefficacités subies par ces acteurs, il convient d'inciter les distributeurs à harmoniser, voire à mettre en commun, les formats de données et leurs interfaces des systèmes utilisés par les acteurs qui, tels que les diffuseurs ou les prestataires tiers communs à plusieurs distributeurs, doivent s'interfacer avec ou tout ou partie des distributeurs agréés.

L'évolution des systèmes d'information ne pourra être immédiate et nécessitera des échanges entre les acteurs de la filière que l'Arcep souhaite encourager.

Disposition envisagée

Le distributeur participe de bonne foi à la mise en place et aux travaux de réflexion, de spécification et de mise en œuvre relatifs à l'harmonisation ou la mutualisation de certains systèmes d'information de filière, en particulier ceux utilisés avec les diffuseurs et les prestataires externes susceptibles de réaliser des prestations pour plusieurs distributeurs.

Question n° 12

Quelles sont selon vous les interfaces de système d'information qui ont besoin de faire l'objet d'une

6.2 Référentiels de données maintenus par les distributeurs

Au-delà des données nécessaires à l'exercice de leurs activités logistiques et financières de distributeur de presse, les systèmes d'information (SI) des distributeurs contiennent des données d'une importance majeure, voire indispensables pour l'activité quotidienne des diffuseurs et des éditeurs. Ces systèmes représentent pour eux une source d'information majeure et constituent une interface d'échange privilégiée avec les distributeurs.

Il s'agit notamment des informations relatives aux journaux et publications périodiques distribués et aux points de vente. Ces bases sont consultées quotidiennement, elles sont nécessaires aux activités respectives des utilisateurs et doivent être accessibles aisément, sans que les utilisateurs n'aient à multiplier les connaissances fonctionnelles sur les différents SI.

En outre, il apparaît nécessaire, pour les diffuseurs et les éditeurs, que certaines informations soient disponibles et normalisées dans le système d'information du distributeur afin de pouvoir être exportées, analysées voire transmises à des tiers de leur choix.

Disposition envisagée

Le distributeur exploite et maintient à jour les bases de données suivantes, en ce qui concerne les titres dont l'éditeur lui a confié la distribution :

1. Référentiel des journaux et publications périodiques distribués au cours des 24 derniers mois comportant pour chacun les informations suivantes :
 - désignation / titre
 - éditeur
 - codification
 - périodicité
 - statut (IPG, CPPAP hors IPG, hors CPPAP)
 - le cas échéant, si CPPAP :
 - numéro CPPAP
 - date d'échéance de l'agrément CPPAP en vigueur
 - le cas échéant, si IPG :
 - date d'échéance de l'agrément IPG en vigueur
 - statut de mise en service de chaque point de vente
 - Pour chaque parution distribuée au cours des 24 derniers mois (y compris après départ du journal ou de la publication périodique chez un autre distributeur)
 - numéro de la parution
 - valeur du code à barres
 - type : normal, spécial ou hors-série
 - prix
 - dates de début et de fin de mise en vente
 - date de relève des invendus (prévisionnelle si future, effective si passée)

- Pour chaque point de vente :
 - quantités fournies
 - quantités vendues
 - quantités invendues
 - chiffre d'affaires de détail

2. Référentiel des points de vente :

- référence / numéro d'identification
- adresse et coordonnées
- département
- type de point de vente
- surface de vente dédiée à la presse (en mètres linéaires développés et en nombre de parutions commercialisables à chaque instant)
- jours et horaires d'ouverture, les congés et jours de fermeture
- si le point de vente est équipé en caisses et logiciels connectés et, le cas échéant, ses références

Ces référentiels sont intégrés aux outils informatiques proposés spécifiquement aux diffuseurs et aux éditeurs.

Question n° 13

Ces informations vous semblent-elles adaptées aux besoins des distributeurs et de la filière ? Pourquoi ? Le cas échéant, quelles modifications proposeriez-vous ?

6.3 Interfaces informatiques et portails en ligne pour les diffuseurs

Au sein de son système d'information, le distributeur développe des outils et interfaces permettant les échanges avec les diffuseurs. Il s'agit typiquement des outils *Portail diffuseurs* et *Omega* proposés aujourd'hui respectivement par France Messagerie et MLP. L'Arcep estime que les diffuseurs doivent pouvoir disposer d'outils leur permettant d'effectuer la plupart de leurs demandes de gestion courantes et d'accéder aux informations nécessaires à leur activité.

Elle estime également nécessaire que les diffuseurs disposent pour pouvoir piloter leur activité d'une visibilité sur l'historique de leur activité avec, notamment, les ventes réalisées et les revenus générés.

Comme mentionné dans la partie 6.2, l'Arcep invite les distributeurs à mener des travaux afin de proposer aux diffuseurs des interfaces harmonisées et des portails communs.

Disposition envisagée

Le distributeur propose des interfaces informatiques ou des portails en ligne sécurisés permettant aux

diffuseurs de dialoguer avec le distributeur et d'avoir accès à des bases d'information nécessaires à leur activité.

Sans préjuger des technologies utilisées, le distributeur fournit, *via* un accès en ligne et *via* des interfaces logicielles (API), à chaque diffuseur :

- un accès aux données le concernant au sein du référentiel des titres distribués ;
- un accès, pour son point de vente, à l'historique des exemplaires fournis et vendus de chaque parution au cours des 24 derniers mois ainsi que du chiffre d'affaires mensuel et de la commission générée ;
- un moyen de transmettre des demandes de gestion courantes (mise en services, quantités servies, réapprovisionnement, restitution des exemplaires, etc.) ;
- un moyen d'ouvrir des tickets de réclamation et de suivre leur traitement par le distributeur.

Question n° 14

Pensez-vous que les obligations proposées sont adaptées pour permettre au diffuseur :

- d'effectuer ses demandes les plus courantes auprès du distributeur ? En voyez-vous d'autres ?
- de disposer des bonnes informations pour mener à bien son activité ?
- de disposer d'un historique leur permettant d'avoir une bonne visibilité sur leur activité ? Une profondeur de 24 mois vous semble-t-elle être un bon niveau ?

Précisez les raisons de vos réponses et, le cas échéant, les modifications à apporter.

6.4 Interfaces informatiques et portails en ligne pour les éditeurs

De même, le distributeur propose également des outils et interfaces spécifiques aux éditeurs nécessaires à leur activité.

Disposition envisagée

Le distributeur propose des outils informatiques sécurisés permettant aux éditeurs de dialoguer avec lui et d'avoir accès à des bases d'information nécessaires à leur activité.

Sans préjuger des technologies utilisées, il fournira, *via* un accès en ligne et *via* des interfaces logicielles (API), des outils informatiques permettant notamment à chaque éditeur :

- d'accéder au référentiel des points de vente ;
- d'accéder aux données de ventes disponibles sur ses publications en cours de mise en vente ;
- d'accéder, pour ses publications, à l'historique des exemplaires fournis et vendus de chaque parution au cours des 24 derniers mois en précisant le détail du chiffre d'affaires mensuel généré, ainsi que les coûts de distribution du distributeur, d'une part, et des diffuseurs, d'autre part ;
- d'accéder aux informations lui permettant de définir le réglage des titres qu'il souhaite distribuer et, en particulier, les quantités maximales par point de vente pour les titres CPPAP hors IPG et hors CPPAP ;
- de transmettre le réglage de leurs titres ;
- d'effectuer un suivi logistique de toute parution confiée au distributeur ;

- de récupérer les données détenues par le distributeur sur une publication dans le cadre de la portabilité des données;
- d'ouvrir des tickets de réclamation et de suivre leur traitement par le distributeur.

Question n° 15

Pensez-vous que les obligations proposées sont adaptées pour permettre au diffuseur :

- d'effectuer ses demandes les plus courantes auprès du distributeur ? En voyez-vous d'autres ?
- de disposer des bonnes informations pour mener à bien son activité ?
- de disposer d'un historique leur permettant d'avoir une bonne visibilité sur leur activité ? Une profondeur de 24 mois vous semble-t-elle être un bon niveau ?

Précisez les raisons de vos réponses et, le cas échéant, les modifications à apporter.

6.5 Open data

Les diffuseurs ont chacun des assortiments différents sur leurs points de vente, ainsi, un lecteur qui recherche un journal ou une publication précise n'aura pas la garantie de le trouver dans son point de vente de proximité. Afin d'aider le lecteur à localiser aisément dans quel point de vente se trouve le titre qu'il cherche, il est proposé que les distributeurs partagent cette information en open data.

Ainsi, chaque distributeur mettrait alors à disposition, en accès libre et dans un format facilement exploitable la liste de l'ensemble des parutions qu'il a livrées à chacun des points de vente. Cette information pourrait être exploitée par des tiers, éditeurs de solutions numériques par exemple, et pourraient développer des applications pour rechercher un titre.

Disposition envisagée

Le distributeur fournit sur son site internet, en accès libre, dans un format ouvert et facilement exploitable, les données relatives à la disponibilité dans chaque point de vente des parutions, dont l'éditeur lui a confié la distribution. Les données rendues publiques sont les suivantes :

- désignation et adresse des points de vente desservis ;
- pour chaque point de vente :
 - liste des parutions servies par le distributeur.

Question n° 16

Estimez-vous qu'il soit utile de publier ces informations en open data pour qu'elles puissent faire l'objet de réutilisation par des tiers ? Quelles réutilisations vous semblent possibles / souhaitables ?

Identifiez-vous des difficultés liées à cette proposition ?

Pensez-vous qu'il faille étendre les informations ainsi mises à disposition ? Si oui, quelles données seraient concernées et pour quelles raisons ?

7 Collecte du produit des ventes par le distributeur

Les distributeurs de presse proposent une prestation permettant aux éditeurs clients de percevoir le produit de leurs ventes. Vis-à-vis des diffuseurs, la collecte du produit des ventes de chaque parution repose actuellement sur deux flux financiers :

- un premier flux correspondant à la facturation des exemplaires fournis aux diffuseurs au début de la période de vente, avec un délai de paiement lié à la périodicité de la parution (règlement immédiat pour les périodicités inférieures à mensuelle et jusqu'à 11 semaines de règlement différé pour les trimestriels)⁶ ;
- un second flux correspondant au remboursement des exemplaires invendus restitués par le diffuseur.

Pour les diffuseurs, ce dispositif engendre de nombreux flux et une comptabilisation complexe à suivre.

Par ailleurs, la remontée du produit des ventes peut être tardive, pour les périodicités longues notamment, puisqu'il est nécessaire d'attendre la fin de la période de mise en vente pour en effectuer la comptabilisation. C'est la raison pour laquelle les distributeurs ont mis en place un système d'avance de trésorerie au bénéfice des éditeurs.

Une telle complexité rend difficile la prévisibilité des mouvements financiers pour l'ensemble des acteurs de la filière (et en particulier les diffuseurs de presse) et peut conduire à une déconnexion temporelle importante entre prestation et rémunération. Elle est également source de frais financiers.

La modernisation de la chaîne de distribution, et notamment la mise en place de systèmes informatisés qui couvrent une large part des activités du distributeur ou les caisses connectées présentes chez un nombre croissant de diffuseurs, permet désormais d'envisager d'autres systèmes de collecte du produit des ventes.

Ainsi, afin de simplifier et renforcer l'efficacité du système de remontée des ventes, il convient que le distributeur permette, à compter d'une échéance qui sera précisée à l'issue de la consultation publique, aux diffuseurs qui le souhaitent d'opter sans surcoût pour un système de collecte des ventes dont les flux de facturation ne seraient basés que sur les ventes effectivement réalisées, tout en permettant aux diffuseurs satisfaits du système actuel de le conserver.

Une telle facturation basée sur le produit réel des ventes pourrait être faite soit à l'issue de la période de vente, soit en cours de vente en exploitant les données de ventes transmises par les systèmes de caisses des diffuseurs qui en disposent.

Disposition envisagée

A compter du **XX/XX/202X**, le distributeur permet à tout diffuseur d'opter sans surcoût pour un système de remontée du produit des ventes dont chaque flux de facturation est basé exclusivement sur les ventes réelles de son point de vente.

Les ventes réelles peuvent notamment être déterminées :

- à l'issue de la période de mise en vente, par différence entre les quantités fournies et les

⁶ Décision n° 2013-02 du Conseil supérieur des messageries de presse (CSMP)

quantités invendues ;

- au cours de la période de mise en vente, via les informations transmises par les systèmes de caisse des diffuseurs équipés de matériel compatible complétés par une éventuelle régularisation à l'issue de la période de mise en vente par différence entre quantités fournies et quantités invendues.

Question n° 17

Selon vous, quelle est l'appétence des diffuseurs pour basculer d'un système de facturation basé sur les seules ventes réelles ? Pourquoi ?

A quelle échéance vous semble-t-il envisageable / souhaitable de permettre aux diffuseurs d'opter pour un système de facturation basé sur les ventes réelles ? Pourquoi ?

Plus généralement, avez-vous d'autres propositions pour améliorer l'efficacité de la collecte du produit des ventes ?

8 Portabilité des données

L'article 12 de la loi Bichet indique que le cahier des charges « *fixe également les conditions dans lesquelles les sociétés candidates garantissent le droit des éditeurs à la portabilité des données les concernant* ». L'Arcep estime qu'avec cette disposition, l'éditeur peut, à tout moment, demander au distributeur de lui transmettre les données le concernant.

Il pourrait s'agir notamment de l'historique, pour chaque parution confiée par l'éditeur au distributeur, des quantités fournies, vendues et invendues ainsi que du chiffre d'affaires réalisé au sein de chaque point de vente où la parution a été diffusée. Ces données pourraient être obtenues en permettant à l'éditeur d'exporter les données de ses titres présentes dans le « Référentiel des journaux et publications périodiques distribués au cours des 24 derniers mois » décrit dans la partie 6.2.

Afin que ces données puissent être exploitables par l'éditeur, l'Arcep estime que le distributeur doit les lui délivrer dans un format ouvert et facilement exploitable. Il s'agit généralement de fichier texte dont le format permet d'identifier séparément chaque donnée, par exemple : CSV, JSON, XML.

Par ailleurs, si jamais les données récupérées par l'éditeur devaient être transmises à un tiers, par exemple pour la certification des données de ventes auprès d'annonceurs ou l'élaboration d'un palmarès des titres, l'Arcep estime qu'il convient d'éviter que l'éditeur par lequel transite les données ne puisse modifier les données à son profit avant de les transmettre.

En conséquence, il est demandé au distributeur de mettre en place un mécanisme permettant à un tiers de vérifier l'intégrité des données qui lui auraient été remises par un éditeur afin d'éviter que ces données ne puissent être tronquées ou altérées.

Disposition envisagée

Le distributeur fait droit gratuitement aux demandes de tout éditeur de bénéficier de la portabilité de l'ensemble des données qu'il détient concernant les journaux et publications périodiques qu'il distribue ou a distribué.

Ces données sont transmises dans un format ouvert et exploitable, conforme, le cas échéant, à une spécification sectorielle.

Le distributeur fournissant ces données doit, en outre, compléter cette fourniture par un mécanisme garantissant l'intégrité de ces données et pouvant être vérifié par un tiers à qui seraient transmises ces données.

9 Suivi de la qualité de service

La qualité du service proposé par le distributeur est primordiale pour les utilisateurs. Le niveau de qualité des prestations peut être évalué à travers des indicateurs mis en place par l'ensemble des distributeurs, sur des thématiques précises telles que, par exemple, la performance logistique.

Ainsi, afin de permettre aux éditeurs de disposer des informations sur la qualité des prestations délivrées par le distributeur, l'Arcep envisage d'imposer à chaque distributeur l'obligation de mesurer et de publier régulièrement des indicateurs de qualité de service. Une telle publication incite les distributeurs à améliorer leur performance et leur efficacité dans une logique de régulation par la donnée. Elle permet également aux éditeurs de faire un choix éclairé de leur distributeur de presse.

Les indicateurs de qualité de service mesurés pourraient notamment porter sur l'efficacité des processus logistiques (par exemple : délais de livraison, écarts entre volumes prévus et réellement acheminés, etc.) et financiers (par exemple : délais de paiement, erreur sur les montants, etc.) supportant les prestations délivrées par le distributeur ainsi que la qualité de la relation commerciale (par exemple : taux et délais de prise en compte des demandes de gestion, modalités de traitement des réclamations, etc.).

Il est proposé que le principe d'une publication d'indicateurs de qualité de service et les thématiques sur lesquelles ils portent soit prévu dans le cahier des charges et de confier à une décision de l'Arcep, adoptée dans les conditions prévues à l'article 21 de la loi Bichet, la définition précise des indicateurs, leurs modalités de calcul, leurs modalités de transmission et leurs modalités de publication.

Disposition envisagée

Le distributeur mesure et publie, en accès libre sur son site internet, la valeur d'indicateurs de qualité de service définis par une décision de l'Arcep adoptée dans les conditions de l'article 21 de la loi Bichet. Cette décision précise les périodes de mesures, la fréquence de publication ainsi que le périmètre géographique des mesures, qui ne peut être inférieur à la maille départementale, des indicateurs qu'elle définit.

Question n° 18

Quelles sont vos suggestions d'indicateurs à mesurer en priorité ? Pour quelles raisons ?

10 Efficacité, transparence et non-discrimination

10.1 Publication des conditions techniques tarifaires et contractuelles des prestations

Afin de répondre aux objectifs de transparence et de non-discrimination prévus à l'article 12 de la loi Bichet, il convient que le distributeur permette à ses clients et à ses clients potentiels d'accéder facilement aux conditions techniques, tarifaires et contractuelles des services qu'il propose. Dès lors qu'une prestation est proposée à un éditeur ou un diffuseur, même si elle n'a qu'un lien indirect avec la distribution de la presse, celle-ci doit être intégrée aux conditions techniques, tarifaires et contractuelle ; l'Arcep rappelle ainsi que la notion de prestations dites hors barèmes n'est pas pertinente.

Pour répondre aux objectifs de transparence et de non-discrimination, l'Arcep estime que les conditions techniques tarifaires et contractuelles des prestations des distributeurs doivent être publiées et accessibles sans restriction sur le site internet du distributeur et y rester pendant une durée de deux ans après la fin de leur validité.

Disposition envisagée

Le distributeur rend accessible publiquement et sans restriction sur son site internet les conditions techniques, tarifaires et contractuelles de l'ensemble de ses prestations relatives à la distribution de titres de presse en vigueur et les y maintient pendant une durée de deux ans après la fin de leur validité.

Question n° 19

Pensez-vous qu'il soit nécessaire de publier d'autres informations en lien avec les conditions techniques, tarifaires et contractuelles ? Pour quelle durée ?

10.2 Vérification de l'application effective des conditions techniques tarifaires et contractuelles des prestations

La décision n° 2017-01 du Conseil supérieur des messageries de presse dispose notamment que « *les sociétés coopératives de messagerie de presses, ainsi que les entreprises commerciales auxquelles elles ont délégué des opérations de groupage et des distribution en application de l'article 4 de la loi du 2 avril 1947 susvisée, sont tenues de confier à leurs commissaires aux comptes une mission de contrôle de l'application effective des barèmes tarifaires adoptés selon les modalités prévues à l'article 12 de cette même loi* ».

Afin de s'assurer du respect par les distributeurs de leur obligation de transparence et de non-discrimination, il convient de maintenir cette obligation tout en l'adaptant pour qu'elle soit applicable à l'ensemble des futurs distributeurs agréés pour la distribution de la presse.

Le distributeur missionnera ses commissaires aux comptes afin de s'assurer que les recettes du distributeur correspondent bien à l'application des conditions techniques, tarifaires et contractuelles en vigueur. Il s'agira notamment de s'assurer qu'aucun éditeur ne bénéficie de prestations ou de

conditions tarifaires non prévues par les conditions techniques, tarifaires et contractuelles publiées et en vigueur.

Disposition envisagée

Le distributeur fait certifier chaque année par ses commissaires aux comptes que seules les conditions techniques, tarifaires et contractuelles en vigueur sont appliquées à ses clients.

Ceux-ci vérifient notamment la conformité des recettes au regard des conditions techniques tarifaires et contractuelles en vigueur des prestations réalisées par le distributeur et s'assurent qu'aucun éditeur ne bénéficie de conditions particulières, en dehors de celles publiées par le distributeur.

Le distributeur communique à l'Arcep les conclusions complètes produites à ce titre par ses commissaires aux comptes.

10.3 Prévisions budgétaires

Afin d'assurer la continuité de la distribution de la presse dans un contexte en évolution rapide, les distributeurs de presse doivent fonder leur activité sur des trajectoires budgétaires aboutissant à l'équilibre des comptes.

Dans ces conditions, il est proposé que les distributeurs transmettent à l'Arcep avant la fin de chaque année, leurs prévisions budgétaires pour l'année suivante (« N+1 ») avec les hypothèses structurantes et les mesures correctives envisagées pour maintenir l'équilibre économique en cas de variation des hypothèses. Cette transmission s'accompagnerait d'une projection préliminaire de leur plan d'affaires pour les deux années suivantes (« N+2 » et « N+3 »).

En outre, afin de permettre la comparaison entre la situation constatée de l'année en cours avec les prévisions de l'année précédente, le distributeur transmettrait à l'Arcep de manière concomitante une actualisation de la situation budgétaire de l'année en cours en expliquant, le cas échéant, les écarts par rapport aux prévisions de l'année précédente.

Disposition envisagée

Le distributeur est tenu de transmettre à l'Arcep au plus tard le 30 octobre de chaque année (année « N ») :

- une prévision budgétaire détaillée et étayée (compte de résultat, flux de trésorerie, structure de financement tels qu'apparaissant dans le bilan) pour l'année suivante (année « N+1 ») avec une présentation détaillée des hypothèses structurantes, l'analyse des conséquences que pourrait avoir sur la prévision budgétaire une variation de ces hypothèses ainsi qu'une description des actions qui s'imposeraient, en pareille circonstance, pour préserver l'équilibre économique du distributeur ;
- une projection préliminaire du plan d'affaires pour les deux années suivantes (années « N+2 » et « N+3 ») ;
- une actualisation de la situation budgétaire (compte de résultat, flux de trésorerie, structure de financement tels qu'apparaissant dans le bilan) pour l'année en cours (année « N ») en expliquant de manière détaillée et étayée les raisons des écarts constatés, le cas échéant, par rapport aux prévisions transmises l'année précédente.

10.4 Prestataires externes

Le distributeur a la possibilité de déléguer une partie de prestations à une ou plusieurs sociétés tierces, notamment à des dépositaires.

La comptabilité du distributeur devra dans ce cas permettre d'identifier précisément les charges et modalités de rémunérations relatives aux prestataires externes afin de permettre à l'Arcep d'effectuer l'examen des conditions techniques, tarifaires et contractuelles du distributeur. Le distributeur est responsable, y compris lorsqu'il a recours à des prestataires externes, de l'application d'une tarification respectant les principes énoncés au 2° de l'article 18 de la loi Bichet.

Disposition envisagée

Le distributeur peut avoir recours pour l'exercice de son activité à une ou plusieurs sociétés tierces. Il conclut avec elles des conventions qui garantissent le maintien des obligations définies par la loi Bichet et le présent cahier des charges. Le distributeur reste seul responsable de l'exécution de ces obligations.

Dans ce cas, il organise sa comptabilité de sorte que l'Arcep puisse effectivement réaliser la vérification de ses conditions tarifaires et il s'assure que les principes de rémunération des prestataires externes sont conformes aux principes tarifaires énoncés au 2° de l'article 18 de la loi Bichet.

11 Procédure de demande d'agrément

Disposition envisagée

✕ Modalités de dépôt de la demande :

L'agrément fait l'objet d'une demande rédigée en français, adressée à l'Arcep par lettre recommandée avec demande d'avis de réception ou via l'interface de saisine par voie électronique mise à disposition par l'Arcep.

✕ Contenu de la demande :

La demande comporte les informations suivantes :

1° Informations relatives au demandeur :

- a) L'identité du demandeur (dénomination, siège social, immatriculation au registre du commerce et des sociétés ou au répertoire des métiers, statuts) ;
- b) La composition du capital ;
- c) Présentation des personnes physiques ou morales détenant plus de 5% du capital ou des droits de vote ;
- d) Les comptes sociaux annuels des deux derniers exercices si existants ;
- e) La description des autres activités exercées par le demandeur ou le groupe auquel il est rattaché ;
- f) L'information sur les accords de partenariat industriel, commercial et financier conclus dans le domaine des activités de la distribution de la presse et la description des accords envisagés pour l'activité

faisant l'objet de la demande ;

g) Une attestation de versement de cotisations, délivrée par les organismes compétents, prouvant que le demandeur a satisfait à ses obligations sociales.

2° Description des caractéristiques logistiques et financières du projet faisant l'objet de la demande :

a) La nature, les caractéristiques et la zone de couverture géographique que propose de couvrir le candidat, le schéma territorial sur lequel il s'engage ainsi que le plan de continuité de distribution de la presse associé ;

b) Le calendrier détaillé de mise en service de l'activité de distribution ;

c) Les modalités d'exercice ou de sous-traitance.

3° Description des autres caractéristiques du projet (commerciales notamment) ;

4° Informations justifiant la capacité technique à réaliser le projet ;

5° Informations justifiant la capacité financière à réaliser le projet, portant sur une période d'au moins trois années suivant la délivrance de l'agrément et mentionnant le plan d'affaires, les investissements et les financements prévus.

⌘ Examen des demandes

Dès qu'elle reçoit une demande d'agrément, l'Arcep en accuse réception.

Si la demande est incomplète, elle en informe le demandeur dans un délai de deux mois par lettre recommandée avec demande d'avis de réception et l'invite à transmettre les informations manquantes.

L'octroi de l'agrément fait l'objet d'une décision expresse de l'Arcep qu'elle publie sur son site internet [et au Journal Officiel de la République française].

⌘ Mise à jour postérieure à l'agrément

Conformément à l'article 19 de la loi Bichet, toute modification apportée aux informations fournies à l'appui de la demande d'agrément, notamment tout changement significatif dans sa situation financière, est communiquée par le distributeur à l'Arcep dans un délai d'un mois à compter de l'acte ou de la circonstance ayant donné un fondement légal à cette modification.

Le distributeur est tenu de faire droit, sous un délai d'un mois, à toute demande de l'Arcep de lui transmettre une version mise à jour des éléments constituant son dossier de demande d'agrément.

En cas de modification du cahier des charges au vu duquel il a été délivré, le titulaire de l'agrément est invité, dans un délai raisonnable, à se conformer aux nouvelles prescriptions qu'il comporte.

Question n° 20

Merci de faire part de toute remarque ou suggestion qui vous semble pertinente sur l'ensemble des propositions contenues dans ce document.

Synthèse des questions

Question n° 1

Voyez-vous d'autres prestations, autres que les prestations de type logistique et financier, qui devraient nécessairement, selon vous, être proposées par les distributeurs de presse ? Le cas échéant en préciser les raisons.

Question n° 2

Quelles doivent être, selon vous, les obligations des distributeurs concernant le choix des périodicités à prendre en charge :

- liberté de choisir les périodicités prises en charge ;
- obligation de prendre en charge toute publication de périodicité hebdomadaire ou supérieure dès lors qu'une périodicité hebdomadaire ou supérieure est distribuée ;
- autre : préciser.

Pour quelles raisons ?

Question n° 3

Les modalités proposées d'une offre de distribution sur les départements d'outre-mer vous semblent-elles adaptées ?

Question n° 4

Le cahier des charges doit-il permettre l'agrément de distributeurs de presse infranationaux ? Pourquoi ?

Le cas échéant, comment caractériser les parties « cohérentes » du territoire couvertes par les distributeurs infranationaux afin de répondre aux besoins de distribution des éditeurs tout en préservant la continuité territoriale de la distribution de la presse ?

En particulier, faut-il restreindre la taille de la zone de couverture d'un distributeur infranational ? Le cas échéant, selon quel(s) critères et avec quel(s) plafond(s) : nombre de départements, part de population, autre ... ? Faut-il intégrer des critères topologiques pour éviter les effets de type « enclaves » ?

Question n° 5

Quels éléments devraient être définis dans le plan de continuité d'un distributeur de presse ? Pourquoi ?

Question n° 6

Le dispositif de reprise des quantités fournies excédant les quantités prévues vous semble-t-il approprié ? Pourquoi ? Le cas échéant, que proposeriez-vous ?

Question n° 7

Le dispositif d'information sur les titres et les quantités de l'éditeur que chaque diffuseur accepte vous paraît-il adapté pour que les éditeurs soient en mesure de respecter les règles d'assortiment et l'accord des diffuseurs ? Pourquoi ? Le cas échéant, que proposeriez-vous ?

Est-il envisageable que, malgré le dispositif d'information prévu, l'éditeur livre au distributeur des quantités excédentaires ? Le cas échéant, comment le distributeur devrait-il traiter ces excédents ? Voyez-vous des mesures incitatives à prévoir pour éviter que cette situation ne se produise ?

Question n° 8

Comment envisagez-vous la mise en œuvre opérationnelle de cette première proposition de mise en service en termes d'échanges d'informations, de flux logistique et financier, depuis la demande de l'éditeur d'utiliser cette possibilité pour un titre jusqu'à l'accord ou le refus du diffuseur de donner suite à la proposition de distribution ?

Faut-il envisager un mécanisme pour s'assurer que les quantités livrées en première présentation sont raisonnables ? Pourquoi ? Le cas échéant, précisez quel type de mécanisme pourrait être mis en œuvre ?

Question n° 9

Que pensez-vous du mécanisme proposé ? Quelles mesures permettraient selon vous de rendre le mécanisme de réapprovisionnement plus efficace ?

Question n° 10

Pensez-vous qu'il soit nécessaire de préciser davantage les délais de reprise des invendus par le distributeur ? Pourquoi et, le cas échéant, de quelle manière ?

Quels sont les besoins en matière de traçabilité des invendus ? Pourquoi ?

Quelles sont vos propositions en matière d'amélioration du circuit de traitement des invendus ?

Avez-vous des propositions à formuler en termes d'incitation à maîtriser les volumes d'invendus ?

Question n° 11

Selon vous, quelles sont les modalités (en gris dans la disposition envisagée) de publication de ces indicateurs les plus appropriées ?

Question n° 12

Quelles sont selon vous les interfaces de système d'information qui ont besoin de faire l'objet d'une harmonisation ou d'une mutualisation au sein de la filière ?

Question n° 13

Ces informations vous semblent-elles adaptées aux besoins des distributeurs et de la filière ? Pourquoi ? Le cas échéant, quelles modifications proposeriez-vous ?

Question n° 14

Pensez-vous que les obligations proposées sont adaptées pour permettre au diffuseur :

- d'effectuer ses demandes les plus courantes auprès du distributeur ? En voyez-vous d'autres ?
- de disposer des bonnes informations pour mener à bien son activité ?
- de disposer d'un historique leur permettant d'avoir une bonne visibilité sur leur activité ? Une profondeur de 24 mois vous semble-t-elle être un bon niveau ?

Précisez les raisons de vos réponses et, le cas échéant, les modifications à apporter.

Question n° 15

Pensez-vous que les obligations proposées sont adaptées pour permettre au diffuseur :

- d'effectuer ses demandes les plus courantes auprès du distributeur ? En voyez-vous d'autres ?
- de disposer des bonnes informations pour mener à bien son activité ?
- de disposer d'un historique leur permettant d'avoir une bonne visibilité sur leur activité ? Une profondeur de 24 mois vous semble-t-elle être un bon niveau ?

Précisez les raisons de vos réponses et, le cas échéant, les modifications à apporter.

Question n° 16

Estimez-vous qu'il soit utile de publier ces informations en open data pour qu'elles puissent faire l'objet de réutilisation par des tiers ? Quelles réutilisations vous semblent possibles / souhaitables ?

Identifiez-vous des difficultés liées à cette proposition ?

Pensez-vous qu'il faille étendre les informations ainsi mises à disposition ? Si oui, quelles données seraient concernées et pour quelles raisons ?

Question n° 17

Selon vous, quelle est l'appétence des diffuseurs pour basculer d'un système de facturation basé sur les seules ventes réelles ? Pourquoi ?

A quelle échéance vous semble-t-il envisageable / souhaitable de permettre aux diffuseurs d'opter pour un système de facturation basé sur les ventes réelles ? Pourquoi ?

Plus généralement, avez-vous d'autres propositions pour améliorer l'efficacité de la collecte du produit des ventes ?

Question n° 18

Quelles sont vos suggestions d'indicateurs à mesurer en priorité ? Pour quelles raisons ?

Question n° 19

Pensez-vous qu'il soit nécessaire de publier d'autres informations en lien avec les conditions techniques, tarifaires et contractuelles ? Pour quelle durée ?

Question n° 20

Merci de faire part de toute remarque ou suggestion qui vous semble pertinente sur l'ensemble des propositions contenues dans ce document.