

Assemblée des marchands de presse à Beauvais (60)

mer 07/10/2020 - 12:15



C'est à Beauvais que nous avons inauguré les assemblées locales d'automne, ce 1er octobre 2020, dans une zone géographique rattachée seulement en 2019 à la Région Nord-Ouest, dans des conditions un peu particulières pour respecter les mesures gouvernementales de protection sanitaire.

Une première réunion pour les marchands de presse du secteur du dépôt de Beauvais et pour les quelques autres du département de l'Oise qui se sont joint à nous ce soir-là. Nous avons découvert un réseau dynamique, à l'écoute, et animé d'un vrai désir de faire communauté.

Jean-Philippe Colombier, marchand de presse et Président régional pour Culture Presse, a remercié les partenaires présents : le Président de la Confédération des ruralistes de l'Oise, Serdar Kaya, la FDJ représentée par Karine Limousin et les éditeurs Keesing et Oise Hebdo, représentés par Arnaud Bocquelet et Marie-Aude Conte.

L'objet de cette assemblée annuelle était de faire le point sur l'actualité de la filière, insistant sur les temps forts de la crise sanitaire et de la crise Presstalis, bien que les marchands de Beauvais, en étant desservis par un dépôt indépendant, aient été moins impactés par les perturbations de la distribution.

Bilan des ventes presse

Au niveau national, les encaissements des spécialistes presse, selon l'observatoire Culture Presse-Devlyx, ont subi une perte de -9,6% de janvier à août 2020, tous produits confondus ; une perte de chiffre d'affaires limitée, notamment grâce à la relative stabilité des publications - 0,1% qui représentent les volumes les plus importants.

La fréquentation, mesurée à partir des remontées quotidiennes de tickets de caisse, a vu une baisse de 10,6% qui n'a jamais été récupérée. Plusieurs marchands ont manifesté leur étonnement face à la « disparition inexplicée » de certains de leurs clients qu'ils n'ont plus revus depuis le confinement.

Les situations locales restent contrastées, notamment si l'on prend en compte l'activité tabac, dont les chiffres ont explosé pendant le confinement en raison de l'arrêt des trafics parallèles et qui continuent de bénéficier de la fermeture de certaines frontières.

Intervention de Marie-Aude Conte, Oise Hebdo

On retrouve à peu près ces chiffres en ce qui concerne la presse régionale, qui a été moins touchée que la presse nationale. Marie-Aude Conte, chef des ventes de [Oise Hebdo](#), est intervenue pour témoigner de l'engagement du journal auprès des marchands. En effet, cela fait seulement 2 ans que le journal s'est mis au numérique et sa stratégie reste concentrée sur le réseau, dont Oise Hebdo s'est rapproché au cours des derniers mois, notamment depuis qu'il se distribue en direct. A noter, et c'est peut-être l'exception qui confirme la règle : les abonnements à Oise Hebdo sont vendus plus chers qu'à la vente au numéro. Selon Marie-Aude Conte, c'est tout-à-fait normal, car la livraison à domicile est un service ajouté.

Des aides bien méritées

Jean-Philippe Colombier a rappelé aux marchands qu'ils ont profité d'aides tout à fait exceptionnelles grâce au travail des élus de Culture Presse et à leurs échanges continus avec le gouvernement : une ouverture pendant le confinement qui n'allait pas de soi, une prise en compte de la baisse du chiffre d'affaires à partir de -50% et non 70% pour l'aide de 1500 €, une aide compensatoire de la Macif pour les adhérents de Culture Presse ayant souscrit au contrat UNDP-Macif, l'aide exceptionnelle de 19 millions d'euros pour tous les spécialistes, sans oublier le paiement des compléments de rémunération dû aux diffuseurs par Presstalis pour le 2e semestre 2019, qui n'a été garanti par l'Etat que sur les demandes expresses de Culture Presse.

Mieux communiquer

Du point de vue local, les marchands de Beauvais communiquent très peu avec leur dépositaire et regrettent l'absence d'un service commercial pour répondre à leurs demandes ponctuelles.

Dans un contexte d'information foisonnante, rien de tel qu'une information claire et précise. L'un des participants a proposé que les partenaires du magasin comme Culture Presse, la FDJ, le PMU ou la confédération des Tabacs, s'associent dans une communication unique et commune, afin de gagner en temps de lecture.

Sur tous ces sujets, Culture Presse accompagne les marchands dans leur quotidien à travers plusieurs supports comme sa **newsletter adhérents**, **La Quotidienne** ou encore le magazine **Union Presse** qui reprend les dossiers d'actualité 1 fois par mois, dans des articles de fond.

Une crise qui n'en finit pas

Le soir même de la réunion, nous avons annoncé la grève MLP et l'absence de livraisons le lendemain. Le passage de nombreux éditeurs à la 2ème messagerie décuplant les volumes à distribuer, les perturbations ne sont pas seulement logistiques, elles sont aussi humaines, et les salariés ont exprimé leur ras-le-bol face à des charges de travail inédites. Même si certains dans l'assemblée auraient souhaité une « remise des compteurs à zéro » avec la disparition totale de Presstalis, Jean-Philippe Colombier n'a pas manqué de rappeler qu'une disparition brutale aurait mis à mal tout le système. Nous avons évité le pire !

Construire l'avenir

De ce contexte particulier, reste un fort besoin de solidarité et d'échanges entre marchands. Les dossiers avancent plus lentement mais ils avancent. Culture Presse a aussi demandé des aides pour préparer l'avenir, et le verdict est tombé : nous avons obtenu le doublement de l'aide à la modernisation des diffuseurs (dite « Deloitte »), soit 12 millions d'euros pour l'année 2021 !

La prochaine étape à laquelle nous travaillons sera celle de l'assortiment, déjà inscrit dans la loi depuis le 18 octobre 2019, avec à la clé des titres et des quantités adaptés à chaque point de vente.