



Culture Presse

Union des commerçants des loisirs et de la presse

Situation du réseau de vente de la presse pendant la crise sanitaire – point au 26 mars 2020

Pendant cette période de confinement, Culture Presse reste au plus près de ses adhérents, et l'organisation professionnelle a voulu se mettre en situation d'identifier les difficultés auxquelles sont confrontés les marchands de presse indépendants, pour guider son action et garder l'ensemble des parties prenantes de la filière, comme les pouvoirs publics informées sur les réalités du moment.

Pour cela, elle utilise plusieurs outils :

- Culture Presse a sollicité directement les marchands sur leur situation, en leur demandant de répondre à un questionnaire. Avec déjà plus de 2000 réponses, ses enseignements apparaissent d'ores et déjà significatifs.
- L'organisation professionnelle a redirigé les moyens de son baromètre d'activité et ses process de traitement de la data remontée par plus de 3 000 marchands indépendants via leurs scannings de caisse pour réaliser un premier suivi de leur activité économique et de la fréquentation des points de vente. A date, les données de caisse de 3 154 marchands ont ainsi été remontées jusqu'à la semaine 12 avec le précieux concours de Devlyx.
- Les équipes terrain de Culture Presse ont pu contacter la quasi-totalité des dépositaires, Indépendants (y compris adhérents d'Alliance), Agences de la SAD, Soprocom pour mesurer avec ces acteurs de la relation commerciale au quotidien les taux d'ouverture réels du réseau. Elle les remercie pour leur participation.

Un réseau majoritairement ouvert, à date, malgré des difficultés.

Les échanges avec les dépôts ont permis de mesurer plus précisément cette réalité. Ce sont ainsi la quasi-totalité des dépositaires qui nous ont répondu – hors Paris. 56 dépositaires, représentant 61 mandats exactement.

Sur cette base, on a pu mesurer que **seuls 12,55 % des points de vente de presse, toutes typologies confondues, sont fermés** à la date du 26 mars.

Relay et les enseignes culturelles sont désormais presque totalement fermés – respectivement 621 et 152 points de vente – pour une part de marché des ventes presse cumulée de 10,7% (9% pour Relay et 1,7% pour les EC).

Les dépositaires confirment que quelque 3% des rayons de la grande distribution alimentaire sont officiellement fermés, confirmant les informations publiées par MLP (on rappellera que ce segment regroupe 2 554 hypermarchés et supermarchés). Ils sont toutefois nombreux à souligner que cette donnée est basée sur les seules déclarations par ces points de vente dans les outils de dialogue filière et à nous indiquer qu'ils estiment ce pourcentage est fortement sous-évalué, dans la mesure où ces points de vente mobilisent leurs équipes disponibles sur le rayon alimentaire, sans avoir nécessairement pris la peine de se déclarer fermés temporairement. Il n'est donc pas du tout évident que ces points de vente mettent effectivement en rayon les exemplaires qui leur sont attribués. Il y a là une source d'attention pour les éditeurs, au moment de faire leurs réglages pour les mensuels d'avril et les trimestriels à paraître tout particulièrement.

Sans surprise, c'est le segment des indépendants qui constitue le gros des bataillons de points de vente ouverts. Une situation qui semble s'être stabilisée, même si ces indépendants, à l'économie fragile ne peuvent absorber durablement le choc du confinement – et que les points de vente qui ne peuvent ajouter les flux du tabac à ceux de la presse pourraient rapidement connaître des difficultés.

Une fréquentation – et des encaissements en forte baisse :

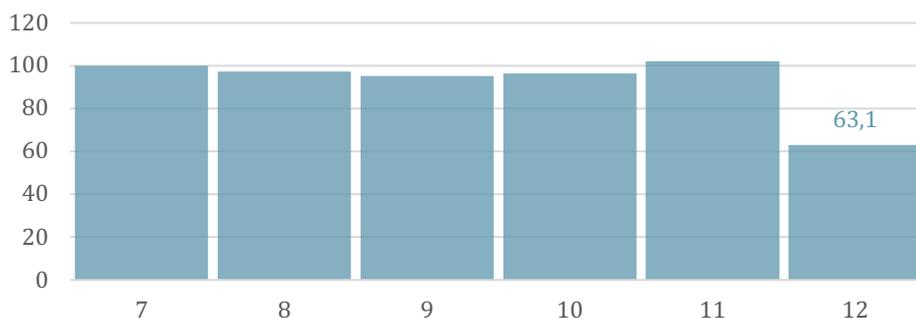
Ainsi, en comparant la semaine 12 (16-22 mars) à la semaine qui précède (9-15 mars) on peut relever :

1. **Le nombre moyen de tickets caisse est en forte baisse : - 38,2%**, traduisant à la fois la réduction des horaires et – surtout – les restrictions de circulation liées à la situation sanitaire.

On parle ici de tickets caisse tous produits, presse, tabac le cas échéant, jeux, librairie et autres produits vendus accessoirement avec la presse ou le tabac. C'est une très forte réduction qui touche toute l'économie du point de vente – et justifie largement le recours au chômage partiel, au-delà même de l'impossibilité de protéger efficacement la santé des employés.

Cette moyenne recouvre évidemment des situations très contrastées selon les implantations et les activités pratiquées. Nul doute que la présence d'une activité tabac favorise la fréquentation.

Fréquentation tous produits base 100 = semaine 7



2. Le chiffre d'affaires moyen, tous produits confondus, est également en baisse sensible : - 13,2%.

Là encore, on parle de l'ensemble des produits commercialisés par le marchand de presse. Compte tenu de l'économie relativement modeste de ces professionnels, il y a là un indicateur à surveiller, qui ne pourra que peser sur la trésorerie et la pérennité au final de ces magasins.

Nous ne sommes pas, à date, en mesure d'identifier ce qu'il en est des encaissements presse, dans un contexte de forte baisse des volumes distribués, mais Presstalis vient de communiquer pour indiquer - 35,9% en valeur pour les quotidiens, en comparaison à la semaine 16 de 2019 et - 7,4% pour les magazines).

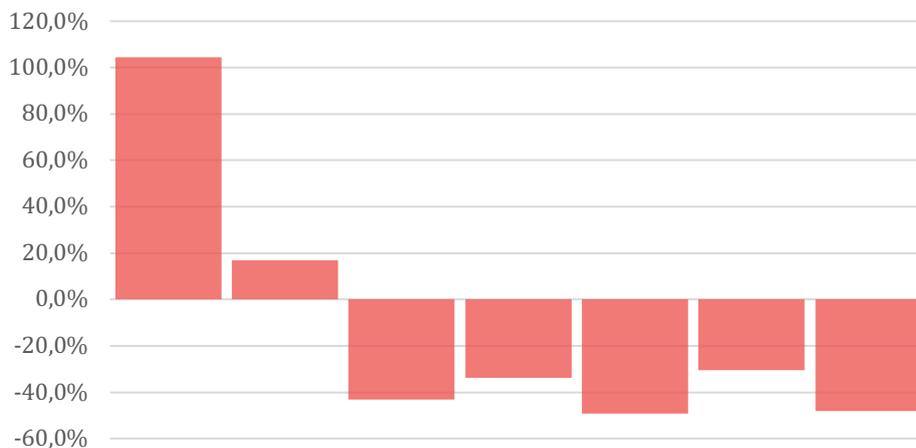
3. Surtout cette baisse d'activité, tous produits confondus tient compte d'un début de semaine très soutenu sur le plan du chiffre d'affaires : un effet « réserves » avant le début du confinement, qui se remarque très nettement. Sans cet effet lundi et mardi matin sur les ventes, les marchands de presse auraient connu une division par deux de leurs ventes totales, tous produits :

Encaissements tous produits : semaine 12 comparée à la précédente						
Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
+ 104,6 %	+16,8 %	- 43,1 %	- 33,9 %	- 49,3 %	- 30,5 %	- 48,2 %

La tendance sur la semaine laisse craindre une forte baisse d'activité pour le réseau de vente de la presse pour la semaine prochaine et les suivantes.

Encaissements par jour

semaine 12/semaine 11

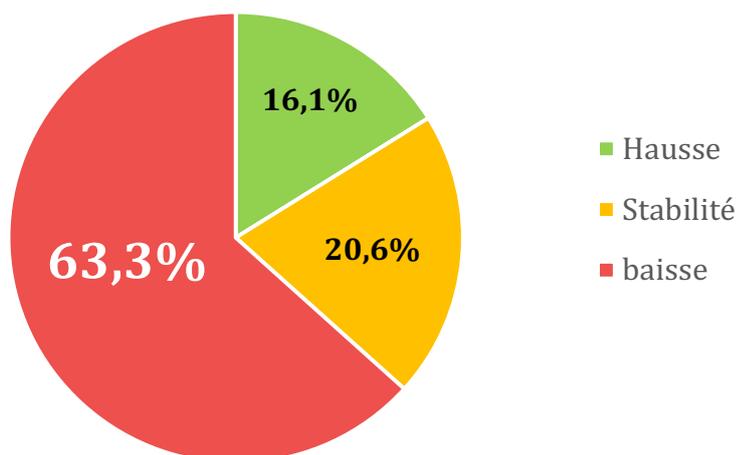


Enseignements de notre questionnaire :

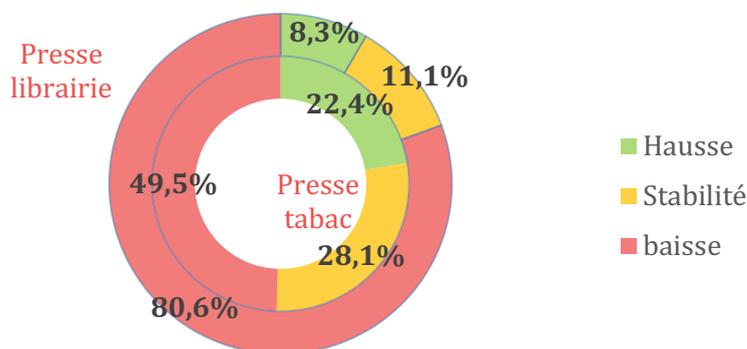
- 92,5 % des points de vente de l'échantillon se déclarent ouverts, sans différence notable pour l'heure entre points de vente avec ou sans activité tabac.
- **78,9 % des points de vente ouverts déclarent avoir réduit leurs horaires.** Dans le détail, on notera une sur-représentation des points de vente pratiquant également l'activité tabac parmi ceux qui n'ont pas eu recours à cette mesure.

- Concernant le chiffre d'affaires presse de la semaine 12, comparé aux données de la semaine homologe de 2019, on notera que **63,3% des sondés (ouverts) déclarent un chiffre d'affaires en baisse**. 20,6% déclarent un encaissement presse stable et 16,1% déclarent une hausse. Cette remontée du terrain permet de compléter les données de l'observatoire, sur l'ensemble des produits. La grande majorité des magasins indépendants est donc en situation de fragilité. Et sa trésorerie va devenir rapidement problématique

Evolution des encaissements presse semaine 16 - 2020/2019

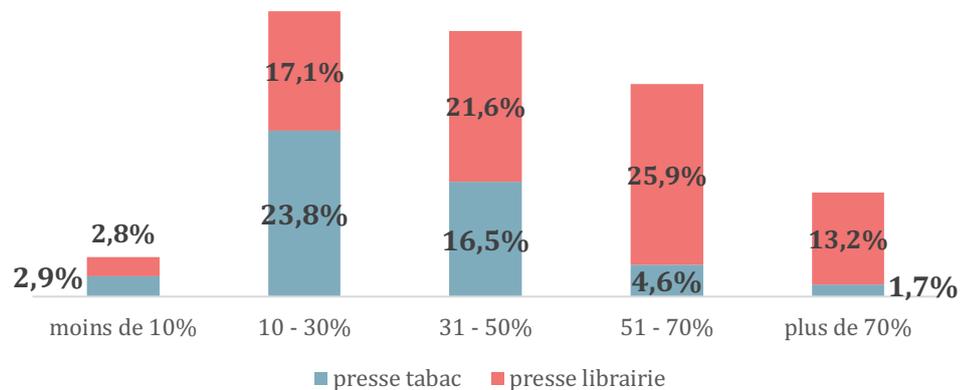


- En revanche, un net décalage entre les magasins qui bénéficient des flux du tabac et des autres interpelle et doit appeler la profession à une vigilance accrue. Les librairies presse démontrent ici une fragilité particulière, qui pourrait rapidement conduire à des situations graves.



On rappellera utilement que 43% du réseau des marchands de presse est également buraliste. Historiquement, ce sont les magasins qui bénéficient du triptyque - presse, tabac, jeux - qui sont les plus solides financièrement. Si ceux-ci souffrent moins de la baisse du chiffre d'affaires presse, il ne faut pas pour autant oublier que ce réseau est en pleine transformation - et qu'il reste lui aussi particulièrement fragile. Passé les premiers jours - propices au stockage - il pourrait rapidement « rattraper » les librairies presse.

Points de vente ouverts déclarant une perte de CA Presse



Peu de points de vente déclarent, à date, avoir pu bénéficier d'accompagnement :

- Les marchands indépendants, confrontés à des bailleurs privés dans une large majorité des cas, n'ont pas bénéficié d'une suspension de leur loyer. Un certain nombre de ceux qui sont installés en galerie marchande se sont également vu refuser une telle mesure par leur bailleur, au motif qu'ils ne sont pas obligés de fermer...
- A l'inverse, de nombreux marchands qui veulent ouvrir se voient menacés de fermeture par les municipalités ou les forces de l'ordre, au motif qu'ils vendent (de manière accessoire) d'autres produits que la presse ou du fait que la presse ne constitue pas un achat essentiel...
- Ils ne sont que 53% à avoir eu recours au chômage partiel, craignant à juste titre que l'administration leur en refuse le bénéfice, au même motif que les bailleurs. Alors même qu'ils sont contraints à la diminution des horaires (78,9% de l'échantillon) et qu'ils ne peuvent garantir la sécurité de leurs salariés. Un point qui mériterait sans doute d'être éclairé par les pouvoirs publics.
- Seuls 26,7% déclarent avoir obtenu une suspension des échéances de la part de leur banque. Là encore, c'est parce qu'ils sont ouverts que certaines banques – ou certaines agences semblent estimer qu'ils ne doivent pas être concernés.
- 11,4% d'entre eux ont obtenu, à date, un concours de trésorerie de leur banque.
- L'aide forfaitaire de 1500 € destinée aux entreprises en difficulté pourrait également ne concerner qu'un nombre limité de points de vente.

Au final, les marchands sondés se déclarent à 73,3% inquiets pour l'avenir. Le risque est élevé, de fermetures en nombre, mais aussi de disparition de ces vendeurs de biens culturels de proximité, victimes d'une crise sanitaire qui risque de durer et, paradoxalement fragilisés par leur dévouement au service de l'information et de la culture.