Culture Presse
Union des commerçants des loisirs et de la presse

Assemblée des Marchands de la Somme

ven 27/12/2019 - 16:46

Amiens : Une nouvelle délégation pour la Région Nord-Ouest

Les marchands de presse de la Délégation d'Amiens ont rencontré leur nouvelle équipe régionale de Culture Presse. En effet, suite à la réorganisation géographique de Culture Presse, la délégation d'Amiens fais désormais partie de la région Nord-Ouest. Cette soirée a ainsi permis aux acteurs locaux de faire connaissance avec Jean-Philippe Colombier, Président de la Région Nord-Ouest, et Eva Saint-Arroman, Animatrice du Réseau Nord-Ouest.

Outre les représentants du dépôt, les éditeurs Bayard Milan, Keesing ou encore GH Loisirs étaient également présents, les messageries MLP et Presstalis, fournisseurs NAP et FDJ, sans oublier le Président de la Confédération des Buralistes Philippe Laveau et notre partenaire de la comptabilité, fiscalité et assistance juridique, Fiducial.

La modernisation de la loi Bichet

Pour ceux qui n'en avaient jamais entendu parler, la loi Bichet a été décryptée depuis ses origines, en 1947, par Jean-Philippe Colombier, lui-même marchand de presse en activité depuis plus de dix ans et élu régional de Culture Presse. Rappelant les grands principes de cette loi, il a souligné tout d'abord le pluralisme de la presse reposant sur un système de coopératives d'éditeurs leur permettant de bénéficier d'un même transport groupé pour la distribution de leurs titres, sans discrimination de taille ou de contenus.

Deuxième point important de cette loi, qui avait été également défendu par Culture Presse, la nécessité de distinguer plusieurs catégories de presse, afin que les marchands n'aient pas à accepter toute sorte de produits dans leur linéaire. En effet, la loi permet désormais aux marchands de choisir les titres qu'ils souhaitent exposer, en dehors de l'information politique et

générale qui reste obligatoire, soit dans le cadre d'un assortiment pour les titres CPPAP, soit au gré à gré, pour tous les autres titres, à l'instar des ludiques ou des encyclopédies. Une révolution donc dans la gestion des linéaires, qui suppose cependant une large réflexion pour faciliter sa mise en œuvre. L'Arcep, le nouveau régulateur chargé de l'application de la loi, a donné une échéance de six mois à l'ensemble des acteurs de la filière.

Le point sur les encaissements presse des marchands spécialistes

A l'échelle nationale, le modèle économique des marchands de presse spécialistes se porte plutôt bien cette année, avec + 4,6% d'encaissements supplémentaires au 30 septembre dernier par rapport à 2018. **En effet, malgré la diminution des volumes distribués, le dynamisme des magazines et des encyclopédies, dont le prix de vente est élevé, a entraîné des revenus supplémentaires pour les marchands.** Le réseau se porte d'ailleurs mieux que dans d'autres secteurs comme la pharmacie ou la boulangerie où les pertes de points de vente sont au moins deux fois supérieures à celles de la presse. Cette tendance économique positive pour les magasins de presse a été confirmée par les données de « l'observatoire Fiducial 2019 », qui relèvent quant à eux une augmentation du chiffre d'affaires et des investissements cette année.

Quelles ressources pour les professionnels de la presse ?

On ne le rappellera jamais assez, c'est en s'informant et en partageant les bonnes pratiques que l'on découvre aussi de nouvelles idées pour améliorer ses techniques de vente et augmenter son chiffre d'affaires. Le magazine professionnel Union Presse, les newsletters de Culture Presse dont la newsletter adhérents, la page Culture Presse pratique ou encore les vidéos de spécialistes du merchandising disponibles sur Culture Presse youtube sont des sources d'information à ne pas négliger.