Culture Presse
Union des commerçants des loisirs et de la presse

Assemblée des marchands de presse à Orléans (45)

lun 26/10/2020 - 11:08

Ce 22 octobre 2020 à Orléans, plus de 6 mois après le début de la crise sanitaire et quelques jours avant que la ville ne soit concernée par le couvre-feu, les marchands de presse ont pu se réunir en soirée pour faire le point sur la situation de la presse. Une soirée fort conviviale suivie d'un cocktail assis pour respecter la distanciation sociale.

Jean-Philippe Colombier, Président de la région Nord-Ouest pour Culture Presse, a remercié les éditeurs Prisma, Keesing, GH Loisirs, La République du Centre pour leur participation, aux côtés des partenaires du magasin comme la FDJ et la Confédération des buralistes.

Un dépôt relativement épargné par la crise de la distribution

Desservis par un dépôt indépendant, les marchands de presse d'Orléans n'ont pas subi les perturbations de distribution que les marchands d'autres régions de l'Ouest ont connues, comme à Tours, Nantes ou Rennes. Ils ont cependant été impactés par la crise Presstalis de manière indirecte, les éditeurs envoyant dans les points de vente moins de volumes que d'habitude au premier semestre (à l'exception des ludiques), et les encyclopédies connaissant des ruptures généralisées pendant plusieurs semaines, avec des réassorts encore bloqués aujourd'hui.

Bilan post-covid des ventes presse

Au 30 septembre, les encaissements des spécialistes presse, selon l'observatoire Culture Presse-Devlyx, ont subi une perte de -8,8%, tous produits confondus ; une perte de chiffre d'affaires limitée, notamment grâce à la relative stabilité des publications -0,3% 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. Les situations restent très disparates puisque certains ont bénéficié du confinement, notamment les Tabacs-Presse éloignés des centre-villes, mais aussi des Presses « pures » ayant fidélisé une nouvelle clientèle au panier moyen plus important pendant cette période suivie de la tendance au télétravail. La PQR a subi quelques pertes mais moindres, comparé à la PQN. Nadia Tarlé et Didier Jamot, représentants de la République du Centre, ont noté quant à eux une baisse de 6 à 7% pour le quotidien régional, bien au-dessous des chiffres de la presse quotidienne nationale (-21% de leur chiffre d’affaires). En période de crise, l’information de proximité a eu la priorité sur la couverture médiatique nationale.

Aides obtenues par Culture Presse

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 la demande expresse de Culture Presse. Notre Président Daniel Panetto insiste en ce moment même auprès du gouvernement pour que les compléments de rémunération du premier trimestre 2020 soient eux aussi versés, et indexés sur les revenus de 2019 pour compenser les pertes de chiffre d’affaires de cette année.

Nous pensons à l’avenir aussi. Nous avons obtenu le doublement de l’aide à la modernisation des diffuseurs (dite « Deloitte »), soit 12 millions d’euros pour l'année 2021 auxquels s’ajoutent 12 millions pour 2022. Cumulable avec le plan de transformation des buralistes, cette aide devrait inciter les marchands de presse à repenser leur espace de vente pour mieux mettre en valeur la presse par des aménagements intérieurs tels que le mobilier, la vitrine, la lumière mais aussi la sécurité et l’environnement sonore. Le détail des dépenses subventionnables sera connu en début d’année prochaine.

Enfin, pour rendre le métier plus attractif et stabiliser les salariés des magasins de presse, Culture Presse prévoit de faire entrer la profession dans le paritarisme, c’est-à-dire de lui attribuer une convention collective, en s’affiliant à la CDNA, la Convention des commerces non-alimentaires.