

## Angélique Babin, présidente de la délégation de Villedieu

ven 18/04/2025 - 14:58



Chaque mois, La Quotidienne d'Union Presse donne la parole à un marchand de presse, afin de partager sa vision sur la filière. En ce mois d'avril, Angélique Babin, partage son amour du métier.

### **Quelles sont vos coups de cœur du moment ?**

L'encyclopédie de la mode. Cela fait 20 ans que je suis dans le métier, et c'est une thématique que je n'avais pas encore vue. Je trouve l'idée excellente, et c'est un produit exceptionnel, de qualité pour la presse. J'aime également les magazines de voyage, qui proposent toujours de très belles photographies.

Cette année, avec le Millénaire de Caen, la ville s'est vraiment employée pour en faire une fête, donc les magazines qui traitent de cet événement sont prioritaires. Il y a aussi le vélo, en perspective de l'étape du Tour de France qui passera par la ville.

### **Quel est votre moment privilégié de vos journées ?**

J'aime venir à vélo le matin, c'est une belle façon de débuter la journée, en écoutant les oiseaux. Ça me permet de transmettre cette bonne énergie à l'équipe et aux clients dès l'ouverture. Le soir, c'est une façon d'enlever mon stress. Dans ma jeunesse, je faisais de longues randonnées à vélo, mais aujourd'hui je suis contente que mon magasin ne soit pas trop loin de mon domicile... J'apprécie aussi tout ce qui touche au partage, prendre le café avec mes collaborateurs, écouter les anecdotes des clients ou partager un nouveau magazine.

**Comment imaginez-vous votre métier dans vos prochains mois ?**

Il faut continuer de développer de nouveaux axes de diversification. Je pense notamment à La Poste. C'est évident que nous devrions avoir cette enseigne, on vend déjà de la carterie, de la papeterie, des timbres, des photocopies. Quand on voit l'amplitude horaires de nos magasins, supérieure à la plupart des bureaux de poste, on voit l'intérêt de nouer un partenariat sérieux. L'avenir, ce sont aussi les jeunes. Dans mon magasin, je les vois s'épanouir au contact de la clientèle et avec la multitude d'activités. C'est une sorte de tremplin pour eux, ils développent leurs compétences et leurs qualités humaines. Après une première expérience d'alternance, beaucoup d'entre eux se tournent vers des études supérieures.

**Qu'aimeriez-vous trouver dans la Quotidienne ?**

Des conseils et recommandations pour la santé des travailleurs sédentaires, que nous sommes, et notamment en posture prolongée debout. Il y a aussi tout ce qui peut être en lien avec la réglementation, c'est parfois compliqué de suivre.

Une rubrique où chaque commerçant pourrait raconter un évènement qui lui est arrivé, serait aussi bienvenue, je pense notamment à toutes les tentatives de fraudes. Je pourrais me dire en lisant : "Tiens, ça ne m'est pas arrivé à moi, mais je ferai plus attention maintenant."

**Quel message avez-vous à adresser aux marchands de presse ?**

Il faut favoriser le collectif pour être plus forts ensembles. Le marchand ne mesure pas toujours l'importance de consacrer un peu de son temps à la profession, par exemple participer à l'assemblée générale. Et pourtant, pour défendre nos intérêts, il faut pouvoir peser et afficher notre solidarité vis-à-vis de nos partenaires et des élus.

**Qu'est-ce que vous aimeriez changer ou améliorer dans votre quotidien ?**

J'aimerais pouvoir me réserver des créneaux réguliers pour des activités de loisirs. Aujourd'hui, avec les nombreux imprévus qu'il peut y avoir dans mon magasin, cela contrarie mon inscription à une activité régulière.

**Quelles sont vos prochaines batailles en tant qu'élue de Culture Presse ?**

Les commissions CB, notamment sur les activités à faibles marges, car il ne me semble pas équitable de payer 100 % des commissions sur ces transactions avec une rémunération marginale. D'autant plus que le paiement par carte bancaire est un phénomène de société, il ne doit pas reposer sur le seul marchand, qui ne décide pas des prix de vente sur une grande partie de son activité.

**Qu'est qui vous anime encore après 20 ans de métier ?**

J'ai tendance à penser que nous sommes de véritables marathoniens et le carrefour de la journée de nombreux clients. Toute personne, de toute génération, peut passer par nos magasins, qu'il ait un gros ou un petit budget. Ce n'est pas un hasard si nous avons été retenus comme commerce essentiel.