

Communiqué

Paris, le 6 juin 2019

Réseau des marchands de presse : bilan au 1^{er} trimestre

Le réseau des marchands de presse au début de l'année 2019 demeure résilient, malgré une érosion de ses effectifs.

Fin mars 2019, on compte **22 627 points de vente**, soit une perte de **680 magasins**, donc une baisse de **2,9%**. Par rapport à la moyenne du commerce de détail (4% à 5%), les marchands de presse résistent mieux. A noter que 374 points de vente perdus avaient moins de 50 mètres de linéaires développés.

Concernant le **chiffre d'affaires**, les encaissements moyens au premier trimestre baissent de 4,46% par rapport au premier trimestre 2018. Sur la même période, le petit commerce baisse de 3,8%.

Dans le détail du marché, les ventes de quotidiens nationaux baissent moins (-3,6%), notamment en raison de la forte actualité de ce début d'année. Les magazines en revanche décrochent (-5%), tandis que les encyclopédies continuent leur progression (+1,5%) et que le multimédia poursuit sa chute (-22,6%).

*

Méthodologie :

Ces chiffres sont issus du panel développé par Culture Presse et Devlyx, établi à partir des remontées de caisses de 3 591 marchands, tous en activité sur la totalité des deux périodes étudiées et représentant quelque 25 % du volume d'affaires.

En termes de typologie, on retiendra que le panel regroupe exclusivement des commerçants indépendants, informatisés et remontant leurs données de ventes tous les jours avec un taux de fiabilité dépassant 95 %. Ils sont établis exclusivement en Province (aucun marchand parisien dans l'échantillon). Ce sont tous des spécialistes de l'activité presse. Toutes les activités secondaires sont représentées.