union PRESSE

mar 07/04/2020 - 15:57



Mes confrères, marchands de presse indépendants, sont aujourd'hui sur le front créé par une crise sanitaire sans précédent, majoritairement ouverts pour assurer leur mission, la présence de l'information et de la culture au sein des territoires. Leur attention est toute entière concentrée sur la survie de leurs affaires, alors que les chiffres d'affaires baissent, que la trésorerie se tend, et que leurs charges ne sont que marginalement allégées. Culture Presse, seule organisation professionnelle représentative au plan national de leurs intérêts, est évidemment largement mobilisée sur leur accompagnement et leur information. Pour autant, elle n'oublie pas que se joue concomitamment une autre crise dont les conséquences sur le réseau des marchands de la presse pourraient se révéler brutales.

J'évoque naturellement la situation de Presstalis, acteur structurant de la filière de distribution, dont le dépôt de bilan est annoncé, et sans doute inéluctable. Bien que nous n'ayons, évidemment, pas été associés étroitement aux discussions, les informations dont nous disposons nous laissent comprendre que deux projets sont désormais en concurrence, pour assurer la suite de la distribution de la presse sur tout le territoire national, et que les discussions se déroulent sous l'égide du CIRI. C'est dans ce cadre que j'ai souhaité vous adresser ce message, au nom des élus de Culture Presse, et plus généralement au nom des 14 000 adhérents de l'Organisation professionnelle que j'ai l'honneur de présider.

Je tiens à vous exprimer clairement, ici, que notre organisation professionnelle n'est pas en mesure d'afficher une préférence pour l'un ou l'autre des projets, faute d'en connaître précisément les contours techniques, sociaux ou financiers. Sans connaissance du détail de chaque plan, il serait absurde que nous nous prononcions, d'autant que les marchands ne s'intéressent pas – et ne se sont jamais intéressés – au choix d'une coopérative ou d'une messagerie par les éditeurs. Au niveau du point de vente, cette donnée n'a pas d'importance, et les flux physiques comme financiers sont confondus à l'échelon du dépôt, à l'exception de Paris. Culture Presse respecte depuis toujours ce choix. Enfin, il nous apparaît que les marchands n'ont jamais été associés à la gestion des messageries, qui appartenait aux éditeurs, et qu'il semblerait curieux qu'ils soient à présent amenés à se manifester sur ce sujet singulier.

Il ne faudrait pas, pour autant, penser que les marchands ou Culture Presse puissent se désintéresser de ce qu'il se passe en ce moment même en amont d'une filière dont ils sont le dernier maillon. Chacun doit, au contraire, au moment des choix, garder au cœur de ses préoccupations la pérennité de ce réseau stratégique et je crois donc utile d'exprimer auprès de vous les attentes du réseau de détail de la presse française, au regard de la solution qui sera finalement mise en œuvre.

Les marchands attendent que soit privilégiée une solution qui assure la continuité de la distribution, dans sa dimension physique, avec le moins de perturbations possible. De ce point de vue, et quelle que soit la solution retenue par les éditeurs, ils insistent sur la nécessité de s'appuyer sur les dépositaires, indispensable relais de terrain commercial comme de consolidation des flux physiques, informationnels et financiers.

Ils soulignent leur besoin impératif de continuité dans la gestion des flux financiers entre marchands et filière, matérialisée par la poursuite sans modification ni interruption de leurs relevés de presse, du versement de leur commission au fil de l'eau, de l'échéancier des paiements et, enfin, du crédit de leurs invendus. Ils souhaitent, de ce point de vue, maintenir le principe d'une facturation et de crédits consolidés par le dépôt.

Au-delà de ce cahier des charges, les marchands spécialistes indépendants rappellent qu'ils doivent impérativement percevoir leurs compléments de rémunération au titre du second semestre 2019 en avril, au risque d'ajouter une difficulté structurelle à l'impact de la crise sanitaire qui les frappe de plein fouet, et de mettre en cause leur pérennité. Culture Presse appelle à un affichage clair sur ce sujet.

Enfin, je tiens à souligner que nous devons pouvoir compter sur une solution rapide et durable. Rapide, car l'incertitude dans laquelle se trouvent actuellement les éditeurs les conduit à réduire leurs quantités distribuées et à différer des projets, ce qui a des conséquences sur l'activité des marchands. Il convient donc certainement de trancher rapidement. Durable, car les marchands veulent pouvoir se concentrer sur leur mission première : la vente au public, et non se demander à quel moment surviendra la prochaine crise de l'outil de distribution et quelles conséquences cela pourrait avoir sur leur propre modèle économique.

Culture Presse, en responsabilité, apportera son soutien actif à la mise en œuvre de toute solution qui émergera, rapidement et sans esprit partisan, dès lors que les prérequis que j'ai souhaité exprimer ici auront trouvé un écho. J'en appelle à la responsabilité des acteurs de la

filière pour une solution rapide et apportant un modèle économique assuré, au moins à moyen terme, offrant ainsi une visibilité pour tous, essentielle à la pérennité des entreprises. Je compte sur vous pour que soient pris en compte les attentes et les besoins des marchands de presse, et singulièrement des spécialistes indépendants, dans la recherche d’une solution.

Daniel Panetto, Président
