

« Nous aimons la presse, mais celle-ci nous le rend mal. » Saisie au détour d'une conversation, cette phrase résonne comme un aveu d'impuissance pour de nombreux buralistes diffuseurs de presse (8 578 tabacs-presse et 6 895 bars-tabacs-presse, chiffres Confédération). Elle résume d'ailleurs toute l'ambiguïté du métier de diffuseur : malgré la fermeture de nombreux points de vente, l'érosion inévitable des ventes au numéro et la pénibilité du métier, l'activité presse continue d'être attrayante. À la différence du tabac (et, dans une moindre mesure, des jeux de grattage et de tirage), la presse jouit d'un large capital sympathie auprès du public. Certes il est toujours de bon ton de critiquer les médias, mais, face à la profusion d'informations et de sources non identifiées sur Internet, la presse, qu'elle soit généraliste ou spécialisée, reste un refuge et un solide vecteur d'information. De l'avis de la plupart des buralistes interrogés, la presse est l'une des activités qui créent le plus d'interaction avec le client. De la grand-mère venant chercher son programme télé à l'adolescent passionné de photographie, du collectionneur de maquettes réduites à la maman venant régaler son bambin d'un ouvrage dessiné... Dans le débit, chacun cherche son magazine et demande conseil. Quant à la presse nationale et locale, les « unes » n'ont pas leur pareil pour réveiller un commerce et provoquer les discussions, parfois brèves, souvent passionnées voire houleuses.

EN 7 ANS,
6 074 POINTS DE
VENTE EN MOINS
DANS LE RÉSEAU
(20,7 % DE
L'EFFECTIF).
CETTE ANNÉE,
ENVIRON
800 POINTS
DE VENTE ONT
FERMÉ



Trop et mal aimée

Au-delà de l'acte de vente, c'est toute la société qui s'exprime : que les nouvelles soient dramatiques (attentats terroristes...) ou plus légères, la presse informe, cultive, scandalise, irrite, fait sourire ; bref, elle fait vivre les commerces et les commerçants ! Économiquement parlant, et malgré l'érosion des ventes au numéro, celle-ci



continue d'ailleurs de tourner : chaque jour, le réseau des tabacs diffuseurs de presse écoule 4,5 millions d'exemplaires. Sans avance de trésorerie à fournir (et malgré de nombreuses imperfections !), la presse reste, avec le tabac et les jeux, l'un des moteurs économiques de nombreux débits. Pourtant, malgré ses indéniables atouts et les passions qu'elle suscite, l'avenir de la presse papier et celui des diffuseurs sont incertains. Le modèle actuel de la distribution et l'obsolescence des systèmes informatiques (Presstel) ne permettent pas de répondre aux défis structurels du secteur (effondrement des volumes papier, baisse de la capillarité du réseau, défi logistico-économique lié à l'approvisionnement des quotidiens). Ce n'est pas Presstalis, dont les nouvelles difficultés financières sont apparues au grand jour en janvier, qui nous contredira (voir encadré). Paradoxalement, la presse donne l'impression d'être trop et mal aimée à la fois... Toujours lue et achetée par les lecteurs, encadrée par la loi Bichet de 1947 valorisant la diversité des titres (près de 4 000) et leur distribution égalitaire sur le territoire

via un système coopératif, elle est inexorablement plombée par une logistique de distribution dépassée et déficitaire.

Baisse des ventes papier

On n'inversera pas la marche de l'histoire : la digitalisation de l'information et des contenus rend certains circuits de vente traditionnels obsolètes, notamment la vente au numéro des quotidiens nationaux. Entre 2007 et 2014, la diffusion de l'ensemble de la presse quotidienne nationale (PQN), gratuite et payante, a reculé de 40 %. De l'avis de certains éditeurs et spécialistes, la PQN devrait d'ailleurs avoir disparu des kiosques avant 2021. Du côté des magazines, si ces derniers résistent mieux, certaines catégories décrochent inévitablement ; c'est le cas des ludiques, de l'information politique et générale (IPG : *Le Point*, *L'Obs*...) mais aussi des féminins et des « people ». En raison de ces volumes en déclin (corrélés à une hausse des loyers et des charges, selon le syndicat Culture Presse), de nombreux points de vente ont disparu. Entre décembre 2010 et décembre

Si la PQR résiste mieux à l'érosion des ventes, pour la PQN, en revanche, rien ne va plus. Les gros éditeurs ont d'ailleurs abandonné la vente au numéro au profit de leur stratégie digitale. Une coûteuse mutation en partie financée par une augmentation du prix des quotidiens papier...

2017, 6 074 diffuseurs ont baissé définitivement leur rideau. Des fermetures particulièrement sensibles en province, dans les zones les moins densément peuplées (80 % des pertes), et à Paris. Aujourd'hui, la filière estime que le réseau devrait se réduire à 21 000 points de vente en 2021 (contre 23 217 en 2017 et 27 497 en 2012). Selon Culture Presse, environ 800 points de vente ferment chaque année. ■ ■ ■

Sauvetage de Presstalis : où en est-on ?



Au bord de la cessation de paiements, Presstalis connaît à nouveau une crise sérieuse, de l'ampleur de celle de 2012. Auditionnée par le Sénat le 31 janvier, Michèle Benbunan, présidente-directrice générale de Presstalis depuis novembre, a confirmé « la gravité de la situation traversée par l'entreprise, qui enregistre un résultat négatif d'au moins 20 millions d'euros en 2017 [...] l'ayant déjà contrainte à retenir 25 % du chiffre d'affaires dû aux annonceurs ». Le 22 février, la direction de Presstalis annonçait devoir mobiliser 140 millions d'euros pour s'en sortir. Si pour l'heure les conditions financières du plan de sauvetage ne sont pas définitives, il apparaît que l'État devrait apporter son aide financière, sous forme d'un prêt, et que le reste devrait être ponctionné directement auprès des éditeurs (et coopérateurs de Presstalis) via un prélèvement de 2,25 % sur les ventes de leurs titres pour ceux affiliés à Presstalis, et ce durant quatre ans. Un prélèvement ramené à 1 % pour les éditeurs clients des Messageries Lyonnaises de presse. En interne, le plan de sauvetage présenté aux syndicats prévoit le licenciement de 300 personnes au sein du groupe (dont 114 au siège), soit environ 20 % des effectifs. Parmi les autres pistes évoquées, on retrouve également la fin de la diversification numérique, la vente de l'application Zeens et celle du siège social.

■ ■ ■ Presstel, outil obsolète

Face à cette perte en capillarité du réseau, les diffuseurs se sentent malmenés par le secteur lui-même et ont l'impression de « subir leur activité ». Tous les diffuseurs témoignent de la même réalité : impossibilité de « régler » leurs quantités, d'ouvrir ou de fermer la réception de titres, grèves des dépôts de la Société d'agences et de diffusion de la presse (SAD), livraisons reportées voire annulées en plein boom d'activité, bordereaux inexistantes, pénibilité de la logistique des invendus. Même ceux qui font preuve de la meilleure volonté sont désabusés. C'est le cas de Patrick Beord, gérant d'un Mag Presse en centre-ville de Rennes depuis sept ans : « Les quantités réceptionnées sur certains magazines sont telles que je ne peux même pas les mettre en rayon. A contrario, je perds régulièrement des ventes sur des titres que je n'arrive pas à recevoir ou à avoir en réassort. » Outre la question d'ordre pratique : l'outil Presstel ne fonctionne pas, le sujet du « réglage » est très sensible dans la filière. En effet, nombre d'éditeurs ne souhaitent pas donner la main aux diffuseurs sur leur réglage (ni même leur permettre d'avoir recours à l'assortiment). « Ils cherchent à préserver leur pouvoir de décision et pensent, à tort, que le marchand pourrait se couper de titres dont il a la vente ; un non-sens ! » ajoute Daniel Panetto, président du syndicat Culture Presse (ex-UNDP). Une vision partagée par Alain Declercq, buraliste installé à Villeneuve-Saint-Georges (50 mètres linéaires de presse) :

OUTRE LA QUESTION DES INVENDUS, L'ABSENCE D'OUTILS DE RÉGLAGE PARTICIPE À LA CHUTE DES VENTES, EN EMPÊCHANT LE RÉASSORT ET L'OUVERTURE DE NOUVEAUX TITRES

Déjà opérant à Lyon, le nouveau concept NAP-Maison de la Presse permettra une meilleure visibilité des titres couplée à des opérations d'animation du réseau, le tout associé à une diversification en téléphonie-numérique, papeterie ou jouets pour enfants.

« Installé en zone urbaine, ma clientèle se compose majoritairement de classes populaires. Je vends logiquement moins de titres haut de gamme, comme je vends rarement des titres spécialisés sur la montagne. C'est aussi du bon sens. »

Outre la pénibilité de la gestion des invendus, l'absence de réglage participe également à la chute des volumes vendus. « J'ai mis plus d'un an à recevoir un titre comme Le Journal des arts. Tous les étés, je demande à être livré (en vain) de la presse étrangère. Afin de ne pas perdre la face devant un client collectionneur, il m'est même arrivé de commander en ligne sur le site d'Altaya ! » explique Éric Trottein, buraliste Mag Presse à Hennebont (56) depuis vingt ans, avec 2 400 titres de presse. Quant aux relations commerciales entre les diffuseurs et les dépôts, elles sont plutôt... inexistantes.

Allô, le dépôt ?

« En 2012, lors de la dernière restructuration de Presstalis, un nouveau schéma directeur avait été imaginé pour réorganiser les dépôts, notamment ceux gérés par Presstalis et ses filiales SAD. Dans les faits, la messagerie n'a pas forcément réduit sa couverture géographique mais a néanmoins taillé dans ses effectifs », précise Dominique Gil, président du Syndicat national des dépositaires de presse. Résultat ? Dans de nombreuses zones gérées par les SAD, il est tout simplement impossible de joindre un interlocuteur. « Depuis 2012, les dépôts n'ont de toute façon plus la main sur le réglage et sont contraints, légalement, de distribuer tous les exemplaires qu'ils reçoivent », résume Dominique Gil.

Pris à la gorge entre une rentabilité qui diminue et un système qui semble courir à sa perte, certains diffuseurs ont choisi d'abandonner ou du moins de réduire l'activité. C'est le cas de Philippe Pairis, installé depuis sept ans à Six-Fours-les-Plages (Var). « J'ai choisi de réduire l'activité en passant de 17 à 5 mètres linéaires après avoir fait un calcul de rentabilité au mètre carré que j'ai comparé aux frais de personnel dédiés à l'activité. Face à la prochaine baisse des volumes de tabac qu'il va falloir combler, j'ai fait le choix de développer les produits à marge : vin, cigarette électronique et alcools haut de gamme », explique le gérant, qui poursuit, goguenard : « À force, les grèves des dépôts ont finalement permis de me donner un bon indicateur du chiffre d'affaires que je perdais. Et dans mon cas c'est une marge que je vais largement compenser avec la vente d'autres produits. » Mais si Philippe Pairis dispose d'une zone de chalandise adaptée et d'une



capacité d'investissement, tous les buralistes diffuseurs ne sont pas dans cette configuration. Pour nombre d'entre eux, la diversification à la marge a déjà eu lieu et l'ajout de nouvelles activités nécessite des compétences qu'il n'est pas toujours simple d'acquérir sans embaucher. « Moi, ce que je voudrais avant tout, c'est développer mon rayonnage presse, faire entrer 200 ou 500 nouveaux titres, chose qu'il m'est impossible de faire ! J'ai pourtant des segments de marché comme L'Histoire, Le Journal de l'aviation qui se développent », confirme Éric Trottein.

Selon le syndicat Culture Presse, la mise en œuvre de l'assortiment à Paris, notamment dans le cadre du projet « Inventer le kiosque de demain » de Mediakiosk, a permis d'augmenter les volumes de ventes grâce à une meilleure visibilité des titres.

Vers une dérégulation du niveau 3

Vous l'avez sûrement appris par les médias et les annonces des différents syndicats professionnels : depuis janvier, l'État et la filière presse tentent, comme en 2012, de remettre à flot la messagerie Presstalis, qui a récemment dévoilé un déficit d'exploitation de 19 millions d'euros. Si ce sauvetage a été décrié par certains, la décision s'explique par le fait que celle-ci gère aujourd'hui la totalité des quotidiens et près de 75 % de la presse magazine (données Presstalis). « Compte tenu du poids de cette messagerie dans la filière, de la fragilité des autres acteurs et de leur interdépendance, le risque de liquidation de Presstalis fait peser une menace sur l'ensemble du secteur », concluait un rapport du Conseil supérieur des messageries de presse, début février. Pourtant, au-delà du sauvetage financier qui se précise (voir encadré),

c'est toute l'organisation de la filière qui s'apprête à vivre un grand bouleversement. La ministre de la Culture et de la Communication, Françoise Nyssen, l'a récemment annoncé : une vaste réforme de la loi Bichet devrait survenir avant l'été. Quant à la nouvelle présidente de Presstalis, Michèle Benbunan (ancienne dirigeante chez Hachette Livre), elle ne cache pas sa volonté de faire bouger ■ ■ ■



« Comment j'ai réussi à reprendre la main sur mon réglage »

Buraliste diffuseur à Villeneuve-Saint-Georges (94), Alain Declercq a réussi à se faire entendre de son dépôt (indépendant) en jouant sur les conditions commerciales inscrites dans son contrat. Il livre ici quelques conseils.

1. Relire le contrat qui vous lie à votre dépôt, qui précise que celui-ci s'engage à fournir un taux d'invendus raisonnable. Alain estime ce juste taux à environ 35 %.
2. Prendre rendez-vous avec le gérant du dépôt (ou à défaut le commercial) afin de discuter de manière constructive, tout en expliquant que vous avez le droit de décider. Ne pas hésiter à envoyer une lettre avec accusé de réception. Grâce à ce rendez-vous, Alain a pu régler certains titres.
3. Repasser ses quantités sur Presstel. Couplée à un rendez-vous avec votre dépositaire, la démarche a de fortes chances d'aboutir. La vigilance reste de mise : il arrive souvent que certaines quantités augmentent...
4. Refuser catégoriquement tous les produits hors presse qui ne sont pas prévus dans le contrat de diffuseur.
5. Se souvenir que la presse doit être une trésorerie positive. Si ce n'est pas le cas, c'est que certains titres sont mal calibrés en CR, ce qui arrive avec certains bimestriels ou trimestriels.



■ ■ ■ les lignes à l'échelle des dépôts et du niveau 3. Ainsi, lors de son audition devant le Sénat le 31 janvier, elle déclarait « vouloir déréguler le niveau 3 » et s'interrogeait : « Faut-il ouvrir ce marché ? Faut-il faire en sorte que les titres puissent être disponibles dans tous les points de vente ? » Quant aux dépôts, elle se questionnait également sur la pertinence du schéma logistique actuelle. « Pourquoi s'interdire d'aller directement du niveau 1 au niveau 3 ? Le débat doit porter sur la manière d'atteindre les points de vente de la façon la plus efficace possible. » Une vision tirée de son expérience chez Hachette et dans l'univers de la librairie, gérant uniquement des flux « froids ».

Des ouvertures hors-réseau ?

Les diffuseurs s'interrogent sur les modalités de cette dérégulation annoncée. Fin février, les premières concertations entre le gouvernement et la filière penchaient pour le scénario suivant : l'obligation pour les diffuseurs de distribuer les quelque 200 IPG (quotidiens et magazines) et la liberté de choisir les autres titres. Une proposition floue au regard de la réalité du marché : y'aura-t-il un outil fonctionnel permettant le réglage des quantités et de l'assortiment ? Un portail diffuseur commun entre les deux messageries ? Quant aux ouvertures hors-réseau, elles semblent au goût du jour. Presstalis aurait évoqué devant des éditeurs la possibilité de diffuser des titres spécialisés dans les magasins adaptés : le sport chez Decathlon ? le bricolage en grande surface de bricolage ? « Contrairement au tabac, les diffuseurs ne possèdent pas de monopole de vente », rappelle Daniel Panetto. Certains diffuseurs qui suivent le dossier ne cachent pas leurs inquiétudes : « Si c'est cette voie qui est privilégiée, c'est la disparition des diffuseurs indépendants. Dans la prolongation du projet supérettes, demain tous les commerces pourront vendre la presse, et ce avec un assortiment restreint. À terme, cette solution



Souvent critiqués pour leur vision assez personnelle de l'application de la loi Bichet, les magasins Relay (propriété du groupe Lagardère) restent néanmoins une belle réussite en termes d'aménagement et de visibilité des titres.

63 DÉPÔTS
COHABITENT SUR
LE TERRITOIRE,
CONTRE 135
AVANT 2012. CES
FERMETURES/
REGROUPEMENTS
N'ONT PAS DIMINué
LE NOMBRE DE
DIFFUSEURS
LIVRÉS PAR
PRESSTALIS



entraînera la disparition des éditeurs indépendants et/ou confidentiels qui vivent presque exclusivement de la vente au numéro », conclut Éric Trottein.

Révision de la loi Bichet

Face à un système qui n'a pas su se réformer, certains seront-ils tentés de faire table rase du passé et, au passage, des acquis de la loi Bichet ? « Cette loi de 1947, qui a organisé la distribution de la presse gérée sous forme de coopérative, permet aujourd'hui sa diversité et la présence de nombreux petits acteurs. Si le système était régi par la seule loi de l'offre et la demande, il n'existerait sans doute plus que les gros éditeurs », ajoute Daniel Panetto, qui confirme pourtant que certains plaident aujourd'hui une dérégulation totale et des ouvertures hors-réseau des diffuseurs. « Ce choix serait pourtant contraire à l'intérêt collectif des éditeurs et des diffuseurs, qui ne peuvent pas forcément apprécier l'ensemble de la proposition des éditeurs ». Et pourtant, qu'advient-il si ce projet est finalement voté ? « Pour l'heure, il est question d'une nouvelle révision de la loi Bichet, mais il est évident que, si toutes les contraintes étaient levées côté éditeurs, nous nous exonérions des nôtres », conclut Daniel Panetto. ■

INGENICO & DEVLYX 2018, L'ANNÉE DES PLUS !



PLUS DE
PRODUITS

PLUS DE
SERVICES

PLUS DE
DIVERSIFICATIONS



PLUS DE

POUR VOUS, C'EST CLIENTS

ingenico
Prepaid
services

LE SPÉCIALISTE DES
TRANSACTIONS PRÉPAYÉES
ET DÉMATÉRIALISÉES

ingenico.com

Service client : **02 31 82 22 40**

devlyx
Vos besoins, nos solutions

LE NUMÉRO 1
DES SOLUTIONS
D'ENCAISSEMENT



SYSTÈME DE CÂSSE
UNICAST
www.le.fr

devlyx.com

N° Azur 0 810 188 388
PRIX APPEL LOCAL