



**perstablo** VZW  
BEROEPSFEDERATIE VOOR PERSWINKELS



**Vision  
Presse**  
Association professionnelle  
de LIBRAIRIES-PRESSE

Perstablo &  
Vision Presse  
presentent leur

# MÉMORANDUM

## ENRAYER L'HÉMORRAGIE DES FERMETURES DES LIBRAIRIES-PRESSE

À l'occasion des  
élections fédérales  
et régionales  
du dimanche  
9 juin 2024

# SYNTHÈSE

## Démocratie Éducation Culture Liens sociaux

*Ce mémorandum met en lumière l'importance cruciale des librairies-presse dans notre tissu social et économique. Ces établissements jouent un rôle essentiel en tant que points d'accès vitaux à l'information, à l'éducation, à la culture locale et nationale, ainsi qu'en tant que lieux de rassemblement communautaire.*

*Face aux défis croissants auxquels sont confrontés les librairies-presse, nous recommandons une série de mesures politiques visant à soutenir et à revitaliser ce secteur afin d'enrayer l'hémorragie des fermetures.*

*Il est impératif que les gouvernements, les autorités locales, les médias et les citoyens s'unissent pour préserver ces lieux emblématiques de notre société. En collaborant étroitement, nous pouvons créer un environnement propice à la pérennité et à la prospérité des librairies-presse, assurant ainsi la vitalité continue de nos communautés et de notre démocratie.*

# Nos propositions

## 1. DÉFINITION LIBRAIRIE-PRESSE

« Librairie-presse » c'est-à-dire une unité d'établissement qui propose une offre de presse de minimum **200 titres** différents de quotidiens (obligatoire), hebdomadaires et mensuels avec une date de publication actuelle, avec un chiffre d'affaires en presse de minimum 25.000€ et dont l'espace réservé à l'exposition de la presse et aux groupes de produits suivants : « Livre – papeterie - carterie – produits tabac et accessoires – vaping et nouveaux produits dérivés à base de nicotine - espace jeux Loterie Nationale et paris sportifs » par rapport à la superficie du magasin, soit de minimum **50%**.

**Le qualificatif SPECIALISTE peut être accolé au titre LIBRAIRIE-PRESSE si elle propose une offre de plus de 400 titres.**

## 2. LE TABAC : SES ACCISES ET NOTRE RÉMUNERATION

L'État doit, en plus des accises et de la TVA, imposer, comme en France, le taux minimum de rémunération du vendeur, ce qui obligera le fabricant à établir un prix de vente dont il maîtrise à sa guise SON net disponible.

## 3. LES PRODUITS ALTERNATIFS DU TABAC

Une régulation claire et bien stricte :

- Qui permet la vente des produits sans combustion comme le tabac chauffé et les sachets de nicotine dans nos magasins. Qui reconnaît donc qu'une interdiction ne fait pas disparaître la demande, mais qui provoque en revanche le déplacement des achats vers des canaux non contrôlés;
- Qui laisse les produits alternatifs au tabac visible dans le commerce, avec des mentions sanitaires pour encourager le fumeur à changer de camp;
- Qui reconnaît la position spécifique des librairies-presses et qui les autorise d'informer les fumeurs adultes sur les produits sans combustion;
- Qui leur permet de fournir des informations objectives afin de convaincre le fumeur adulte de changer vers un produit sans combustion, et de prévenir les jeunes sur les risques de tous les produits contenant de la nicotine. Vision-Presses et Perstablo s'engagent à être des acteurs engagés dans ce projet;
- Qui permet des contrôles stricts et l'application de la législation existante afin que les ventes aux mineurs et les ventes illégales (par exemple via Internet) par de mauvais acteurs soient éradiquées (voir point 4 – B18);
- Qui maintient une accise acceptable sur les produits sans combustion pour ne pas gonfler les prix et donc rendre le changement plus intéressant pour le fumeur adulte.

#### 4. UN RÉSEAU RÉFÈRENT AGRÉE B18

Reconnaissance du label B18 et de sa charte par l'État.

Affichage du label B18 dans les magasins signataires de la charte.

Lier le label B18 à toute législation où elle a un intérêt avec une réduction du nombre de point de vente tabac (fin dans les magasins d'alimentation et les night shops).

#### 5. BPOST : CONCERTATION ET RÉMUNÉRATION DE LA LIVRAISON DES COLIS

Comme il le fait pour la Loterie Nationale, L'État doit introduire dans le plan de gestion :

- « Allouer aux POINTS POSTE une rémunération équitable, approuvée par le conseil d'administration, après concertation avec les parties prenantes du secteur. À cet effet, BPOST prévoira un processus de consultation adéquat de ses POINTS POSTE sur base de critères objectifs de représentativité » ;
- Donner une priorité à l'ouverture d'un Point Poste à une librairie-presse qui en a bien plus besoin qu'une grande surface alimentaire.

#### 6. LES PARIS SPORTIS ET LEURS CONTRAINTES EN LIBRAIRIE-PRESSE

Afin de revenir aux souhaits du législateur qui voulait permettre aux libraires de compenser la diminution des chiffres de vente de la presse imprimée à la suite de la progression des médias numériques, il y aurait lieu :

1. De lutter activement contre les sites illégaux en collaboration avec les banques, les institutions financières, les opérateurs télécom et la commission des jeux ;

2. D'adapter la définition « librairie » comme proposé au point 1 ;
3. D'amender l'Arrêté Royal du 17 février 2022 en supprimant la limite du chiffre d'affaires des mises annuelles à 250.000€ ;
4. De ne pas instaurer le contrôle épis en librairie-presse, étant donné que la mise maximum est fixée à 200€ et que c'est le libraire qui remet le ticket de jeu aux joueurs (contrôle de l'âge) ;
5. D'imposer la charte B18 aux librairies-presse qui commercialisent des paris sportifs.

#### 7. LA LOTERIE NATIONALE ET LA CONCERTATION AVEC LE SECTEUR

- Instauration du multi Channel et perception une rémunération sur les mises de nos joueurs sur internet ;
- Signature d'une charte de la Loterie Nationale qui s'engage à ne pas utiliser les adresses des membres lottery club pour des actions de marketing direct sans lien avec le libraire ;
- Avoir une place de représentation consultative et non rémunérée au Conseil d'administration de la Loterie Nationale afin que le réseau historique de la Loterie Nationale puisse donner un avis ;
- Supprimer de la rémunération variable le fait d'envoyer un pourcentage de nos clients sur la plateforme internet de la Loterie nationale et la remplacer par l'organisation de cagnotte joueurs.



**Perstablo asbl**

Bloemstestraat 2  
9200 Dendermonde  
0475 487 749 - [info@perstablo.be](mailto:info@perstablo.be)



**Vision Presse asbl**

Avenue Albert 1<sup>er</sup> 1A  
1342 Limelette  
0475 633 473 - [info@visionpresse.be](mailto:info@visionpresse.be)

**Nombre  
d'exemplaires imprimés :**  
2.500 exemplaires

**Distribution :** AMP - BPOST

**Editeur responsable :**  
Yannick GYSSENS  
PERSTABLO asbl  
Bloemstestraat 2  
9200 Dendermonde  
BTW: BE 0505.609.728

Walter AGOSTI  
VISION PRESSE asbl  
Avenue Albert 1<sup>er</sup> 1A  
1342 Limelette  
BTW: BE 0777.306.134

**Impression :** AZ Print sa  
Rue de l'Informatique 6  
4460 Grâce-Hollogne

**Conception graphique :**  
MANTA GRAPHIC  
[patrice@mantagraphic.be](mailto:patrice@mantagraphic.be)

**Rédaction :**  
Yannick Gyssens, Walter Agosti,  
SPOT! David Acke (montage  
final)

# SOMMAIRE

*Après une courte présentation de nos asbl et une introduction pour situer le contexte global du secteur vous trouverez ci-après le sommaire des matières abordées.*

*Pour chaque sujet nous situons le contexte spécifique, apportons notre vision et émettons nos propositions pour la prochaine législature 2024-2028.*

<b>1. LA DÉFINITION D'UNE LIBRAIRIE-PRESSE</b> .....	07
<b>2. LE TABAC : SES ACCISES ET NOTRE RÉMUNÉRATION</b> .....	13
<b>3. LES PRODUITS ALTERNATIFS DU TABAC</b> .....	17
<b>4. UN RÉSEAU RÉFÉRENT AGRÉÉ 'B18'</b> .....	21
<b>5. BPOST : CONCERTATION ET RÉMUNÉRATION DE LA LIVRAISON DES COLIS</b> .....	25
<b>6. LES PARIS SPORTIFS ET LEURS CONTRAINTES EN LIBRAIRIE-PRESSE</b> .....	29
<b>7. LA LOTERIE NATIONALE ET LA CONCERTATION AVEC LE SECTEUR</b> .....	33

# MÉMORANDUM

## Perstablo asbl



*Est une association flamande de libraires-presse. En tant qu'association professionnelle, Perstablo représente les intérêts des magasins de presse en Belgique. Dans cette tâche, Perstablo se concentre non seulement sur les trois piliers des magasins de presse, à savoir la presse, les jeux et les produits du tabac, mais aussi sur toutes les activités économiques annexes offertes par le magasin de presse moderne. Perstablo croit en l'importance cruciale du magasin de presse dans la société d'aujourd'hui.*

## Vision Presse asbl



*A pour but social désintéressé :*

- *Pour le professionnalisme, la défense, la reconnaissance, la viabilité et l'amélioration des conditions d'exercice du métier de libraire/presse en Belgique ;*
- *Pour la promotion et la mise en avant de l'actualité de la presse papier, du livre papier et en règle générale des produits et services vendus en librairie-presse et ce notamment via un site web à destination du grand public ;*
- *Pour la formation continue au métier, en situation réelle, dans une librairie-presse ;*
- *À la recherche de diversification commerciale dans l'intérêt de la profession.*

Ces deux associations, fédèrent ensemble plus de 600 librairies-presse en Belgique. Elles souhaitent dans un terme court fusionner en vue de créer une organisation nationale. En effet, la majorité des législations, impactant directement le secteur, sont fédérales.

# Contexte global du secteur

*Perstablo et Vision presse dévoilent leurs propositions pour stopper l'hémorragie des fermetures des librairies-presse. Nous partons d'un constat alarmant : **chaque semaine 2 librairies-presse ferment leur porte !** En moins de 20 ans, plus de la moitié des librairies-presse indépendantes ont disparu !*

***La librairie est un vecteur de démocratie, de culture, d'éducation et de lien social. Chaque fermeture représente un recul dans chacun de ces domaines.***

**De 4.103 magasins en 2005 nous sommes tombés à 1.518 en 2024 !**

Année	Nombre de librairies-presse	Année	Nombre de librairies-presse
2005	4.103	2015	2.622
2006	4.022	2016	2.517
2007	3.962	2017	2.369
2008	3.841	2018	2.220
2009	3.751	2019	2.075
2010	3.636	2020	1.930
2011	3.522	2021	1.836
2012	3.378	2022	1.795
2013	3.232	2023	1.663
2014	2.776	2024	1.518

Le carcan législatif contraignant pour développer et moderniser le métier, la concurrence du digital (Presse – Loterie nationale), la réduction des marges sur la presse ou le tabac, la non-indexation des services comme la livraison des colis, la hausse constante des frais de port... Voici une liste non limitative des raisons qui font que le métier n'est plus attrayant, qu'il se meurt et il n'est en aucun cas remplacé comme tel.



# NOS RÉFÉRENCES POUR RÉDIGER CE MÉMORANDUM

*Pour rédiger ce mémorandum nous avançons d'une part sur des pistes énoncées par le politique lui-même dans le cadre d'une résolution parlementaire ainsi que par une étude commanditée par le SPF économie et d'autre part sur les sujets dictés par nos membres lors de consultations.*

## Une résolution parlementaire

Le 16 mai 2013 et une seconde fois le 20 avril 2017, le Parlement belge a adopté une résolution à l'**unanimité** qui appuyait les 5 points suivants :

- A. *Que les marchands de journaux jouent un rôle précieux dans notre tissu économique et social ;*
- B. *Que les vendeurs de presse constituent un maillon important dans le pluralisme de la presse ;*
- C. *Que les vendeurs de presse apportent une contribution essentielle à la canalisation effective de la vente des jeux de hasard ;*
- D. *Qu'en plus des canaux numériques, il demeure important de disposer d'un vaste réseau de vente pour promouvoir et diffuser les journaux, magazines et produits de loterie auprès d'un large public ;*
- E. *Que de nombreux magasins de journaux diversifient leur offre de manière innovante.*

Il en découle une série de demandes dont le Parlement a fait part au Gouvernement fédéral. Parmi ces demandes figurent :

- Punt 4: *D'examiner comment un « level playing field » (conditions de concurrence équitable) pourrait être créé pour la distribution des journaux et des magazines par différents canaux ;*
- Punt 5: *D'évaluer le soutien fédéral accordé aux médias de presse, en ce compris les nouveaux supports numériques et la presse écrite, et d'examiner, d'une part, la manière dont le soutien des médias de presse peut être organisé avec davantage de neutralité par rapport aux médias et, d'autre part, des perspectives futures.*

## Une étude UCL/KUL de 2019

### «Analyse stratégique de la situation actuelle et de l'avenir des diffuseurs de presse indépendants».

Cette étude, commanditée par le **SPF économie** se terminait par des propositions pour sauvegarder notre secteur, freiner les fermetures et spréconisait le dispositif suivant :

### «Créer les conditions d'un fonctionnement compétitif, durable et équilibré du marché des biens et services en Belgique.»

- Établir un cahier de charges pour une labellisation officielle des diffuseurs de presse indépendants, renforçant la protection de certains acquis (horaires d'ouverture élargis) et certaines missions (contrôle des clients, promotion de la presse);
- Dans la foulée de cette labellisation, étudier une progressive exclusivité (avec dérogations) sur les ventes de tabac;
- Participer au développement d'un réseau de diffuseurs capables de jouer un rôle accru dans l'e-commerce, notamment en servant de plateforme de réception et de transmission d'un plus grand nombre de catégories de colis et marchandises;
- Développer une offre de formations complémentaires destinées à accompagner les diffuseurs indépendants dans le développement de nouvelles sources de revenus;
- Stimuler le développement des activités de point poste en concertation avec les parties prenantes;
- Prévoir un monitoring du secteur, plus particulièrement la transition des activités liées aux piliers historiques, capable de prévoir de manière détaillée le phasage de ces transitions et leurs menaces/opportunités;
- Soutenir financièrement certaines activités par le biais d'une autre distribution du subside public octroyé pour la distribution de journaux et périodiques à Bpost. Parmi les pistes possibles, figurent : La prise en charge des frais de port mensuels; Une compensation financière pour le portage des abonnements; Le développement d'une plateforme de distribution élargie pour soutenir l'e-commerce (cfr plus haut).

Cet accompagnement n'évitera pas les fermetures, mais elles se produiront à un rythme moins élevé que dans les autres scénarios. Ce scénario d'accompagnement doit, à plus long terme, permettre de laisser le temps au secteur de définir un nouvel équilibre commercial entre ses piliers historiques et d'autres activités, le tout en se dotant d'une structure (label associé à une charte, par exemple) réaffirmant la valeur ajoutée des diffuseurs de presse indépendants aux yeux du public. Ce scénario d'accompagnement doit *in fine* servir à penser l'avenir du secteur, et sa valeur ajoutée, au-delà de la disparition potentielle de certaines activités.





“Marchands de journaux, ensuite diffuseurs de presse et enfin libraire-presses, cette activité qui évolue est encore le réseau le plus dense et réalise toujours la plus grande part de marché de vente de journaux et publications.”

# 1. DÉFINITION D'UNE LIBRAIRIE-PRESSE

## Le contexte

*En Belgique francophone l'appellation « librairie » a souvent porté à confusion. Le terme « libraire » signifie littéralement « vendre des livres » et il est encore trop souvent utilisé pour des campagnes publicitaires. « Jouez en librairie, en vente chez votre libraire... etc. » Cela a porté à confusion notamment du côté politique et aussi de la fiscalité.*

Ainsi, lors du premier confinement où le terme librairie a été utilisé dans la liste des commerces essentiels. Les libraires traditionnels ont cru pouvoir ouvrir jusqu'à ce que le terme fût corrigé en « librairie (press shop) ».

Côté francophone on appelle désormais le réseau « librairie-presse » afin de faire la distinction avec les libraires qui vendent le livre. Côté néerlandophone, on parle de « dagbladhandel » et plus couramment désormais de « perswinkel ».

Marchands de journaux, ensuite diffuseurs de presse et enfin libraire-presse, cette activité qui évolue est encore le réseau le plus dense et réalise toujours la plus grande part de marché de vente de journaux et publications (cf. : analyse stratégique de la situation actuelle et de l'avenir des diffuseurs de presse indépendants).

Comment donc définir une librairie ? Il existe encore deux textes (on en a connu quatre) qui interprètent le terme « librairie » - (marchands de journaux).

- Le plus ancien, c'était celui retenu par la fiscalité belge au niveau de la déclaration forfaitaire TVA et fiscale. Il existait un forfait « libraire » et un forfait « marchand de journaux ». Le forfait libraire a été récemment supprimé, reste celui des « marchands de journaux » dont la disparition prochaine est également annoncée. De très nombreux comptables se sont régulièrement trompés dans les déclarations ;
- Une autre exclusivité a disparu le 1<sup>er</sup> janvier 2021, avec l'interdiction de publicité tabac qui devient générale alors qu'une exception était toujours possible pour les marchands de journaux. Ici on spécifiait clairement le nom du réseau qui y avait droit.

# Reste donc deux textes

## A) Loi du 10 novembre 2006 sur les heures d'ouvertures dans le commerce

La notion de « librairie » la plus utilisée est celle reprise dans la loi du 10 novembre 2006 relative aux heures d'ouverture dans le commerce. Elle donne une autorisation spécifique pour les unités d'établissement **dont l'activité principale constitue la vente des produits suivants : journaux, magazines, produits de tabac et articles fumeurs, cartes téléphoniques et produits de la Loterie nationale.**

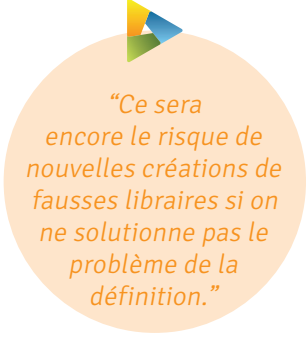
*Il est question d'une activité principale lorsque, à l'extérieur de l'unité d'établissement, il est uniquement fait référence à cette activité, qu'il est uniquement fait de la publicité pour cette activité, que le choix des autres produits est limité et **que la vente du produit ou des produits constituant l'activité principale, représente au moins 50 % du chiffre d'affaires annuel.***

À NOTER : Il est désormais interdit d'écrire le mot Tabac sur sa vitrine ! Ce qui est une absurdité.

Cette interprétation est donc basée sur des proportions de chiffres d'affaires et de marchandises vendues sans en préciser l'obligation d'en proposer à la vente, l'importance ou la prévalence d'une catégorie par rapport à l'autre.

Cette interprétation est encore aujourd'hui la plus retenue alors **qu'elle est obsolète au vu de marchandises qui disparaissent** (carte de rechargement de téléphonie mobile) et au vu du chiffre d'affaires de secteurs comme le tabac ou les cartes dématérialisées qui subissent soit de fortes augmentations annuelles via les accises, soit qui génèrent du chiffre sans plus-values dans les bénéfiques, puisque commissionnés généralement aux environs de 1% à 3%.

**Ce sera encore le risque de nouvelles créations de fausses libraires si on ne solutionne pas le problème de la définition.**



*“Ce sera encore le risque de nouvelles créations de fausses libraires si on ne solutionne pas le problème de la définition.”*

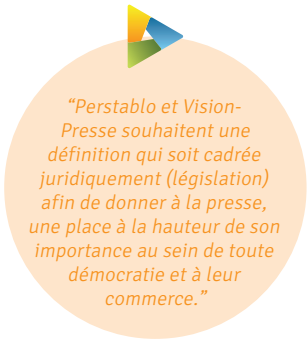


## B) B) Arrêté royal du 17/02/2022 – paris sportifs - activités strictement définies en librairie

Enfin dans la loi sur les jeux de hasard on accorde aux « librairies » le droit de disposer de bornes de jeux de paris sportifs moyennant l'obtention et le paiement d'une licence (F2).

L'arrêté royal du 17/02/2022 définit les conditions d'exploitation des paris sportifs dans une librairie-presse **à titre d'activité complémentaire strictement définie**.

Elle donne la définition suivante : *Le libraire met en vente et expose au moins 200 titres différents de journaux quotidiens, hebdomadaires et mensuels avec une date de publication actuelle et le chiffre d'affaires annuel provenant de la vente de ces titres est d'au moins 25.000 euros (Ce qui représente une vente moyenne journalière de 75 euros).*



*“Perstablo et Vision-  
Presse souhaitent une  
définition qui soit cadrée  
juridiquement (législation)  
afin de donner à la presse,  
une place à la hauteur de son  
importance au sein de toute  
démocratie et à leur  
commerce.”*

# Notre vision

Perstablo et Vision-Pressé souhaitent une définition qui soit cadrée juridiquement (législation) afin de donner à la presse, une place à la hauteur de son importance au sein de toute démocratie et à leur commerce, **considéré comme essentiel**, une véritable reconnaissance dans notre société. Ceci rejoindrait la résolution parlementaire 54 1509/006 qui estime que « **les libraires-pressé sont indispensables au tissu social et économique belge** ».

La presse peut être vendue partout, c'est un vecteur de démocratie – Cependant un **Point presse ou une Librairie-pressé** c'est différent !


Vendre de la presse peut être facile dans le cadre de l'exposition de quelques titres mais cela est beaucoup plus astreignant si vous décidez d'en faire une spécialisation. C'est toute la différence entre un Point Presse et une Librairie-Pressé au niveau de l'offre et surtout de l'espace dédié à la présentation des titres. L'investissement est tout autre, les risques financiers aussi, sans parler de la gestion des titres (entrées et sorties).

Notre démocratie a besoin d'un réseau pluraliste avec une offre de presse conséquente et spécialisée.

Notre proposition d'une **définition d'une librairie-pressé** qui permettra d'identifier un réseau spécialiste.

La loi du 10 novembre 2006 pourrait donc insérer cette modification dans le texte de l'article 16 & 2.

Enfin tous ceux qui vendent de la presse sans respecter ces critères sont considérés comme des Points-pressé.



*“Vendre de la presse peut être facile dans le cadre de l'exposition de quelques titres mais cela est beaucoup plus astreignant si vous décidez d'en faire une spécialisation.”*

# Nos propositions

## Nous préconisons la définition suivante :

« Librairie-presse » c'est-à-dire une unité d'établissement qui propose une offre de presse de minimum **200 titres** différents de quotidiens (obligatoire), hebdomadaires et mensuels avec une date de publication actuelle , avec un chiffre d'affaires en presse de minimum 25.000€ et dont l'espace réservé à l'exposition de la presse et aux groupes de produits suivants :

- Livre
- Papeterie
- Carterie
- Produits tabac et accessoires
- Vaping et nouveaux produits dérivés à base de nicotine
- Espace jeux Loterie Nationale
- Paris sportifs

par rapport à la superficie du magasin, soit de minimum **50%**. Le qualificatif SPÉCIALISTE peut être accolé au titre LIBRAIRIE-PRESSE si elle propose une offre de plus de 400 titres.





*“Nous sommes  
les grands perdants  
de ce système qui  
pénalise le vendeur  
final.”*

## 2. LE TABAC : SES ACCISES ET NOTRE RÉMUNÉRATION

### Le contexte

*Chaque année, le gouvernement augmente les accises sur le tabac afin, d'une part de boucler son budget et d'autre part, de répondre au plan anti-tabac du ministre de la santé. Les accises s'appliquent sur les cigarettes, les cigarillos, les cigares et depuis peu sur les produits du Vaping.*

Les accises se composent des éléments suivants : Ad valorem - Spécifique et Minimum. À cela s'ajoute la TVA. Le solde du prix est le net disponible que se partagent le fabricant, le grossiste et le vendeur final.

La taxation représente plus de **87%** du prix de vente et le prix de vente n'est pas imposé par le législateur. Le prix de vente est donc choisi par le fabricant . Il tient compte de la taxation et la dernière variable qu'il maîtrise est le net disponible qu'il souhaite maintenir afin de garder un prix concurrentiel. Il réduit donc le net disponible qui, pour rappel, contient la marge du grossiste et du vendeur. Et c'est ainsi qu'à chaque augmentation des accises, notre rémunération diminue.

#### **Un exemple concret :**

UN PAQUET DE CIGARETTE VENDU 10 EUROS :

8.70€ pour l'État (87%) (Accise, TVA)

1.30€ pour le secteur privé (13%) pour le fabricant, le grossiste et le détaillant

À noter que la contribution dans le cadre de la directive plastique (SUP), encore en finalisation dans les régions, mets encore plus la pression sur le secteur privé.

Ainsi en quelques années, nous sommes passé d'un taux de commissionnement de 9% à moins de 2% sur le tabac à rouler. (Alors que le service d'imposition des finances taxe toujours les vendeurs 'au forfait' à 7.70%! de marge). C'est en voie de correction au service des forfaits.

Nous sommes les grands perdants de ce système qui pénalise le vendeur final.

À savoir aussi qu'une cigarette sur 10 qui est fumée en Belgique est illégale, une proportion qui a doublé en un an, ressort-il d'une étude du cabinet d'audit KPMG commandée par le cigarettier Philip Morris. En 2022 les cigarettes illégales ont représenté 9,8% de la consommation des fumeurs belges, contre 4,6% en 2021. Selon le calcul de KPMG, l'équivalent de 250 millions d'euros d'accises et de TVA échappent de la sorte au trésor public.

Il est également important d'avoir à l'esprit qu'un Belge sur 2 vit à moins de 50 km de la frontière. Il est donc très aisé d'aller s'approvisionner en produits tabac lorsque le prix de vente dans un pays limitrophe est plus concurrentiel.

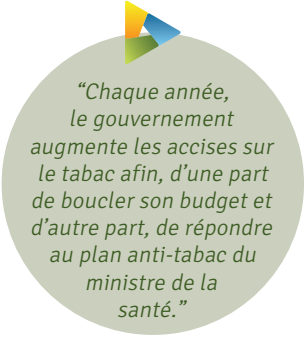
## Notre vision

Le système de taxation du tabac en Belgique est dès lors néfaste pour le vendeur. Il conviendrait de se rapprocher du système applicable en France.

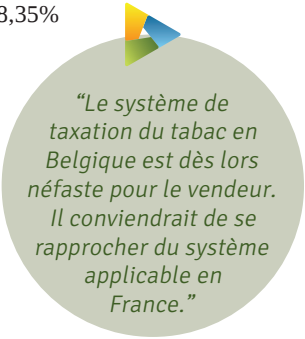
En France, la fiscalité applicable aux tabacs manufacturés est composée de :

- L'accise sur les produits du tabac ;
- La taxe sur la valeur ajoutée (TVA) basée sur le prix de vente au détail ;
- **La remise brute versée aux débitants de tabac.**

Le débitant de tabac est rémunéré par une remise brute sur le prix de vente au détail des produits. La remise nette tabac du buraliste s'établit à 8,15% au 1<sup>er</sup> avril 2023. Une évolution est prévue, qui atteindra 8,35% au 1<sup>er</sup> janvier 2025.



*“Chaque année, le gouvernement augmente les accises sur le tabac afin, d'une part de boucler son budget et d'autre part, de répondre au plan anti-tabac du ministre de la santé.”*




*“Le système de taxation du tabac en Belgique est dès lors néfaste pour le vendeur. Il conviendrait de se rapprocher du système applicable en France.”*

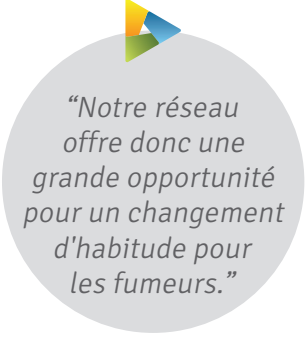
## Nos propositions

L'État doit, en plus des accises et de la TVA, imposer, comme en France, le taux minimum de rémunération du vendeur, ce qui obligera le fabricant à établir un prix de vente dont il maîtrise à sa guise **SON** net disponible.





*“Les magasins de  
presse pourraient  
jouer un rôle crucial  
pour réduire les  
méfaits du  
tabagisme.”*



*“Notre réseau  
offre donc une  
grande opportunité  
pour un changement  
d'habitude pour  
les fumeurs.”*

## 3. LES PRODUITS ALTERNATIFS AU TABAC

### Le contexte

*Le Conseil supérieur de la santé a conclu en 2015 que les dommages subis par la santé sont surtout provoqués par l'inhalation des produits de combustion présents dans la fumée de tabac et que la nocivité de la nicotine est assez limitée en soi.*

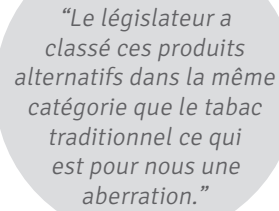
*Aujourd'hui il existe quantité de produits alternatifs, sans combustion : la cigarette électronique, les sachets de nicotine, le tabac à chauffer.*

Ces produits ont en commun qu'ils évitent la combustion du tabac, ils ne produisent pas de fumée et évitent par conséquent (la grande majorité de ces produits) de combustion tellement nocifs pour la santé. Il s'agit donc des meilleures options pour les fumeurs adultes. Une bonne régulation devrait donc privilégier ces produits pour le fumeur adulte et, en même temps, rester assez stricte pour éviter que les jeunes puissent l'obtenir.

Pendant le législateur a mis ces produits dans la même catégorie que le tabac traditionnel, ce qui pour nous est une aberration.

Contrairement à environ tous les pays en Europe, le tabac chauffé n'est pas disponible sur le marché belge. Et les sachets de nicotine ont été interdits en 2023.

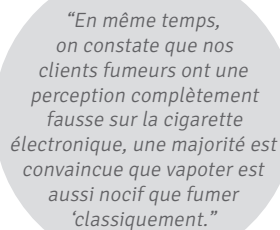
Ces produits connaissent un grand succès parmi les fumeurs en Europe, et il y a une demande claire et croissante chez nous aussi. Comme les Belges ne sont jamais loin d'une frontière on perd donc de la clientèle : des fumeurs qui cherchent une meilleure option que continuer à fumer mais que nous ne pouvons pas leur offrir. Et pire : malgré l'interdiction des ventes en ligne, nous devons servir dans nos points de vente à nos clients leur colis postal avec leur commande en ligne de sachets de nicotine et de tabac chauffé (Ainsi les jeunes peuvent obtenir des produits de cette manière).



*“Le législateur a classé ces produits alternatifs dans la même catégorie que le tabac traditionnel ce qui est pour nous une aberration.”*

En même temps, on constate que nos clients fumeurs ont une perception complètement fautive sur la cigarette électronique, une majorité est convaincue que vapoter est aussi nocif que fumer ‘classiquement’. Un fait qui est confirmé par la Fondation contre le Cancer dans leur enquête tabac de 2022 : «*Il n'en reste pas moins que de nombreux fumeurs (65%) considèrent que les cigarettes électroniques sont tout autant ou plus nocives que les classiques, alors que ce n'est pas le cas*». Désastreux.

Les magasins de presse pourraient jouer un rôle crucial pour réduire les méfaits du tabagisme. Les fumeurs visitent nos points de ventes quotidiennement pour venir chercher leur produit du tabac. Comme nous sommes des commerces locaux, les détaillants connaissent leur clientèle et ont leur confiance. Nous sommes donc le contact primordial pour les conseiller et les aider à trouver un produit meilleur qui réponde à leurs attentes (type de produits, goût, satisfaction). Nous sommes également habitués à vérifier et contrôler l'âge (non seulement pour les produits de tabac, mais également la vente de l'alcool et des jeux). Notre réseau offre donc un grande opportunité pour obtenir un changement d'habitude parmi les fumeurs à grande échelle, ce qui peut bénéficier également à nos commerces et à nos clients comme à la santé publique. Cette opportunité est malheureusement complètement ratée aujourd'hui.



*“En même temps, on constate que nos clients fumeurs ont une perception complètement fautive sur la cigarette électronique, une majorité est convaincue que vapoter est aussi nocif que fumer ‘classiquement’.”*

# Nos propositions

## Une régulation claire et bien stricte :

- Qui permet la vente des produits sans combustion comme le tabac chauffé et les sachets de nicotine dans nos magasins. Qui reconnaît donc qu'une interdiction ne fait pas disparaître la demande, mais qui provoque en revanche le déplacement des achats vers des canaux non contrôlés ;
- Qui laisse les produits alternatifs au tabac visible dans le commerce, avec des mentions sanitaires pour encourager le fumeur à changer de camp ;
- Qui reconnaît la position spécifique des librairies-presses et qui les autorise d'informer les fumeurs adultes sur les produits sans combustion ;
- Qui leur permet de fournir des informations objectives afin de convaincre le fumeur adulte de changer vers un produit sans combustion, et de prévenir les jeunes sur les risques de tous les produits contenant de la nicotine. Vision-Presses et Perstables s'engagent à être des acteurs engagés dans ce projet ;
- Qui permet des contrôles stricts et l'application de la législation existante afin que les ventes aux mineurs et les ventes illégales (par exemple via Internet) par de mauvais acteurs soient éradiquées (voir point 4 – B18) ;
- Qui maintient une accise acceptable sur les produits sans combustion pour ne pas gonfler les prix et donc rendre le changement plus intéressant pour le fumeur adulte.






  
2024

B18

B18.be



*“Nombre  
de produits  
commerciaux ne sont  
pas destinés aux  
mineurs.”*



*“Les fédérations de libraires-presse ont lancé récemment une charte sous le label “B18” et ils encouragent leurs membres à la signer.”*

## 4. UN RÉSEAU RÉFÉRENT AGRÉE “B18”

### Le contexte

*Nombre de produits commerciaux ne sont pas destinés aux mineurs. (Alcool, jeux de Loterie nationale, jeux de hasard, magazines pour adultes ou encore produits de tabac et produits à base de nicotine).*

Le législateur a de nombreux textes sur le sujet et contrôle comme il peut, avec ses moyens, via ses agents ou des mystery shopper les vendeurs de ces produits. Il est demandé au vendeur d’être physionomiste, de vérifier l’âge afin d’accorder la vente ou non mais tous ne sont pas respectueux des règles.

L’État doit pouvoir se reposer sur un réseau ‘responsable’ autrement dit un réseau référent qui s’engage à respecter une charte claire qui respecte la législation et ses évolutions futures.

### Notre vision

Dans ce cadre il est utile de maîtriser un réseau « responsable » identifié par un label distribué par les Autorités publiques ou délivré suite à la signature d’une Charte avec possibilité de retrait du label en cas de non-respect de l’engagement du commerçant. Ainsi par exemple pour le réseau qui vend du tabac, il faut réduire drastiquement le réseau et l’attribuer, comme en France, à des commerces dit « essentiels » comme le réseau des librairies-presse.

Ces commerces de proximité permettent un contrôle social actif et efficace pour s'assurer de bien les vendre à une clientèle autorisée. Les commerces de ce réseau qui vendent ces produits doivent signer une charte d'engagement et les magasins non-signataires de la charte ne peuvent pas prétendre au label de vente responsable. Il faut encourager aussi l'application d'un système de connaissance de l'âge par un contrôle facial. Ces appareils existent déjà sur le marché. (Tout en sachant que le débat sur la reconnaissance faciale n'est pas tranché en Belgique). Les fédérations de libraires-presse ont lancé récemment une charte sous le label "B18" et ils encouragent leurs membres à la signer.

La charte énumère les conditions qu'un magasin doit remplir pour obtenir le label B18. Chaque année, les magasins devront la signer à nouveau et cette charte sera adaptée aux nouvelles lois qui entreront en vigueur.



*"L'État doit pouvoir se reposer sur un réseau 'responsable' autrement dit un réseau référent qui s'engage à respecter une charte claire qui respecte la législation et ses évolutions futures."*

## Cette charte reprendrait les engagement suivants :

1. Vendre de manière responsable à tout moment. Cela signifie :
  - Ne pas vendre à des mineurs des produits dont la limite d'âge est fixée à 18 ans,
  - Cela comprend : les produits de tabac et les produits à base de nicotine, l'alcool et les jeux de hasard,
  - Et donc respecter les règles juridiques telles qu'elles sont en vigueur aujourd'hui ;
2. Être responsable de son personnel et l'informer clairement sur les règles légales concernant la vente aux mineurs ;
3. En cas de doute sur l'âge du client, toujours demander une pièce d'identité officielle avec photo et date de naissance ;
4. En l'absence de possession d'un document d'identité valide, aucun produit comportant une limite d'âge ne sera vendu ;
5. Les mineurs qui tentent d'acheter de tels produits seront informés des raisons pour lesquelles le produit ne peut pas leur être vendu. Cela permet également de renforcer la sensibilisation ;
6. Être en mesure d'expliquer aux jeunes, dans une de nos langues nationales, pourquoi il est si important qu'ils ne puissent acheter ces produits ;
7. L'objectif est de :
  - Créer un environnement sûr où les mineurs peuvent circuler en toute sécurité sans entrer en contact avec des produits qui ne leur sont pas destinés,
  - Réduire le nombre de mineurs entrant en contact avec des produits de tabac ou des produits à base de nicotine, les jeux de hasard ou l'alcool.



## Nos propositions

Reconnaissance du label B18 et de sa charte par l'État.

Affichage du label B18 dans les magasins signataires de la charte.

Lier le label B18 à toute législation où elle a un intérêt avec une réduction du nombre de point de vente tabac (fin dans les magasins d'alimentation et les night shops).



bpost

*“Notre rémunération est liée à une grille tarifaire tant pour la partie courrier que pour la partie colis. Cependant au fil des années, Bpost a supprimé des avantages pécuniers comme un loyer, le suivi d’une formation, la réussite de tests de connaissance, la prime commerciale.”*

# 5. BPOST : CONCERTATION ET RÉMUNÉRATION DE LA LIVRAISON DES COLIS

## Le contexte

*L'État est l'actionnaire majoritaire de Bpost. Bpost (comme la Loterie nationale) a un contrat de gestion avec l'État, renouvelable tous les 5 ans. Bpost gère l'entreprise comme une société privée commerciale et rend des comptes à son actionnaire l'État.*

Aujourd'hui le contrat de gestion prévoit la création de POINTS POSTE (avec un seuil maximum) en complément des bureaux de poste, qui eux sont en déclin (fermeture). Les points poste sont attribués après un appel d'offres à des commerces de proximité. Parmi ces commerces, de nombreuses librairies-presse, commerce de proximité par nature, et qui gèrent donc un service de livraison de colis (toujours en expansion) et un service annexe (courrier, recommandés, timbres, virement.). Nous payons à Bpost semestriellement une 'contribution Partner' pour avoir cette concession.

En ce qui concerne le service « courrier » (en déclin) Bpost est le seul acteur en librairie mais en ce qui concerne les colis, Il y a de nombreux autres acteurs de livraison sur le marché belge, ce qui accroît la concurrence et fait pression sur les prix. Notre rémunération est liée à une grille tarifaire tant pour la partie courrier que pour la partie colis. Cependant au fil des années, Bpost a supprimé des avantages pécuniers comme un loyer, le suivi d'une formation, la réussite de tests de connaissance, la prime commerciale... Notre rémunération est donc en baisse régulièrement.

Voici un exemple de rémunération :

- 5% sur la vente de timbres
- 0,50€ sur la remise d'un colis
- 0,70€ sur le retour ou l'expédition d'un colis



# Notre vision

Sachant que Bpost est actionnaire de l'État, il doit donner priorité à la viabilité des petits commerces qui tissent des liens sociaux avec la population.

C'est donc naturellement que Bpost doit privilégier l'ouverture de Points Poste avec les petits commerces porteurs de socialisation entre les personnes.

Tout changement dans le commissionnement devrait faire l'objet d'une concertation avec le secteur et les représentants des fédérations des libraires-presse.




*“Sachant que  
L'État est actionnaire  
de Bpost, il doit donner  
priorité à la viabilité  
des petits commerces  
qui tissent des liens  
sociaux avec la  
population.”*

## Nos propositions

- Comme il le fait pour la Loterie Nationale, L'État doit introduire dans le plan de gestion :
  - « Allouer aux POINTS POSTE une rémunération équitable, approuvée par le conseil d'administration, après concertation avec les parties prenantes du secteur. À cet effet, BPOST prévoira un processus de consultation adéquat de ses POINTS POSTE sur base de critères objectifs de représentativité »
- Donner une priorité à l'ouverture d'un Point Poste à une librairie-presse qui en a bien plus besoin qu'une grande surface alimentaire.





*“La volonté  
du législateur  
était de n'autoriser  
l'engagement de  
paris que chez les  
libraires.”*

# 6. LES PARIS SPORTIFS ET LEURS CONTRAINTES EN LIBRAIRIE-PRESSE

## Le contexte

*En 2019, le législateur a décidé d'autoriser les libraires à engager des paris à titre d'activité complémentaire. **Le législateur souhaitait ainsi permettre aux libraires de compenser en partie la diminution des chiffres de vente de la presse imprimée à la suite de la progression des médias numériques.***

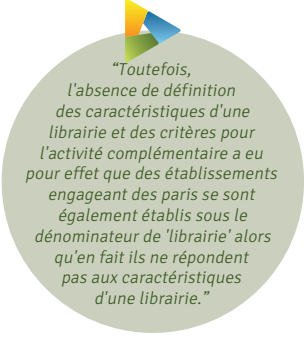
La volonté du législateur était de n'autoriser l'engagement de paris que chez les libraires. Toutefois, l'absence de définition des caractéristiques d'une librairie et des critères pour l'activité complémentaire a eu pour effet que des établissements engageant des paris se sont également établis sous le dénominateur de 'librairie' alors qu'en fait ils ne répondent pas aux caractéristiques d'une librairie. C'est ce que l'on appelle de 'fausses librairies'.

Un Arrêté royal du 17 février 2022 a, pour partie, réglé le problème en définissant le terme 'libraire' et en imposant des critères financiers mais il a ajouté des contraintes qui font que l'objectif de « **compenser la diminution des chiffres de vente de la presse imprimée à la suite de la progression des médias numériques** » devient **sans relation**.

Face à ces contraintes, de nombreux joueurs se tournent vers les jeux en ligne où règne une pléiade de jeux illégaux. Une perte de contrôle et de revenus pour tous. **(On répertorie plus de 1000 sites illégaux accessibles en Belgique).**

# Notre vision


Le fait de définir le terme « librairie » est une avancée, mais cette définition telle que légiférée entraîne de lourdes contraintes et ne concerne que la partie 'paris sportifs'.



*“Toutefois, l'absence de définition des caractéristiques d'une librairie et des critères pour l'activité complémentaire a eu pour effet que des établissements engageant des paris se sont également établis sous le dénominateur de 'librairie' alors qu'en fait ils ne répondent pas aux caractéristiques d'une librairie.”*

## Ainsi :

- Le chiffre d'affaires annuel réalisé en mise de paris sportifs du secteur privé est plafonné à 250.000€ alors qu'il n'y a aucune limite pour les mises effectuées sur les produits de la Loterie Nationale ;
- Il y a une limitation de la promotion des jeux de paris sportifs sur nos réseaux sociaux alors que la Loterie Nationale nous rémunère pour en faire pour les siens.



*“Il fait Imposer la charte B18 aux libraires- presse qui commercialisent des paris sportifs.”*

# Nos propositions


Afin de revenir aux souhaits du législateur qui voulait permettre aux libraires de compenser la diminution des chiffres de vente de la presse imprimée à la suite de la progression des médias numériques, il y aurait lieu :

1. De lutter activement contre les sites illégaux en collaboration avec les banques, les institutions financières, les opérateurs télécom et la commission des jeux;
2. D'adapter la définition « librairie » comme proposé au point 1;
3. D'amender l'Arrêté Royal du 17 février 2022 en supprimant la limite du chiffre d'affaires des mises annuelles à 250.000€;
4. De ne pas instaurer le contrôle épis en librairie-presse, étant donné que la mise maximum est fixée à 200€ et que c'est le libraire qui remet le ticket de jeu aux joueurs (contrôle de l'âge);
5. D'imposer la charte B18 aux librairies-presse qui commercialisent des paris sportifs.





*“Les libraires-  
presse sont les  
ambassadeurs par  
excellence de la  
Loterie Nationale.”*



“Historiquement ce sont les librairies qui ont fait le succès et créé l'essor de cette institution. et qui, encore aujourd'hui, réalise une part importante de son chiffre d'affaires.”

## 7. LA LOTERIE NATIONALE ET LA CONCERTATION AVEC LE SECTEUR

### Le contexte


*La Loterie Nationale est une société anonyme de droit public. L'État belge et la Société fédérale de participations et d'investissement (SFPI) sont les deux actionnaires de la Loterie nationale.*

Les membres du conseil d'administration, la présidence du conseil et l'administrateur délégué sont désignés par le gouvernement pour des mandats de six ans. Ce sont en général des profils politiques. La loterie nationale paie une concession à l'État belge pour le monopole de ses jeux et n'est pas dépendante de la Commission des jeux de hasard (SPF Justice).

«La Loterie Nationale s'engage à accorder une attention particulière à son canal de distribution privilégié et le plus performant, qui reste son réseau de points de vente de proximité historique. Il est important pour la Loterie Nationale de préserver cette relation de proximité et de confiance tant avec ses partenaires du réseau de distribution qu'avec ses joueurs.

**Les libraires, en particulier, constituent une partie importante de ce réseau de points de vente de proximité.** Les libraires sont en effet les ambassadeurs par excellence de la Loterie Nationale. Ils garantissent une vente de qualité des produits de loterie et assurent également un important ancrage social et local dans la société».

« La Loterie Nationale continue de prêter une attention particulière à son canal de distribution privilégié et le plus performant, qui reste son réseau « retail de proximité » historique. Il est important pour la Loterie Nationale de préserver cette relation de proximité et de confiance, tant avec ses partenaires de distribution qu'avec ses joueurs ».



*“Si la Loterie Nationale s’engage à nous accorder une « attention particulière » elle nous a totalement délaissé à partir du moment où elle a créé ses jeux sur internet.”*

## Dans son contrat de gestion avec l’État, il est stipulé à l’article 18

« La Loterie Nationale doit avoir une politique qui permet :


- D’offrir aide et assistance aux revendeurs par les moyens de communication les plus appropriés ;
- De former et d’instruire les points de vente sur les produits (y compris leurs risques), les principes du jeu responsable et l’interdiction de vente aux mineurs ;
- D’avertir les points de vente en cas de problème d’impression ;
- **D’allouer aux points de vente une rémunération équitable, approuvée par le conseil d’administration, après concertation avec les parties prenantes du secteur. À cet effet, la Loterie Nationale prévoira un processus de consultation adéquat de ses points de vente sur base de critères objectifs de représentativité** ».

## Notre vision

La Loterie Nationale est, et reste, un partenaire privilégié pour les librairies-presse. Historiquement ce sont les librairies qui ont fait le succès et créé l’essor de cette institution et qui, encore aujourd’hui, réalise une part importante de son chiffre d’affaires. Or, d’années en années, la rémunération fixe des libraires est à la baisse quand elle n’est pas conditionnée à des actions défavorables aux libraires. Par exemple, la Loterie Nationale vient de mettre en place un système d’étoiles (rémunération variable) pour les libraires dont une qui poussent les joueurs à se diriger sur les offres digitales de la Loterie Nationale.

Si la Loterie Nationale s’engage à nous accorder une « attention particulière » elle nous a totalement délaissé à partir du moment où elle a créé ses jeux sur internet. Nous étions prêts à faire un Win-Win avec nos clients et la Loterie Nationale pour ceux qui se dirigeaient sur leur site internet.

La concertation avec les fédérations tourne plus à l’information qu’à la concertation.



*“La concertation avec les fédérations tourne plus à l’information qu’à la concertation.”*

## Nos propositions

- Instauration du multi Channel et perception une rémunération sur les mises de nos joueurs sur internet ;
- Signature d'une charte de la Loterie Nationale qui s'engage à ne pas utiliser les adresses des membres lottery club pour des actions de marketing direct sans lien avec le libraire ;
- Avoir une place de représentation consultative et non rémunérée au Conseil d'administration de la Loterie Nationale afin que le réseau historique de la Loterie Nationale puisse donner un avis ;
- Supprimer de la rémunération variable le fait d'envoyer un pourcentage de nos clients sur la plateforme internet de la Loterie nationale et la remplacer par l'organisation de cagnotte joueurs.





Perstablo asbl et Vision Presse asbl présentent leur