

Thierry BOUSSAC

Tabac Presse Papeterie

2 rue des Pyrénées

32720 Barcelonne du Gers

Question 1 :

Quels sont vos commentaires sur les conditions de rémunération actuelles des marchands de presse ?

Ma réponse :

Les conditions de rémunération des marchands de presse sont trop faibles et trop complexes.

De plus, elles sont en partie différées de 4 à 9 mois car les compléments de rémunérations, aussi faibles soient-ils, ne sont payés que deux fois par an.

Soit et selon les années :

Entre le 15 octobre et jusqu'au 15 novembre pour les ventes réalisées entre le 1^{er} janvier et le 30 juin.

Et entre le 15 avril et jusqu'au 15 mai pour les ventes réalisées entre le 1^{er} juillet et le 31 décembre alors même que les remontées des ventes est effectué quotidiennement et le paiement des sommes dues est effectué toutes les semaines.

Question 2 :

Au regard de l'évolution de la vente au numéro de la presse au cours des 5 à 10 dernières années et de vos perspectives à l'horizon des 5 à 10 prochaines années, quelles évolutions des conditions de rémunération des marchands de presse jugez-vous souhaitables ? Pour quelles raisons ? Quelles sont, selon vous, les principales incitations économiques que les conditions de rémunération des marchands de presse devraient induire ?

Ma réponse :

Après plus de 22 ans d'activité dans le même point de vente il est clair que les perspectives de l'activité « Presse » ne sont pas réjouissantes.

La baisse constante des volumes de vente nous amène à ce jour à un seuil critique en termes de rentabilité au mètre carré. De plus, le système de rémunération n'a jamais évolué sur les pourcentages de base (13% sur les publications et 14% sur les quotidiens) alors même que ce sont les volumes de ventes qui compensaient la faible rémunération de base.

Les pseudos compléments ne favorisent que les gros points de vente (plus le CA est élevé plus on touche). Or, le travail est le même en termes de pointage, rangement, contrôle, et surfaces immobilisées pour l'activité, que l'on vende 10 exemplaires de 50 titres ou 100 exemplaires de 50 titres.

La disparité des pourcentages de rémunération en fonction du CA, la taille du point de vente et même sa localisation est une aberration et n'encourage absolument pas à conserver l'activité presse dans les petites communes rurales. Sans oublier le décalage de paiement de ces compléments de rémunération comme expliqué dans la réponse à la question 1.

Il nous faut impérativement :

Une augmentation substantielle de nos taux de commission de base,

Le même pourcentage pour tous les points de vente

Un paiement intégral des commissions au fil de l'eau.

Supprimer tous les compléments variables qui sont totalement injustes et qui de plus sont totalement invérifiables pour les diffuseurs de presse

Sur les autres activités commissionnées telles que le tabac, la Française des Jeux, la Poste, les timbres fiscaux et amendes, par exemple, le pourcentage de commission est le même pour tout le monde quel que soit la taille et le poids du point de vente et sont intégralement payés au fur et à mesure de nos ventes. Nous pouvons ainsi établir un véritable budget prévisionnel et nous savons exactement où nous en sommes ce qui est quasi impossible pour l'activité presse.

La commission « Tabac » a augmenté de près de 40% ces quinze dernières années...

Pour limiter la diminution de son réseau de magasin le « tabac » (encore lui) a même fait tout le contraire de la presse en attribuant un complément de rémunération aux petits points de vente afin de garantir une viabilité économique et maintenir son maillage territorial. Il n'est d'ailleurs pas rare de voir des magasins de presse fermer avec un transfert de l'activité au bureau de tabac et très très rarement l'inverse.

Il est normal que le nombre de points de vente de presse diminue. On nous impose des pourcentages de surface, murale et au sol, à consacrer à l'activité presse alors même que cette activité est de moins en moins rémunératrice. En bon gestionnaire, lorsque vous analysez la rentabilité au mètre carré de l'activité presse au regard des charges fixes, qui elles ne cessent d'augmenter, vous constaterez rapidement qu'il est plus rentable, et surtout économiquement vital pour votre entreprise, de remplacer la surface « Presse » par une autre activité plus rémunératrice.

J'aime mon métier, que je pratique depuis le début du siècle, mais aujourd'hui si je conserve l'activité « Presse » dans mon magasin c'est uniquement pour le service de proximité que j'offre à ma clientèle rurale mais la rentabilité n'est plus là. Ce sont mes autres activités qui me permettent de maintenir l'offre « Presse » or, les éditeurs et les distributeurs se comportent envers le réseau de diffuseurs comme s'ils étaient indispensables à notre survie économique, ce qui n'est absolument plus le cas.

Il est plus qu'urgent de mieux considérer le réseau de diffuseurs de presse et l'augmentation de sa rémunération en fait partie.