

FICHE 3 : UN RÉSEAU PROCHE DU CONSOMMATEUR ET SPÉCIALISÉ

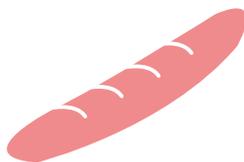
L'UN DES 1ERS RÉSEaux DE COMMERCEs DE PROXIMITÉ NON-ALIMENTAIRES

On compte aujourd'hui **24 143 points de vente**, soit 1 magasin pour 2774 habitants. Le réseau des marchands de presse est donc l'un des premiers réseaux de **commerce de proximité** au service des Français.

Il relève du paysage **familier des consommateurs**, au même titre que la boulangerie.

32 000

ARTISANTS BOULANGERS



24 100

BURALISTES

21 986

PHARMACIES



17 000

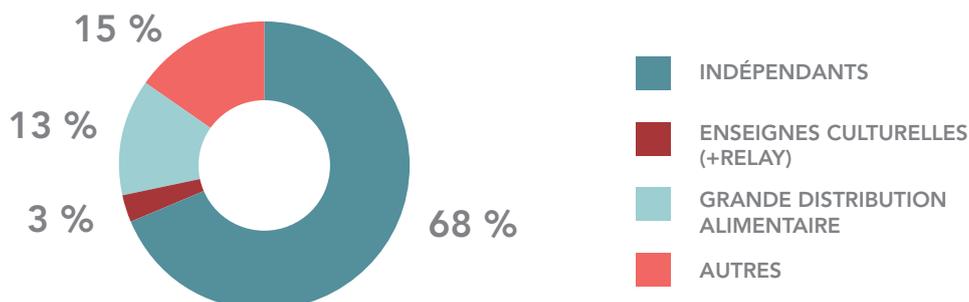
POINTS DE CONTACT POSTAUX

UN RÉSEAU SPÉCIALISÉ

Le réseau de vente de la presse est **divers** mais reste fortement spécialisé, d'où l'importance des marchands de presse **spécialistes**. En effet, **48%** du réseau est constitué de **spécialistes**, c'est-à-dire que la presse est leur cœur de métier (environ 11 500 points de vente sur les 24 134). Et le réseau des magasins **indépendants** représente près de **70%** de la **typologie des points de vente**.

Enfin, contrairement aux idées reçues, il n'y a pas de transfert massif du réseau des spécialistes vers la grande distribution alimentaire. En effet, tous les segments baissent, les indépendants, tout comme les Relay et les enseignes « non presse », alimentaire et pétroliers.

TYPOLOGIE DES POINTS DE VENTE ET RÉPARTITION (2016)



LE SAVIEZ-VOUS ?

- ▶ Les kiosques sont emblématiques mais ne représentent que 555 points de vente dans tout l'hexagone ! Dont 450 se situent à Paris. Ils ne réalisent que 3% du chiffre d'affaires total des ventes presse; mais font ¼ des ventes de quotidiens.
- ▶ L'essentiel des ventes sont réalisées chez les spécialistes indépendants
- ▶ Après s'être développée dans les années 1980, la grande distribution possède une part de marché presse stable, autour de 13% des ventes.
- ▶ Relay est une enseigne appartenant au groupe Lagardère



450 KIOSQUES À PARIS

À RETENIR

- ▶ Le réseau des marchands compte plus de 24 000 points de vente
- ▶ Le maillage sur le territoire est important mais inégal
- ▶ Le marchand de journaux jouit d'une bonne image auprès du consommateur, il fait partie de la vie du quartier où il est implanté
- ▶ Les marchands spécialistes, dont la presse est le cœur de métier, constituent près de 48% du réseau de vente