

bpost s'offre PressShop, Kariboo et les AMP

SERVICES Le groupe Lagardère revend ses activités de diffusion

- L'entreprise publique postale acquiert de nouveaux réseaux pour la vente et la distribution des journaux et l'e-commerce.
- Des questions de monopole se posent.

bpost vient de signer un accord pour le rachat des activités belges du groupe français Lagardère. En mettant la main sur Lagardère Travel Retail, l'entreprise publique (l'État reste majoritaire de bpost avec 50 % plus une action) s'offre un réseau de 220 points de vente (151 Press Shop, 52 Relay et 17 commerces divers), 735 points de retrait/dépôt du réseau Kariboo (colis d'e-commerce) et les AMP (Agence et Messageries de la Presse fondée en 1885 par Louis Bertrand et F. Charité), soit l'entreprise qui fournit tous les matins les 5.500 différents journaux et magazines aux 5.345 libraires du pays.

Koen Van Gerven, le patron de bpost, explique cet investissement par un souci de diversification d'une part (comme il y avait eu l'activité bancaire avec la Banque de La Poste, etc.), de complémentarité des activités ensuite.

Chez Lagardère, Jean-Baptiste Morin (COO de LS Distribution), on assure que la vente n'est pas liée au déclin de la

presse traditionnelle, mais bien à la réorganisation stratégique du groupe et la revente de toutes les activités de distribution du genre hors France (c'est aussi le cas, et en cours, en Espagne, Suisse, aux États-Unis).

On imagine aisément ce que peut devenir la réunion des deux réseaux. D'abord en relevant que 48 PressShop sont déjà, en plus, des Points Poste (réseau privé d'environ 700 accès aux services postaux, principalement dans des librairies, des grandes surfaces...). Et que le réseau Kariboo complète et développe ce que bpost a déjà développé dans le domaine de l'e-commerce (ouverture de certains points ou bureaux postaux le samedi ou le dimanche, en soirée, réseau de distributeurs de paquets).

Ou encore les liens logiques entre bpost banque et Alvaldis, également dans LTR, spécialiste des cartes bancaires prépayées, etc.

Comme d'habitude dans ce genre de transaction, les deux partenaires se refusent à évoquer le prix de vente, d'autant plus que le rapprochement va prendre plusieurs mois, notamment le temps d'obtenir la bénédiction du conseil de la concurrence. Pourtant, c'est bien dans ce domaine que le rapprochement de ces gros acteurs au niveau belge pose des questions.

Des monopoles qui s'additionnent

La première concerne le secteur de la presse en direct. bpost vient de se voir confirmée par le

gouvernement le monopole de la distribution des journaux dans les boîtes aux lettres, pour les abonnés (tiens, AMP était justement un des concurrents potentiels qui n'a finalement pas rentré d'offre). Elle va donc bientôt aussi contrôler, parallèlement, la distribution des journaux dans les librairies, l'autre canal de distribution de la presse.

Ce double monopole peut aider à peser sur les prix, alors que le coût de la distribution est déjà très important. bpost assure que les importants subsides (260 millions par an environ) qu'elle reçoit pour assurer la distribution des journaux aux abonnés sont utilisés de manière hermétique et ne pourront jamais contribuer aux activités dites commerciales.

Parallèlement, pour le réseau des librairies, bpost/AMP sera à la fois fournisseur incontournable et concurrent direct des librairies indépendantes. Ce que Lagardère était déjà, certes. Mais ici, il s'agira d'une entreprise publique (lire la réaction des libraires indépendants ci-contre).

Tout cela et l'analyse du conseil de la concurrence vont certainement susciter réactions et réflexions. Qui mèneront sans doute à poser la question du maintien de la majorité de l'État au sein du groupe. Et, justement, le gouvernement vient de s'autoriser à passer sous la barrière des 50 %. Tout cela va-t-il servir de première illustration ? ■

ÉRIC RENETTE

réactions Indépendants et libraires inquiets

La reprise des activités de Lagardère Travel Retail par bpost a suscité des réactions. « Et un certain émoi parmi les détaillants indépendants », résume le SDI (syndicat des indépendants) qui s'affirme « inquiet de la manière dont les franchisés ont appris la nouvelle. Ne va-t-on assister à une vague de préavis et un écrémage du réseau pour les remplacer par des salariés plus dociles ? Gageons que le rapport de force défavorable qu'entretenaient les détaillants avec le diffuseur de presse AMP sera amélioré notamment au niveau de la gestion des retours ! »

bpost assure qu'il ne devrait pas y avoir de répercussions sur le personnel, les effets d'échelle étant limités. Mais les salariés « officiels » de Lagardère Travel Retail (598) n'incluent pas les nombreux indépendants qui garnissent le réseau Press Shop/Replay.

Inquiétude également chez Prodipresse, l'association des libraires indépendants. « Je suis interpellé, je trouve ça excessivement bizarre qu'un un opérateur majoritairement public rachète un opérateur privé pour avoir ainsi toute la main mise sur la

distribution de la presse, s'interroge le président Walter Agosti. Il y a quelque chose qui n'est pas clair. Le communiqué de bpost met l'accent sur les aspects "retail" (distribution) à travers les magasins mais en fait bpost rachète tout, y compris les AMP. Et stratégiquement, je ne comprends pas ce choix. Le secteur de la presse va tellement mal. Dans tous les cas, la procédure va encore durer longtemps, le passage par le conseil de la concurrence va engendrer beaucoup d'audition. Et je me demande quel sera l'avis des différents partis politiques là-dessus. »

É.R.

EN CHIFFRES

1.300

C'est le nombre de points du réseau bpost : 650 bureaux de poste et environ 650 Points Poste établis dans des commerces et centres commerciaux.

261

C'est le montant, en millions, de dotation que l'État verse à bpost en 2016 pour distribuer chaque jour les journaux aux abonnés (223.000 francophones, 699.000 néerlandophones), payer les pensions et distribuer les tracts électoraux. Elle diminuera progressivement jusqu'à 245,6 millions en 2020.

220

Soit le nombre de commerces du groupe Lagardère concernés par la transaction : 151 Press Shop, 52 Relay et 17 autres commerces sous enseignes Hubiz, Hello !, Exki, Leonidas et Panos.