union PRESSE

S'unir pour inverser la tendance

lun 20/04/2026 - 14:31



Chères consœurs, chers confrères,

Le mois de mars 2026 conclut le trimestre en confirmant le net ralentissement de l'encaissement presse du marchand spécialiste indépendant. Dans un contexte déjà morose, le déclenchement des hostilités au Moyen-Orient n'a pas arrangé les affaires, comme en témoigne l'observatoire de l'Alliance du Commerce, et plus encore pour les produits culturels. Les prix à la pompe ont dépassé le seuil symbolique des deux euros le litre, et les inquiétudes sur le pouvoir d'achat sont au plus haut. Plus de quarante jours de conflit sans perspective claire de sortie ne permettent pas d'espérer corriger les tendances de 2025 à court terme. La fréquentation au mois de mars est en baisse de 4,3%. C'est la plus forte baisse du nombre moyen de tickets-caisse depuis mars 2020. Sans surprise, l'ensemble des activités du marchand est en baisse et l'encaissement tous produits confondus recule de 3,3% en cumul annuel.

Dépositaires et SADP constatent eux aussi une baisse des volumes distribués et notre observatoire affiche un mois de mars au plus bas. Ainsi, le volume d'affaires prix fort de presse nationale affiche une baisse de 7,9%, comparé à mars 2025. Les magazines, qui représentent

les trois quarts de nos ventes, tirent cette tendance vers le bas. Sur treize univers merchandising, seule une petite famille est en progression en mars : ado et musique avec +1,4%. Si on se concentre sur le top 5 de nos ventes, nous constatons que les ludiques et la presse télé limitent la casse, avec respectivement -1,5% et -2,3%. Du côté des féminins et de la presse enfants, c'est un recul plus marqué (-6,8% et -8,5%). Quant à la presse magazine d'actualité, elle ne tire pas avantage de la situation internationale (-11,6%), pas plus d'ailleurs que les quotidiens IPG, en recul de 6%. D'une manière générale, les quotidiens sont en baisse de 6,9%, avec le « sport » qui réalise une mauvaise performance (-7,4%). Le trimestre se termine ainsi sur une baisse de l'encaissement moyen du spécialiste de -5,6%. Nous restons toutefois plus résilients que le commerce de centre-ville dans son ensemble. L'augmentation de la rémunération des spécialistes, dont l'effet sera visible à partir du 2e semestre, arrive à point nommé pour nous permettre d'encaisser un trimestre décevant. Notre Congrès annuel a permis de réunir de nombreux éditeurs et acteurs de la filière. Ensemble, nous avons pris conscience que notre réseau de marchands, acteur essentiel de la vente au numéro, doit bénéficier d'une attention plus soutenue des éditeurs pour l'animer afin de redynamiser les ventes et de permettre d'inverser les tendances. Nous sommes les premiers commerces culturels de proximité, vecteurs de lien social, si indispensables à la vie de nos communes et de nos quartiers. C'est un enjeu essentiel sur lequel Culture Presse se mobilisera. Comme je l'ai dit en conclusion de mon discours du Congrès face à la profession : « Nous croyons en notre réseau. Croyez en nous. Le papier a encore un bel avenir. Ne regardons pas derrière nous, mais allons de l'avant. C'est en agissant tous ensemble que nous réussirons ».

Jean-Michel Detchart
Président national de Culture Presse
