

Dynamique commerciale

L'Écho Républicain, un partenaire de choc

En multipliant les initiatives avec le réseau, *L'Écho Républicain* crée une synergie intéressante pour les trois acteurs : l'éditeur, le diffuseur, le lecteur.

Créé en 1920, *L'Écho Républicain*, quotidien régional diffusé à 90 % en Eure-et-Loir, appartient depuis 1999 au groupe Amaury. Sa vente au numéro moyenne dépasse les 10 000 exemplaires (14 600 pour les abonnements portés et 3 300 pour les postés). Ces dernières années, le titre a opéré une véritable mue : passage au format tabloïd et à la couleur, refonte éditoriale et politique de diversification bien sentie – en septembre, sa vente était ainsi couplée à celle des DVD de la série à succès *Prison Break* –, tout est fait pour séduire les lecteurs.

Sa politique commerciale, volontaire sur le réseau de l'abonnement comme sur celui de la vente au numéro, joue la carte du partenariat avec les diffuseurs de presse. En témoignent le taux de rémunération de 25 % accordé sur la vente des encyclopédies et les récentes opérations de distribution gratuite du journal, menées dans quatorze points de vente à Châteaudun en mai 2007, et neuf à Vernouillet (près de Dreux) en mai 2008.

Valoriser le diffuseur. « Nous souhaitons améliorer notre taux de pénétration dans ces deux villes, explique Patrick Soubrane, directeur des ventes du journal. Nous avons demandé aux diffuseurs de mettre en mains le quotidien dans leur point de vente, tout en maintenant leur taux de commission habituel, à 14 %. Offrir le journal nécessite, nous en sommes conscients, beaucoup de travail de la part des diffuseurs car il faut prendre le temps de le présenter aux non-lecteurs. » Planifiée sur quatre jours, du mardi au vendredi compris, l'initiative a été appréciée : « C'est valorisant en termes d'image, témoigne Nathalie Duverneix, diffuseur de presse à Vernouillet. Il est assez rare que nous puissions faire plaisir à nos clients en leur offrant quelque chose ! »

Depuis lors, l'augmentation des ventes est substantielle : de 2,5 à 3 % à Châteaudun et de 3,5 à 12 % à Vernouillet. À l'aune de cette réussite, Patrick Soubrane étudie la possibilité d'étendre ce type de promotions aux grandes villes en 2009.



L'Écho Républicain se vend à 10 000 ex. en moyenne en vente au numéro.

Un bonus financier. « Depuis 2003, *L'Écho* propose à des Maisons de la Presse de distribuer le quotidien à trois points de vente de leur choix, situés à proximité. Elles perçoivent un taux de commission de 18 % sur les quotidiens qu'elles vendent et de 4 % sur les ventes des diffuseurs qu'elles desservent. Par ailleurs, 1 % de taux de commission supplémentaire leur est alloué par création de point de vente supplétif, explique Annie Bertheau, présidente départementale UNDP d'Eure-et-Loir. »

L'avantage de l'opération est double. Tandis que le "diffuseur rattaché" (dépositaire) bénéficie d'un complément de rémunération substantiel, le "diffuseur rattaché" profite de la proximité d'un interlocuteur proche et réactif. Un intérêt évident en termes de réassort. « Le bénéfice est tangible pour *L'Écho Républicain*, souligne Patrick Soubrane. Notre taux d'inventus passe de près de 50 à 20, voire 12 % . »

« Le bénéfice est tangible pour *L'Écho Républicain*, souligne Patrick Soubrane. Notre taux d'inventus passe de près de 50 à 20, voire 12 % . »

Du côté des diffuseurs chargés de la distribution, le son de cloche est également positif : « Hormis le fait qu'il faut un véhicule, les contraintes sont minimes, remarque Jean-Christophe Louis à Brou. Cela représente à peine une heure de travail par jour et m'apporte un bénéfice mensuel de 250 à 300 €, grâce auquel j'ai subventionné les mensualités liées à l'informatisation de mon magasin. Un vrai plus ! »

Pénélope Desvieux