



Walter AGOSTI  
Gérant de librairie et  
président de VISION PRESSE

### *Parlez-nous de vous, de votre parcours*

Dès l'âge de 15 ans, je travaillais déjà comme étudiant, quelques heures par semaine, dans une librairie-presse. J'étais et je suis toujours accro à la presse papier et à l'âge de 26 ans, en 1983, j'ai repris mon premier magasin de presse à Wavre. C'est là, plus tard, que je suis devenu '**Walter le libraire**' car c'est dans ma boutique que venait Charles Michel, à l'époque premier Ministre, et aujourd'hui Président du Conseil européen. En 2004, j'ai repris un second magasin de presse, à Ottignies. Parallèlement je travaillais dans une compagnie d'assurance, J'étais investi dans des fédérations de libraires, et également dans la politique locale. C'est en 2017 que j'ai fermé mon magasin de Wavre. Aujourd'hui je ne conserve que mon **point de vente à Ottignies**, qui est également un point poste. Je suis un retraité encore très actif.

### *Votre métier de libraire, votre point de vente /La part de CA presse dans votre point de vente*

**Cela fait 40 ans que je suis libraire-presse** (c'est le jargon utilisé en Belgique pour ne pas confondre avec le libraire – celui qui ne vend que du livre).

40 ans, vous imaginez la métamorphose de la profession ! J'ai connu les années fastes de la vente de la presse écrite. J'ai aussi connu les années sans ordinateur, code barre, site internet, adresse mail, paiement électronique... Mais j'ai toujours voulu suivre les évolutions et être un acteur actif de la modernisation et des outils de gestion. Ainsi nous avons transformé plusieurs fois le magasin, pour répondre aux nouvelles technologies et aux exigences du consommateur dans un marché de plus en plus contraignant.

Il y a cependant, et c'est tant mieux, des choses immuables comme **l'accueil aux clients**, donner notre sourire, nos conseils et quelques techniques de vente comme la **mise en avant de la presse**, son exposition, son étalage, créer une atmosphère qui donne l'envie de lire. Bref ne pas être un vendeur passif derrière son comptoir.

Aujourd'hui mon magasin expose près de **1200 titres de presse**, et je compte plus de **200 clients qui font des réservations**. C'est ma fierté, et comme j'aime à le souligner, ce sont « *mes abonnés* ». A côté de la presse, il y a les deux autres produits phares d'une librairie-presse traditionnelle c'est-à-dire le tabac et les jeux de la Loterie nationale. Ces trois piliers ne suffisant plus aujourd'hui pour assurer une viabilité du commerce, on y a donc ajouté, outre le livre, la papeterie, la carterie, des services comme un point poste, le dépôt et retrait de colis, et des bornes de paris sportifs.

Nous avons longuement réfléchi à l'évolution de nos horaires. Nous ne sommes pas fermés durant les vacances ni sur le temps de midi mais nous ouvrons désormais de 8h à 18h.

### *Votre investissement toutes ces années au sein des Fédérations*

On touche ici à un des combats de ma vie professionnelle ! Je suis actif depuis 1985 dans les associations représentant les libraires-presse, j'ai fait renaître l'union professionnelle du Brabant wallon, pour ensuite devenir tour à tour Secrétaire de la Fédération wallonne et bruxelloise des diffuseurs de presse, Président de Fédipresse. En 2004 je crée et préside Prodipresse qui regroupe toutes les unions professionnelles de la partie francophone du pays. En 2020 je deviens administrateur délégué chez Perstablo en Flandre et début 2022 j'ai créé

Vision Presse afin de préparer la **première fédération nationale belge** qui devrait voir le jour en 2025.

J'ai également fait naître une relation de fédération Belgo-Française avec l'UNDP (aujourd'hui Culture presse) avec son président légendaire Gérard Proust, avec lequel je suis toujours en contact.

### ***Parlez-nous de VISION PRESSE sa représentation, votre rôle de président, quel projet pour les diffuseurs de presse***

Vision Presse est mon dernier bébé. Je suis un unitariste car comme le dit notre devise nationale « l'union fait la force ». Après avoir unifié toutes les unions professionnelles dans la partie francophone, je souhaitais m'atteler à une union nationale car mis à part les éditeurs, l'ensemble de nos problèmes sont nationaux (yc la distribution de la presse).

Je voulais donc renforcer le lien Nord/Sud et envisager une union nationale avec PERSTABLO qui est la fédération des libraires/presse de Flandre (le nord du pays).

Pour ce faire, j'ai proposé au Président de Perstablo, Yannick Gyssens, d'être à son tour Administrateur délégué de Vision Presse. Ces deux associations parleront ainsi d'une seule et même voix auprès des partenaires commerciaux, du monde social, économique et politique de Belgique

Les deux associations ont quasiment la même structure interne et sont inspirées des commissions de travail qui reposent sur les piliers historiques d'un magasin de presse, à savoir : la presse et sa distribution, le livre, la Loterie Nationale, et le tabac/produits à fumer. S'ajoutent désormais le service des colis, les paris sportifs et la diversification.

La définition de ce qu'est une librairie/presse ainsi que la création d'un label de spécialiste presse, d'un réseau « responsable » dans le cadre de la vente des produits du tabac et dérivés et de la vente de jeux légaux, sont les priorités de l'association.

Ce label d'un réseau responsable vient par ailleurs d'être créé sous le nom de B18 [www.b18.be](http://www.b18.be)

La fusion entre les deux associations est prévue, sous réserves, en janvier 2025

Vision presse regroupe donc des libraires-presse de la partie francophone du pays et deux opérateurs de paris sportifs (Ladbrokes et Bingoal) affilient directement leurs partenaires « libraire-presse » à l'association Vision Presse

On compte à ce jour 263 membres sur les 884 points de vente indépendants sur la partie francophone du pays.

Mon rôle est principalement d'être un interlocuteur actif, avec des propositions pour améliorer notre quotidien et notre futur ... Il y a, bien sûr, beaucoup de représentation dans des réunions de travail et de rencontre avec des partenaires commerciaux. Je suis à l'écoute et je tente de trouver un accord Win-Win pour chacune des parties.

Je constate cependant que plus de 50% de mes rencontres sont devenues des rencontres politiques tant nous dépendons de nombreuses législations (tabac – jeux – distribution de la presse – horaires d'ouvertures – taxation, concurrence etc.)

Je préfère de loin des rencontres avec des acteurs commerciaux. Ainsi ma rencontre avec la société MLP a été très fructueuse. Le marché belge est le premier marché export de la France. Participer au lancement et au succès d'un nouveau titre est un défi que j'adore relever.

Le site [www.visionpresse.be](http://www.visionpresse.be) a aussi été créé dans ce but : mettre en avant les nouveautés et l'actualité de notre métier. C'est un site public mais il est avant tout dirigé vers la profession.

## ***Parlez-nous du marché belge, comment se comporte le réseau, tendances, évolution.***

Le marché belge ne fait pas exception au constat général. Beaucoup (trop) de points de vente ont disparu au cours des 20 dernières années. La librairie est un vecteur de démocratie, d'éducation et de lien social. Chaque fermeture représente un recul dans chacun de ces domaines. Le constat est alarmant : chaque semaine deux « libraires-presse indépendants » ferment leur porte ! Ainsi de 4103 magasins en 2005 nous sommes tombés à 1967 en fin 2022. Une véritable hécatombe. Evidemment il y a des ouvertures mais ce sont des « points presse ». Ces derniers proposent en général le top 100 des ventes. Un nouveau titre de niche n'y a pas sa place.

L'année 2024 est une grosse année d'élection en Belgique. Le peuple s'exprimera pour cinq niveaux de pouvoirs. Aussi Vision Presse avec son alter ego du nord a édité un mémorandum politique à destination des partis intitulé : « STOPPER L'HEMORAGIE DES FERMETURES DES LIBRAIRES - PRESSE »

Nous y reprenons huit sujets majeurs qui pourraient enrayer les fermetures. Pour chacun nous avons développé le contexte, notre vision et nos propositions. Au niveau de la vente de la presse, elle est en recul partout. L'augmentation des prix a comblé quelque peu l'écart de la rentabilité mais cela est loin d'être suffisant.

## ***Les turbulences dans certaines GMS en Belgique, dans ce contexte de rachat des enseignes, est-ce une opportunité pour les magasins de presse ?***

La grande distribution est devenue fragile en Belgique. Selon eux les marges sont excessivement faibles et l'on va de restructuration en restructuration.

Contrairement à la France, la GMS en Belgique a toujours vendu la presse, quelquefois avec de très grands linéaires. Cela a toujours été une grande concurrence (les pétroliers vendent aussi la presse en Belgique). C'est moins rentable pour eux aujourd'hui et ils pratiquent désormais aussi la vente des titres « top » en retirant les titres moins vendeurs.

L'interdiction de la vente du tabac en 2025 dans les GMS de plus de 400m<sup>2</sup> sera aussi une révolution. On cite le chiffre de 50% de la vente du tabac qui serait dévoyée vers d'autres commerces. Nous on espère la voir venir chez vous. De nouveaux clients qui vont peut-être découvrir le plaisir de visiter nos commerces et d'acheter de la presse.

## ***Que diriez-vous du consommateur /lecteur d'aujourd'hui ? Les habitudes d'achat ont-elles changé depuis le COVID ?***

A l'annonce du confinement, j'avais écrit à la première Ministre belge de garder les librairies-presse ouvertes. Cette demande a été entendue et nous avons été considérés comme 'magasins essentiels'. Nous sommes donc restés ouverts et ce fut une période faste pour la presse. Nous avons vu de nombreuses nouvelles têtes, qui ont acheté notamment de la presse de jeux cérébraux, de la presse pour enfants et des romans. Bref se divertir pour passer les moments d'isolement.

A la fin du confinement nombreux ont repris leurs anciennes habitudes mais quelques-uns (trop rares) nous sont restés fidèles.

Ce fut aussi une période très intense pour notre partie « colis » et là il faut dire que lorsqu'ils ont goûté aux achats sur le net, nombreux sont ceux qui ont poursuivi cette habitude après le Covid. Ce qui reste dommageable pour de nombreux commerces de vente au détail.

### ***Comment voyez-vous le paysage de la distribution demain ?***

AMP, le principal distributeur de presse en Belgique (filiale de Bpost qui appartient majoritairement à l'état belge) voit également son chiffre d'affaires diminuer d'année en année. Ces nombreuses tournées « presse » journalières coûtent cher.

Nous avons cependant grandement besoin de ce distributeur et malgré les nombreuses restructurations en interne, ils devront procéder à encore de nouvelles économies.

Je crois donc que, dans l'avenir, la presse ne sera plus distribuée chaque jour dans nos commerces (sauf les quotidiens qui seraient livrés par la poste). Et en matière de quotidiens, des fusions de titre ne sont pas à exclure. C'est une réalité à laquelle je crois et il faudra l'accepter.

### ***Existe-t-il une régulation sur les métiers de la distribution de la presse, comme c'est le cas en France ?***

La bonne question ! Et bien non, il n'existe aucune règle de régulation en Belgique. Cela a du bon et du mauvais. Aucune obligation, ni restriction. On vit comme cela depuis toujours. Il serait toutefois intéressant de mettre nos deux systèmes en parallèle et de voir les avantages et inconvénients.