

## Rédaction

Walter Agosti

## Distribution



## Rédacteur en chef :

M. Walter Agosti

info@visionpresse.be

Avenue Albert 1<sup>er</sup> 1A – 1342 Limelette

## Graphisme & impression :

AZ Print sa

Rue de l'informatique 6

B-4460 Grâce-Hollogne (Z.I.)

Tél. 04 364 00 30 – info@azprint.be

www.azprint.be



## Edito

Walter AGOSTI

Administrateur délégué

walter@visionpresse.be



## Un agenda à suivre

2024 et 2025 seront des années avec de nombreuses applications de décisions politiques qui auront des impacts sur notre quotidien dans nos librairies-presses.

Je dresse ici une salve de décisions et l'agenda qui les accompagne :

- 01 JANVIER 2024 : Taxation sur les VAPES, le litre de fluide à vapoter passe de 15 euros à 165 euros.
- 11 JANVIER 2024 : Les règles applicables aux E-cigarettes avec nicotine s'appliquent aussi aux E-cigarettes et aux flacons de recharge sans nicotine.
- 12 AVRIL 2024 : Entrée en vigueur de la disposition prévoyant que toute personne qui vend du tabac à une jeune personne qui paraît avoir moins de 25 ans doit exiger de celle-ci qu'elle prouve qu'elle a atteint l'âge de 18 ans.
- 01 JUILLET 2024 : Tous les e-liquides vendus dans le commerce doivent être munis d'un timbre fiscal (particularité : il n'y aura pas de prix sur ce timbre).
- 01 SEPTEMBRE 2024 : l'âge minimum pour jouer aux paris sportifs passe de 18 à 21 ans (inchangé pour la Loterie Nationale).
- 01 JANVIER 2025 : Toutes les e-cigarettes jetables sont interdites.
- 01 AVRIL 2025 : Interdiction d'exposition des produits du tabac dans les commerces qui vendent du tabac (le mot TABAC au sens très large).
- XX/XX/2025 : Application contrôle EPIS en librairie-presse. (voté en commission, doit encore passer en séance plénière).



## Distrishop

GÉREZ VOTRE POINT DE VENTE DU BOUT DES DOIGTS  
DÉCOUVREZ LA NOUVELLE VERSION DE DISTRISHOP

Distrishop est aujourd'hui une solution flexible qui vous offre le choix entre une solution complète qui regroupe le logiciel, le matériel et le support technique, ou la possibilité d'installer notre logiciel sur votre matériel.

Pour plus d'informations : 02/525 16 66 - distrishop@ampnet.be





# Brèves

## TABAC



### FAQ concernant l'interdiction d'exposition des produits du tabac

Le SPF Santé Publique a édité un document « questions-réponses » concernant Le Display ban. On y trouve la liste



des produits du tabac visée par l'interdiction, la signification de l'interdiction (exemple derrière un rideau), ainsi que diverses réponses à de nombreuses questions. À lire sur le QR code.

### Mystery shoppers

Le SPF Santé Publique a mené, en 2023, des contrôles avec des mystery shoppers dans les endroits où l'on vend de l'alcool et des produits du tabac. Le nombre d'infractions est très élevé chez « les marchands de journaux » sur 155 inspections, on a relevé près de 63% d'infractions ! Une nouvelle campagne est prévue pour cet été, toujours à l'aide de clients mystères. Rappel : adhérez au label B18. <https://www.b18.be/fr/>



### Royaume-Uni

Le Royaume-Uni a voté récemment une loi interdisant la vente de tabac à toute personne née après 2009. Ce pays veut devenir le premier pays sans tabac. La Nouvelle Zélande avait voté un pareil texte mais il a été retiré par la suite.

### Interdire le tabac aux moins de 25 ans ?

En Belgique le Ministre Frank Vandenbroucke (Vooruit – parti socialiste flamand) s'est montré favorable à l'idée d'augmenter l'âge de l'interdiction de vente du tabac aux moins de 25 ans.



## PRESSE

### Grève Bpost – Entrave à la distribution de la presse



De nouvelles grèves chez Bpost entravent la distribution de la presse. C'est toujours le sujet de la fin de la concession postale qui est au cœur du conflit. Les grévistes bloquent l'imprimerie à Nivelles (qui

imprime les journaux francophones) ainsi que des sites de distribution AMP (Liège est particulièrement touché).

**BOOSTE TES VENTES**  
**AVEC LE TERMINAL LE PLUS AVANTAGEUX DU MARCHÉ !**

**Ladbrokes.be**

✉ [PATRICK.VANGOMPEL@ENTAINGROUP.COM](mailto:PATRICK.VANGOMPEL@ENTAINGROUP.COM)  
 ☎ 0479.84.05.07

## Euro et jeux olympiques Topps et Panini

Si Topps a l'exclusivité des vignettes pour l'Euro de football ; c'est Panini qui aura celle des jeux olympiques.



## Nouvelles formules



La période est aux nouvelles formules. De nombreux titres font un relooking : GALA – NOUVEL OBS – MARIANNE – LA CROIX HEBDO – MAISON ET TRAVAUX – JEUX DE MAXI – MONTAGES MAGAZINE – VELO TOUT TERRAIN

Paris. En 2023, seul 1 libraire ne s'y est pas immédiatement conformé, ce qui a entraîné le renvoi du dossier à la cellule sanctions. Par ailleurs, 147 libraires (qui avaient obtenu leur licence en 2022) ont été invités à démontrer, 12 mois après l'octroi de la licence, qu'ils avaient réalisé un chiffre d'affaires suffisant grâce aux ventes de presse (c'est-à-dire 25.000 EUR).

## Sites illégaux

Ce n'est pas nouveau mais cela devient dramatique. La Belgique fait face à une vague croissante de sites de jeux illégaux avec plus de 2 200 sites actifs recensés en 2023.



## JEUX

### Rapport annuel 2023 de la Commission des jeux

La commission des jeux a édité son rapport annuel 2023 (À lire sur le QR code).

On y apprend qu'au 31/12/2023, il y avait 1 484 licences de librairies actives, contre 1 580 licences au 31/12/2022 et 1 812 licences au 31/12/2021. En 2023, sur la base des règles de l'arrêté royal du 17/02/2022, un total de 190 licences ont été accordées et 166 licences ont été renouvelées. Par ailleurs, 17 nouvelles demandes et 21 demandes de renouvellement de licence ont été refusées sur la base de cette réglementation.

175 librairies ont reçu une visite de la cellule de contrôle. Parmi les infractions constatées lors de ces contrôles, on relève la consommation d'alcool sur place, le non-respect de la mise en vente de 200 titres de presse différents ou de l'obligation de dégager 25.000 EUR de chiffre d'affaires de la vente de ces titres de presse, le dépassement de la surface autorisée de 3 m<sup>2</sup> pour la publicité sur les parcs ou encore, l'absence de dépliants d'information sur la dépendance au jeu.

Ce sont les libraires qui ont fait l'objet des contrôles à distance les plus fréquents, et ce dans le cadre de la nouvelle réglementation de 2022. Dans 145 cas, un procès-verbal administratif a été établi en raison du dépassement de la limite annuelle de paris de 250.000 EUR. Il a été demandé à ces libraires de cesser temporairement de prendre des



## NEWS

### Mémorandum

Vision Presse et Perstablo ont édité et envoyé à près de 250 hommes et femmes politiques le mémorandum « Enrayer l'hémorragie des fermetures des librairies-presses ». Ce mémorandum a été distribué aussi, pour information, auprès de chacun d'entre vous. Il est disponible sur le QR code.



### Versements anticipés impôt

Il est annoncé une augmentation de la taxe de majoration en cas d'absence ou d'insuffisance de versement anticipés à l'impôt à partir de l'exercice 2024.



## COMMISSION DES JEUX DE HASARD

DEVENEZ PARTENAIRE

# B!NGOAL

## VOTRE BOOKMAKER 100% BELGE

CONTACTEZ-NOUS POUR UNE VISITE SANS OBLIGATION



02/736.99.55



info@bingoal.be



@bingoal.be



## Interview

### Cinq questions à STEFAN SEGHERS Chief Digital Officer

#### **Comment se porte le groupe Roularta à la fin de l'année 2023 ?**

Roularta a obtenu de bons résultats en 2023, malgré un marché difficile. Roularta continue de se concentrer sur le marché des magazines. Au cours des dernières années, Roularta a considérablement étendu son portefeuille de marques grâce à des acquisitions en Belgique et aux Pays-Bas. Roularta croit toujours au marché des magazines, à la fois sur papier et numérique. La diversité des marques fait de Roularta un partenaire important dans le domaine des magazines.

#### **Le groupe Roularta est connu des libraires-presse pour son attachement à l'abonnement postal. Comment conciliez-vous la vente au numéro et la vente par abonnement ?**

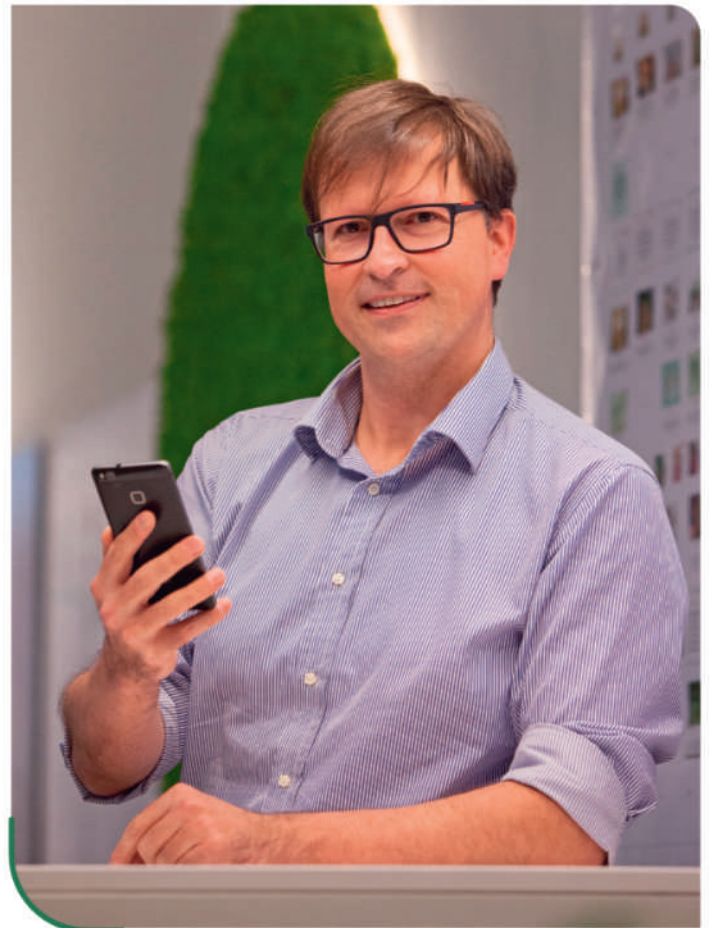
Cette perception remonte principalement à l'époque avant les différentes acquisitions. Depuis lors, Roularta dispose d'un large éventail de marques, dont des marques bien connues telles que Libelle et Femmes d'aujourd'hui, qui sont très importantes dans la vente au numéro. Roularta est convaincue que le marché des abonnements et celui de la vente au numéro sont complémentaires. Celui qui achète souvent un magazine pourrait être intéressé par un abonnement. De même, celui qui ne souhaite plus s'abonner achète de temps en temps un magazine en magasin. Roularta croit qu'un équilibre se crée entre ces deux mondes et que les deux sont importants.

#### **Envisagez-vous de nouveaux projets ou actions spécifiques pour relancer les ventes en librairies-presse ?**

En 2023, Roularta a lancé un « programme d'ambassadeurs » avec une sélection de librairies-presse. Dans le cadre de ce programme, un accent particulier a été mis sur le soutien marketing et diverses actions de fidélisation. Cela a donné de bons résultats pour les détaillants participants. En retour, Roularta demande aux détaillants de promouvoir activement les actions. De plus, Roularta continue de faire de la publicité active pour les numéros spéciaux dans les librairies-presse à des moments de forte affluence, comme la fête des mères et les fêtes de fin d'année, via la radio et d'autres médias. Cette stratégie de marketing génère un trafic supplémentaire en magasin. En 2023, Roularta a également mis en place un panel de détaillants avec lesquels elle se réunit régulièrement pour mieux comprendre comment soutenir encore mieux les ventes en magasin.

#### **Envisagez-vous d'acquérir de nouveaux titres dans les années à venir ?**

Roularta continuera de se spécialiser dans les magazines. Si des opportunités se présentent, Roularta les examinera certainement.



#### **Quels sont, selon vous, les obstacles et les opportunités pour accroître les ventes de médias imprimés ?**

Dans nos discussions avec les détaillants et après notre analyse du programme d'ambassadeurs, nous constatons que la collaboration est très importante. Roularta réfléchira à la manière dont elle peut soutenir les détaillants. Nous constatons que les « entrepreneurs dynamiques » s'en sortent bien. En d'autres termes, les détaillants qui diversifient et expérimentent, qui vendent également de nouveaux produits en magasin à côté des magazines, réussissent. Nous sommes en pleine discussion avec différents détaillants sur la manière dont nous pouvons être plus créatifs. Le grand défi est d'introduire de nouveaux acheteurs à nos magazines. Nous devons être plus créatifs que jamais, car les jeunes générations ne nous connaissent pas aussi bien. Ce groupe ne prend pas spontanément nos magazines dans les rayons. Nous devons imaginer des actions et nous assurer que nos magazines se retrouvent entre leurs mains. Le deuxième grand défi est de garantir que nos acheteurs existants reviennent encore et encore, afin qu'ils continuent à maintenir cette habitude. Nous le faisons en imaginant des actions de fidélité.

Interview Walter Agosti



**Roularta**  
**Media Group**