



## Le prix de la conquête



Le premier trimestre vient de s'achever et les premiers chiffres des ventes de la presse ne sont guère encourageants pour le reste de l'année 2008.

Le nouveau chiffre qui vient illustrer le contexte difficile de notre activité est singulièrement celui des livraisons des produits « tabac » qui ont accusé une baisse de 10 %. Si nous pouvons nous réjouir des effets positifs sur la santé publique, cette baisse vient ajouter une contrainte supplémentaire sur les ventes de la presse en impactant la fréquentation des points de ventes « tabac-presse » qui constituent une bonne partie de notre réseau traditionnel.

Dans le même temps, je suis régulièrement sollicité par mes confrères qui trouvent des potentiels de vente mais qui ne peuvent les concrétiser du fait de l'exploitation déficitaire qui en découlerait. Quel dilemme pour un chef d'entreprise de détecter des marchés et de ne pas pouvoir les exploiter !

Depuis plusieurs années maintenant, les nombreux transferts de charges et baisses de rémunération n'ont connu comme écho que l'augmentation de nos coûts d'exploitation. Nous avons rationalisé, optimisé et sauvegardé la qualité de notre service rendu aux éditeurs dans le cadre du développement.

Mais désormais, chaque modification de nos organisations internes, chaque accroissement de notre périmètre ne se fait plus uniquement à la marge, mais nous oblige à franchir des paliers coûteux. Ainsi, nul n'est plus en mesure de pouvoir soutenir que l'ajout d'un ou de deux diffuseurs sur une tournée n'a pas un coût immédiat, nul ne peut contester que la recherche mais également la gestion quotidienne d'un point de vente supplémentaire sur notre réseau doit s'accompagner d'un équilibre.

Alors si l'équilibre financier n'est pas au rendez-vous, à qui revient cette charge supportée alors que l'ensemble de la distribution de la presse profite directement du chiffre d'affaires ?

Nous sommes dans un système qui « collectivise » le chiffre d'affaires ainsi créé mais qui cantonne les coûts au niveau du dépositaire.

Est-ce sain ? Est-ce normal, oserais-je ajouter.

Car voilà un énorme frein au développement de notre réseau : faire porter tous les coûts de son développement sur le niveau II.

En fait, la seule solution serait, à mes yeux, de mutualiser les coûts de développement du réseau de points déficitaires, de manière à ce que nous ne soyons plus les seuls à en supporter la charge.

A l'occasion des Rencontres Commerciales organisées dans les dépôts de presse à destination des diffuseurs, j'ai été frappé de voir à quel point les fournisseurs se félicitaient du réseau des dépositaires et de leur valeur ajoutée dans la commercialisation de leurs produits auprès des diffuseurs.

Pour ce coûteux travail de conquête, les fournisseurs mettent à notre disposition les moyens financiers adaptés ; cela nous autorise à un développement des ventes au-delà des prévisions...

Et si le prix de la conquête commerciale accepté et soutenu par ces fournisseurs était également par les éditeurs et les messageries ? ■

**Stéphane d'Altri o Dardari**  
Président du SNDP

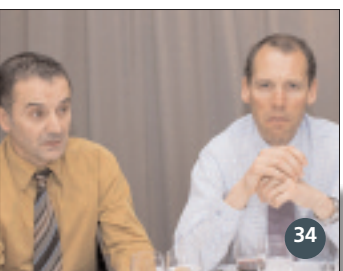
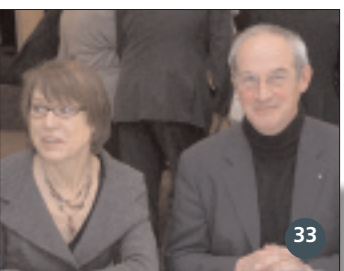
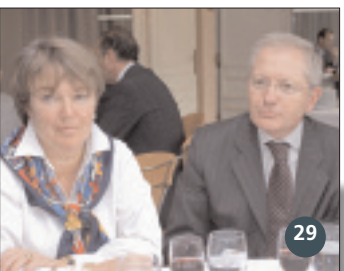
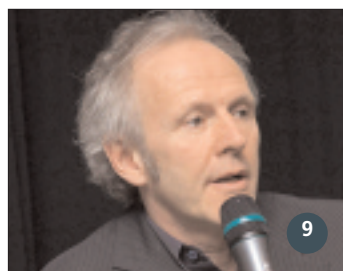
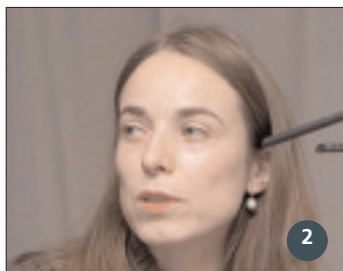
Dépositaires et éditeurs étaient réunis le 13 mars dernier à l'occasion de la cinquième Rencontre SNDP/Editeurs qui s'est tenue au Pavillon Gabriel sur le thème de « *La presse féminine : un marché toujours en ébullition* ».

Jamais autant de titres n'auront été en préparation dans les grands groupes sur ce marché des féminins. Marché qui génère plus de 200 millions d'€ en vente au numéro, ne serait-ce que pour les titres mode-beauté. Plusieurs lancements sont annoncés pour les mois qui viennent : le mensuel haut de gamme *Femmes*, lancé fin mai par Prisma Presse, puis l'édition française de *Grazia*, annoncée pour le mois d'octobre par Mondadori France, cette fois sur un rythme hebdomadaire. D'autres projets sont en préparation ou pourraient être d'actualité dans un horizon plus lointain. On parle d'une éventuelle adaptation du magazine *Look* par le Groupe Marie Claire, voire l'arrivée d'un *Vanity Fair* français...

Plusieurs moments ont ponctué la matinée : une présentation du lectorat de la presse féminine avec **Sophie Renaud**, directrice du Pôle Presse d'Aegis Media Expert, puis de son marché publicitaire avec **Eric Troussel**, directeur marketing du Pôle Investissements Publicitaires de TNS Media Intelligence. **Axel Ganz**, ancien président de Prisma Presse, a donné sa vision de l'évolution du marché sur les 25 dernières années et **Arnaud de Saint-Simon**, directeur général de *Psychologies Magazine*, est revenu sur les 10 ans de succès de son magazine. Une table ronde a ensuite été l'occasion pour plusieurs éditeurs de faire part de leurs projets, des évolutions de leurs titres et de leurs stratégies sur ce marché toujours en ébullition. Elle réunissait **Loïc Guilloux**, éditeur du pôle féminin de Prisma Presse, **Jean-Paul Lubot**, dga du Groupe Marie Claire, **Ernesto Mauri**, dg de Mondadori France, **Xavier Romatet**, pdg des Publications Condé Nast, et **Holger Wiemann**, éditeur du pôle féminin de Larivière Média •

# La presse féminine : un marché

Rencontre SNDP/Editeurs 13 mars 2008



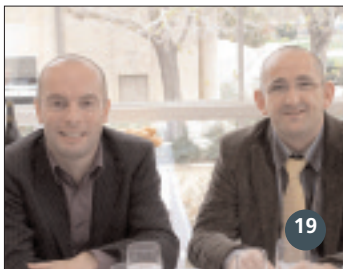
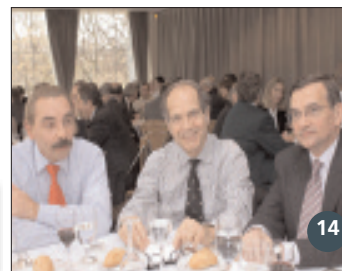
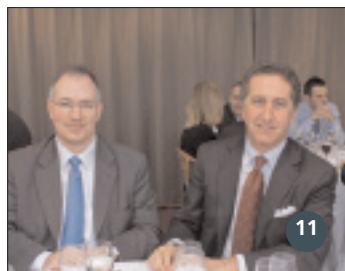
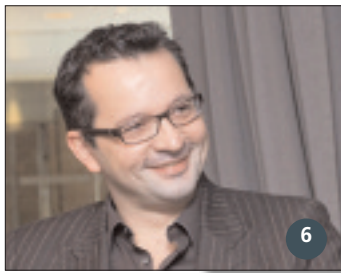
© Crédit photos : Laurent Pailler

## Pour plus d'informations

**SNDP**  
Syndicat National  
des Dépositaires de Presse  
7 rue du 4 Septembre  
75002 Paris  
01 44 50 53 20  
[www.sndp.fr](http://www.sndp.fr)

Le compte rendu de la matinée est présenté dans le dossier de *La Tribune de la Vente* 388 en pages 10 à 15.

# ché toujours en ébullition !



**1 Stéphane d'Altri o Dardari**  
Président du SNDP

**2 Sophie Renaud**  
Directrice du Pôle Presse d'Aegis Media Expert

**3 Eric Trousset**  
Directeur Marketing du Pôle Investissements Publicitaires de TNS Media Intelligence

**4 Axel Ganz**  
Ancien Président de Prisma Presse

**5 Loïc Guilloux**  
Editeur du pôle féminin de Prisma Presse

**6 Jean-Paul Lubot**  
Directeur général adjoint du Groupe Marie Claire

**7 Ernesto Mauri**  
Directeur général de Mondadori France

**8 Xavier Romatet**  
Président Directeur Général des Publications Condé Nast

**9 Arnaud de Saint Simon**  
Directeur général FINEV/ *Psychologies Magazine*

**10 Holger Wiemann**  
Editeur du Pôle Féminin de Larivière Média

**11 Stéphane d'Altri o Dardari** (Forbach) et Ernesto Mauri (Mondadori France)

**12 Catherine Lartigue** (Tarbes) et Jean-Charles Guéroult (Mondadori France)

**13 Loïc Guilloux** (Prisma Presse) et Christian Carisey (NMPP)

**14 Didier Bem** (Angoulême), Bernard Michel (Prisma Presse) et Dominique Gil (SNDP)

**15 Edouard Pauwels** (NMPP) et Holger Wiemann (Larivière Média)

**16 Eric Klufits** (Besançon) et Damien Liébart (Dunkerque)

**17 Fabien Goffinet** (Clichy) et Guillaume Urbain (Chevilly Larue)

**18 Fabienne Schwalbe** et Loïc Guilloux (Prisma Presse)

**19 François Touraton** (Bayonne) et Laurent Mousnier (Albi)

**20 Jean-François Verdon** (Villemomble) et Richard Béninger (SPPS)

**21 Bruno Potier** (Versailles) et Thierry Renault (Le Mans)

**22 Georges Lavogez** (SNDP) et Marc Bollaert (SPPS)

**23 Jean-Pierre Bastouil** (Carcassonne) et Stéphane Bernatas (Rodez)

**24 Laurent Lafon** (Tours) et Philippe Beyrieux (Rouen)

**25 Philippe Beyrieux** (Rouen) et Philippe Allenet (Reims)

**26 Philippe Guesdon** (Mondadori), Francis Boyer (Deauville) et Catherine Velle (Groupe Marie Claire)

**27 Serge Saiband** (Challans) et Gilles Almon (Castres)

**28 Caroline Roudier** (Antony) et Guillaume Belle (Bourg en Bresse)

**29 Sylvie Kunerth** (MLP) et Jean-Paul Abonnenc (AAP)

**30 Jean-Michel Martin** (Sèvres) et Marc Cevaer (Champigny sur Marne)

**31 Vincent Andrieux** (Saint Malo) et Damien Foulon (Auxerre)

**32 Xavier Cresp** (Saint Lo) et Jean-Jacques Méli (Argenteuil)

**33 Claire Maillard** (Orléans) et Régis Cautier (Dreux)

**34 Thierry Renault** (Le Mans) et Vianney Bouvier (Bobigny)

# Compte-rendu de la Commission

9 avril 2008

Stéphane d'Altri o Dardari, rappelle en introduction de séance, les faits marquants du mois de mars sur le marché de la presse et notamment le lancement réussi de *Oops !* et le succès rencontré par le premier numéro de *GQ*. Il note également avec satisfaction les projets en cours tels que le passage de *L'Equipe* au format Tabloïd le 7 juin prochain et le projet de lancement, le 22 mai, d'un nouveau mensuel féminin *Femmes* par Prisma-Press. Il souligne enfin la parfaite réussite de notre matinée Rencontre SNDP/Editeurs du 13 mars consacrée au marché de la presse féminine.

## Relations avec les NMPP

### ■ Objectifs 2007 et Commission d'arbitrage

La deuxième commission d'arbitrage, qui s'est tenue le 19 mars, a examiné les dossiers qui lui ont été soumis concernant l'application du coefficient de pondération. Comme cela a été spécifié dans un message du 23 mars sur notre site : « *Le SNDP est parvenu à atténuer l'impact du coefficient de pondération pour les dépôts ayant fait une demande d'arbitrage, grâce au reliquat de l'enveloppe V1. Ce reliquat est la résultante de la non atteinte des critères de la variable V1 par un certain nombre de déposataires. Les déposataires bénéficiant initialement d'une pondération favorable ne seront donc pas touchés et percevront ainsi l'intégralité de leur rémunération variable V2* ».

Un problème de répartition de ce reliquat a été cependant détecté par le SNDP. L'algorithme actuel induit un traitement inégal et non justifié entre les déposataires. Le SNDP a alerté les NMPP de ce problème.

### ■ Objectifs 2008

La majeure partie des déposataires ont signé leurs objectifs 2008. Toutefois, certains déposataires en désaccord avec leur délégué commercial NMPP sur le niveau des objectifs à atteindre ont reçu un courrier-type de la direction commerciale réseau leur demandant de revoir à la hausse leur(s) objectif(s). En cas de désaccord persistant avec le délégué commercial, les membres de la Commission Exécutive rappellent que le protocole d'accord SNDP/NMPP prévoit

explicitement la possibilité de saisir la commission d'arbitrage.

### ■ DMD4

Le déploiement DMD4 débute à la mi-avril et doit se terminer fin juin. L'accord cadre entre les NMPP, le SNDP et SCC a été signé le 4 avril. Les points clés de cet accord sont rappelés à la Commission Exécutive et figureront sur le site du SNDP afin que les déposataires puissent préparer la venue de SCC dans les meilleures conditions.

### ■ Relay banlieue

La desserte des Relay par les dépôts indépendants qui s'est opérée au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2007, s'est poursuivie au mois de mars auprès de certaines situations indépendantes de banlieue.

Toutefois, les Relay rattachés à la zone de chalandise du dépôt de Villeneuve le Roi n'ont pas été transférés alors que ceux-ci avaient été programmés. Ce contretemps a donné lieu à un échange de courriers entre le déposataire concerné et les NMPP. En réponse, les NMPP ont précisé que ce transfert n'était pas annulé mais simplement différé dans le temps.

### ■ Commission Economies

La commission Economies SNDP/NMPP s'est réunie le 19 mars. Les NMPP ont fait le point sur les tests en cours dans leurs dépôts concernant la diversification de leur activité :

- Commercialisation de cartouches d'encre Pygmenta
- Livraison de livres Editis-Interforum à des librairies/presse
- Distribution des catalogues Nouvelles Frontières

Le SNDP va faire un certain nombre de propositions aux NMPP concernant la poursuite de cette dernière activité.

### ■ Distribution CD Cabrel

Les NMPP ayant obtenu la distribution du CD Cabrel par Sony ont proposé au mois d'avril la diffusion de ce produit aux dépôts indépendants à des conditions tarifaires négociées avec le SNDP. Toutefois, une incompréhension subsiste entre les NMPP et le SNDP sur le montant de la rémunération. Le SNDP va donc écrire un courrier aux NMPP demandant une clari-

# Exécutive du 9 avril 2008

fication sur les conditions commerciales pour la distribution de ce type de produit.

## ■ Paquets remises

A la suite de la décision de la Commission Exécutive du 6 février concernant les paquets remises, les NMPP ont adressé un courrier au SNDP réaffirmant le maintien tarifaire pour les paquets hors presse et proposant une tarification pour le traitement de paquets presse. Face à cette volonté d'ouverture, le SNDP va faire une nouvelle proposition aux NMPP pour faire aboutir ce dossier.

## ■ Q2 diffuseurs

Les NMPP ont dû rappeler un certain nombre de chèques destinés aux diffuseurs qualifiés pour le 2<sup>ème</sup> plan à la suite d'une erreur de paramétrage concernant le critère de géo commercialité. Par ailleurs, certains diffuseurs qualifiés n'ont pas reçu de versement de rémunération complémentaire alors qu'ils avaient obtenu la totalité des critères. Les membres de la Commission Exécutive regrettent ces erreurs qui retardent la rétribution des diffuseurs qualifiés.

## ■ Suivi-Réseau 3

Un groupe de dépositaires a travaillé avec les NMPP pour vérifier le cadrage des commissions pour le Suivi-Réseau version 3. Après vérification, il semble que le cadrage soit désormais satisfaisant. Cela va donc autoriser le déploiement de la nouvelle version à l'ensemble du réseau.

### Intervention de *Libération*

Une délégation du journal *Libération* composée du directeur général, Denis Pierrat, et du directeur de la diffusion, Philippe Vergnaud, accompagné par ses équipes est venue à la Commission Exécutive pour dresser un bilan sur la diffusion du quotidien :

- le tassement des ventes constaté depuis novembre 2007
- le bilan positif de la nouvelle formule de *Libération*
- la force de la marque *Libération*
- la montée en puissance du site internet de *Libération*.

Ils ont également présenté l'opération de gratuité de *Libération* au cours de la journée du 11 avril contre remise d'un coupon distri-

bué au réseau de diffuseurs. Cette opération a pour but de reconquérir un lectorat perdu au fil des années, de fidéliser l'énorme potentiel des lecteurs irréguliers et de montrer la qualité de ce journal.

### Relations avec les MLP

## ■ Les Matins de la Presse consacrés au niveau II

Des rencontres « Matins de la Presse » sont régulièrement organisées par les MLP sur différentes thématiques. Les éditeurs MLP sont conviés à cette manifestation ainsi que différentes personnalités concernées par le sujet. Début avril les MLP ont souhaité aborder le thème du niveau II dans le cadre de cette matinée. Différents acteurs de la chaîne de distribution de la presse ont donc été conviés pour apporter leur témoignage : Jean-Louis Marcel, diffuseur à Lyon, Francis Boyer, dépositaire à Deauville, Patrick André, directeur délégué MLP et Jean-Pierre Refour, directeur de la diffusion des Editions Bauer. Les interventions et les débats qui ont suivi ont permis d'apporter des éclairages sur la situation actuelle du niveau II ainsi que sur le rôle et la fonction du dépositaire.

### La vie du SNDP

## ■ Compte-rendu de la délégation commerciale

Une réunion de la délégation commerciale s'est tenue le 8 avril. Dans le cadre de cette délégation, un point a été réalisé sur les contrats-cadre en cours :

- Le livre (Editions de Borée, Interforum, Piccolia)
- Les piles (GP batteries)
- La téléphonie (Altadis)
- Le paiement internet (Wexpay)

A la suite de rencontres et de tests, deux nouveaux contrats-cadre vont être proposés aux dépositaires :

- les cartouches d'encre pour imprimante avec la société SRDI
- un concept de papier électrostatique pour le dessin/enfants avec la société Kalimage

Un point a également été établi sur les événements en cours :

- Les Trophées Diffuseurs 2008 dont le jury se réunit le 23 avril
- Les rencontres commerciales qui ont déjà eu lieu dans 12 dépôts ■