

Comité des adhérents Maison de la Presse

Jeudi 06 Novembre 2008

Contribution du comité des adhérents Maison de la Presse aux états généraux de la Presse

Maison de la Presse est une enseigne de spécialistes de presse en hyper centre ville. Véritables commerces culturels, nos magasins présentent une offre presse de plus de 3000 titres ainsi qu'une offre librairie généraliste.

Nous sommes des commerçants indépendants souvent entourés d'une petite équipe de salariés très attachés aux valeurs de notre enseigne: accueil, expertise, solidarité, sens du commerce et service aux clients.

Depuis quelques années, la faible rémunération de l'activité presse qui pèse pour plus de 50 % de notre chiffre d'affaires, n'a pas permis d'absorber les hausses des charges d'exploitation en constante croissance.

De plus l'augmentation de la valeur des pas de portes en centre ville dépasse souvent la valeur de nos fonds de commerce, entraînant la disparition de Maison de la Presse significatives.

Ces disparitions causent la perte de plusieurs dizaines de millions d'euros de chiffre d'affaires presse, au grand regret des habitants des villes concernées.

Ces difficultés ne doivent cependant pas occulter notre volonté d'être les acteurs du renouveau de la diffusion de la presse.

Dénués de tout esprit corporatiste, nous sommes en effet convaincus que les spécialistes de presse constituent le socle de tout réseau pérenne de diffusion de la presse.

Nous associons dans notre démarche les enseignes Relay, Mag Presse, Agora Presse....

Nos propositions pour un développement durable du réseau de spécialistes de presse :

1) Reconquérir en 3 ans les centres de villes importantes (+ de 30000 habitants) ne disposant plus de spécialiste de presse :

Création de 100 points de vente spécialistes avec un potentiel à 500 K€ de C.A presse par an.

- Cela nécessite la création d'un fond d'aide à la création de point de vente assorti d'un fond de prêt à taux bonifié géré par l'interprofession.

- Les messageries de presse, les éditeurs, les déposataires étant susceptibles de prendre des participations dans les points de vente.

(apport en compte courant remboursable).

2) Augmenter la rémunération des spécialistes de presse :

- Par la mise en place d'un barème simple (remise quantitative et qualitative) permettant aux commerçants de mesurer leur engagement, de financer les projets (obtention de prêt) et de piloter leur activité en chef d'entreprise.

- Barème de remise de 25 % à 28 %.

3) Donner aux spécialistes de presse les moyens commerciaux et marketing indispensable au commerce moderne :

- Offre titre raisonnée / quantités adaptées

- Négocier avec les éditeurs des opérations commerciales à forte valeur

ajoutée

- Proposer des outils de fidélisation point de vente (abonnement point de vente, carte de fidélité ...)
- Proposer de l'abonnement postal à domicile
- Disposer d'informations fiables nécessaires aux besoins des clients
- être acteur dans la gestion de points de vente complémentaires (titres spécialisés, quotidiens)

L'ensemble de ces mesures (points 1, 2 et 3) doit également permettre de développer, des magasins spécialistes de presse en galerie marchande d'hypermarchés, en complément de rayons presse intégrés avec le souci du respect de bonnes pratiques commerciales équitables.

L'ensemble de nos expériences au sein du comité des adhérents Maison de la Presse , nous conduisent à solliciter une audition devant votre commission, nous permettant de pouvoir développer nos propositions.

- Éric Radondy - Didier Delisle
au nom de l'ensemble des membres du comité Maison de la Presse.