

Les bureaux de tabac se vendent moins

-29% en 2008, -20% en 2009. Les chiffres de la baisse de volume de transactions selon le réseau Michel Simond (Conseil en cession et acquisition des commerces et entreprises) peuvent donner le vertige. Principalement en cause : « La mauvaise image véhiculée récemment sur le tabagisme et les effets d'annonce de baisse de la consommation qui cassent le marché. Cette chute est également due à la crise et à un phénomène de mode qui n'est plus : il y a dix ans quand j'ai commencé, on ne vendait que des tabacs et en plus à n'importe quel prix. Aujourd'hui, les gens se portent vers d'autres produits comme le tous commerces, entreprises de services (magasins bio, épicerie fine, spa, centre de remise en forme, magasin de sport): c'est la grande mode des superettes et des hôtels-bureau avec simplement le petit-déjeuner, il y a une grosse liste d'attente », explique Eric Roussel, animateur et formateur régional Sud-est du réseau Michel

Simond. Autre raison, les prix de vente : « Les vendeurs sont trop gourmands parce qu'ils ont payé cher il y a quelques années ». Et puis les affaires ne sont peut-être plus aussi bonnes qu'avant ? « La santé des débiteurs n'est pas si mauvaise quand je vois certains bilans. Quand il y a une augmentation de tarif, il y a des chutes de consommation mais c'est comme le carburant, on continue toujours à en mettre dans le réservoir ! Finalement au niveau des volumes, ça ne chute pas trop et comme les prix augmentent, la commission des buralistes augmente aussi. Ce sont les frontaliers qui souffrent davantage ».

S. R.