

TABLE RONDE | JEUDI 3 OCTOBRE 2024

LE RÉSEAU DE DEMAIN :
PERSPECTIVES ET ENJEUX DES NIVEAUX 2 ET 3
QUELLES ATTENTES DES ÉDITEURS ?

Le SPMS est l'un des 7 syndicats de la FNPS



Le Syndicat de la Presse Magazine et Spécialisée rassemble

46 éditeurs

et **plus de 120** publications print et en ligne

TABLE RONDE | LE RÉSEAU DE DEMAIN



Jean-Marie ARCHEREAU

Président du SPMS



Bruno AUSSANT

Président du SNDP



Marianne BÉRARD-QUÉLIN

Présidente de la SGP



Jean-Michel DETCHART

Président de Culture Presse



Sarah JACQUIER PELISSIER

Membre du collège de l'ARCEP



Marc LEMIUS

Président de la CRDP

La CRDP, à quoi sert-elle ?

PREAMBULE

La Commission du réseau de la diffusion de la presse (CRDP) a été créée par la loi n°2019 du 18 octobre 2019 *relative à la modernisation de la distribution de la presse* (article 26). Elle a pris la suite de la Commission du réseau (CDR) du Conseil supérieur des messageries de presse (CSMP).

La CRDP est régie par les dispositions du décret n° 2020-813 du 29 juin 2020.

La CRDP a pour mission de :

- 1° décider de l'implantation des points de vente de presse en France ;
- 2° gérer le fichier recensant les agents de la vente de presse et délivrer aux personnes inscrites dans ce fichier un certificat d'inscription leur ouvrant droit au régime fiscal et, le cas échéant, social des agents de la vente de la presse ;
- 3° administrer une procédure de conciliation préalable des litiges entre agents de la vente de presse qui impliquent un point de vente.

La CRDP est composée de 13 représentants d'éditeurs nommés par le ministre de la Culture sur proposition des organisations professionnelles (APIG, SEPM, FNPS) ainsi que de 3 personnalités qualifiées (dont Mme Laurence FRANCESCHINI, Conseillère d'Etat, Présidente de la CPPAP et M. Gérard PROUST, ancien Président de l'organisation représentative des diffuseurs de presse de 2002 à 2014 (Culture presse, ex-UNDP)).

La CRDP, Bilan à fin juin 2024

Nature des dossiers examinés par la CDR/CRDP

En nombre de dossiers	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024 (à juin)
Créations	306	352	210	287	303	263	169
Réduction de linéaire	93	128	64	160	203	383	312
Augmentation de linéaire	0	0	0	0	0	0	10
Evolution linéaire CSP	0	0	0	0	0	0	51
Passage de PVC à MAG	0	0	0	0	0	0	50
Passage de Mag à PVC	123	129	117	264	160	105	2
Passage MAG/PVC en PVQ	0	0	0	0	0	0	26
Transfert	88	98	49	96	83	115	35
Autres	12	13	19	33	29	5	9
Total	622	720	459	840	778	871	664

En %	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024 (à juin)
Créations	49%	49%	46%	34%	39%	30%	25%
Réduction de linéaire	15%	18%	14%	19%	26%	44%	47%
Augmentation de linéaire	0	0	0	0	0	0%	2%
Evolution linéaire CSP	0	0	0	0	0	0%	8%
Passage de PVC à MAG	0	0	0	0	0	0%	8%
Passage de Mag à PVC	20%	18%	25%	31%	21%	12%	0%
Passage MAG/PVC en PVQ	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4%
Transfert	14%	14%	11%	11%	11%	13%	5%
Autres	2%	2%	4%	4%	4%	1%	1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Depuis trois ans le nombre de dossiers en CRDP augmente, seuls 25% concernent des créations.

Les modifications de nature du pdv et notamment les réductions de linéaire progressent au vu de la nécessité du retail (indépendants et GMS) de repenser leur modèle, diversifier leur activité (diminution tabac / développement espace food/snack etc.).

La généralisation de l'assortiment a permis de stopper le passage de magasins traditionnels en PVC

La CRDP, baromètre des ventes nationales, à fin juillet 2024

Poids des périodicités des titres de presse (%)

Périodicité	Nb Titres	Nb Parutions	Fournis (Kex)	Ventes (Kex)	Taux de vente	Poids des ventes
Quotidien	36	4 835	137 319	64 808	47,2 %	21,8 %
Total Quotidiens Nationaux	36	4 835	137 319	64 808	47,2 %	21,8 %
Hebdomadaire	66	3 133	213 838	122 555	57,3 %	41,2 %
Bimensuel	22	458	38 479	24 855	64,6 %	8,4 %
Mensuel	230	3 012	64 070	22 791	35,6 %	7,7 %
Bimestriel	302	3 660	72 230	27 860	38,6 %	9,4 %
Trimestriel et +	400	4 825	74 750	22 323	29,9 %	7,5 %
Irrégulier	156	1 955	35 909	11 971	33,3 %	4,0 %
Total Presse Magazine	1 176	17 043	499 276	232 355	46,5 %	78,2 %
Total Presse Coopérative	1 211	21 878	636 595	297 163	46,7 %	100 %

Les quotidiens nationaux représentent 21,8% des ventes, les magazines 78,2%.
Les hebdomadaires seuls pèsent 41,2% du total et 52,7% des magazines.

La CRDP, baromètre des ventes nationales, focus magazines à fin juillet 2024

Données par famille merchandising

Famille merchandising	Nb titres	Poids titres	Nb Parutions	Fournis (Kex)	Ventes (Kex)	Taux de vente	Poids des ventes	Evolution Fournis (%)	Evolution Ventes (%)
ACTUALITES GENERALES	136	11.6 %	1 547	40 830	16 626	40.7 %	12.6 %	-1.2 %	-1.1 %
ADO ET MUSIQUE	30	2.5 %	215	2 383	632	26.5 %	0.5 %	-9.1 %	-11.2 %
ADULTES	7	0.6 %	49	528	183	34.7 %	0.1 %	-13.2 %	-22.8 %
ART ET CULTURE	134	11.5 %	1 039	11 321	2 949	26 %	2.2 %	5.4 %	-7.0 %
ENFANTS	95	8.1 %	733	14 105	5 182	36.7 %	3.9 %	-7.0 %	-10.1 %
FEMININS	124	10.6 %	1 110	40 240	18 216	45.3 %	13.8 %	-7.6 %	-11.2 %
INFORMATIQUE ET NUMERIQUE	77	6.6 %	583	6 312	1 520	24.1 %	1.2 %	0.0 %	-8.0 %
LUDIQUES	194	16.6 %	1 358	35 245	14 583	41.4 %	11.1 %	-3.2 %	-3.3 %
MAISON ET ART DE VIVRE	115	9.8 %	840	15 179	4 890	32.2 %	3.7 %	-7.5 %	-14.9 %
NATURE ET VOYAGES	56	4.8 %	408	4 838	1 414	29.2 %	1.1 %	-2.4 %	-2.5 %
PICTURE PEOPLE	34	2.9 %	411	30 828	15 541	50.4 %	11.8 %	-5.7 %	-9.8 %
SPORTS-AUTO-LOISIRS	152	13.0 %	1 195	19 068	6 019	31.6 %	4.6 %	-4.8 %	-7.4 %
TELEVISION	17	1.4 %	414	64 479	44 209	68.6 %	33.5 %	-4.1 %	-5.7 %
Total Presse Magazine	1 170	100 %	9 902	285 356	131 964	46.2 %	100 %	-4.3 %	-6.9 %

Les titres d'actualités générales profitent d'un contexte national et international particulièrement nourri (JO, politique française, élections USA, conflits etc.) avec une tendance en volume à -1,1%.

Les 17 titres télé représentant toujours le tiers des ventes magazines, source de trafic régulier pour les marchands.

Les ludiques à -3,3% confortent leur 5^{ème} position après les TV, féminins, actus et people.

La CRDP, baromètre des ventes nationales, par région, à fin juillet 2024

Région	% habitants métropole	Nb points de vente	Poids en nb	Fournis (Kex)	Ventes (Kex)	Poids des ventes	Evolution Fournis	Evolution des ventes
Auvergne-Rhône-Alpes	12,39%	2 626	13.3 %	34 919	15 618	11.8 %	-4.1 %	-6.6 %
Bourgogne-Franche-Comté	4,27%	1 091	5.5 %	13 871	6 182	4.7 %	-3.1 %	-6.7 %
Bretagne	5,18%	1 199	6.1 %	17 485	7 743	5.9 %	-3.3 %	-5.9 %
Centre-Val de Loire	3,93%	954	4.8 %	12 715	5 927	4.5 %	-4.0 %	-6.8 %
Corse	0,53%	166	0.8 %	2 053	803	0.6 %	-2.7 %	-7.8 %
Grand Est	8,49%	1 488	7.5 %	20 728	9 349	7.1 %	-4.4 %	-6.8 %
Hauts-de-France	9,15%	1 759	8.9 %	21 548	10 504	8.0 %	-5.0 %	-7.2 %
Île-de-France	18,80%	1 942	9.8 %	38 788	18 949	14.4 %	-6.5 %	-8.3 %
Normandie	5,08%	1 252	6.3 %	16 994	8 129	6.2 %	-4.4 %	-7.5 %
Nouvelle-Aquitaine	9,27%	2 517	12.7 %	34 681	15 927	12.1 %	-3.6 %	-6.4 %
Occitanie	9,20%	2 144	10.8 %	29 992	13 337	10.1 %	-2.5 %	-6.5 %
Pays de la Loire	5,88%	1 319	6.7 %	18 360	8 386	6.4 %	-3.7 %	-6.0 %
Provence-Alpes-Côte d'Azur	7,83%	1 337	6.8 %	23 192	11 109	8.4 %	-5.3 %	-7.1 %
Total Presse Magazine		19 793	100 %	285 326	131 963	100 %	-4.3 %	-6.9 %

© Statista 2024

L'Île de France avec 9,8% des diffuseurs représente 14,4% des ventes des magazines avec l'évolution la plus marquée (-8,3%). La Bretagne et les Pays de la Loire affichent 1 à 2 points au-dessus de la tendance nationale.

La CRDP, baromètre des ventes nationales, focus points de vente, à fin juillet 2024

Données par typologie de point de vente

Typologie point de vente	Nb points de vente	Poids en nb	Fournis (Kex)	Ventes (Kex)	Taux de vente	Poids des ventes	Evolution Fournis	Evolution Ventes
Spécialistes	8 823	44.6 %	142 297	64 173	45.1 %	48.6 %	-4.2 %	-7.2 %
Non spécialistes	4 817	24.3 %	25 121	10 013	39.9 %	7.6 %	-1.5 %	-4.9 %
Kiosques	477	2.4 %	8 560	4 051	47.3 %	3.1 %	-5.5 %	-9.3 %
Relay	583	2.9 %	19 179	8 632	45.0 %	6.5 %	0.5 %	-2.2 %
Enseignes culturelles	154	0.8 %	6 229	2 926	47.0 %	2.2 %	0.6 %	-1.4 %
Hypermarchés	887	4.5 %	45 541	24 186	53.1 %	18.3 %	-6.3 %	-7.4 %
Supermarchés	1 269	6.4 %	28 886	13 473	46.6 %	10.2 %	-6.7 %	-8.9 %
PVC	2 130	10.8 %	9 293	4 395	47.3 %	3.3 %	-5.7 %	-9.0 %
PVQ	655	3.3 %	220	109	49.5 %	0.1 %	9.5 %	6.9 %
Total Presse Magazine	19 796	100 %	285 326	131 958	46.2 %	100 %	-4.3 %	-6.9 %

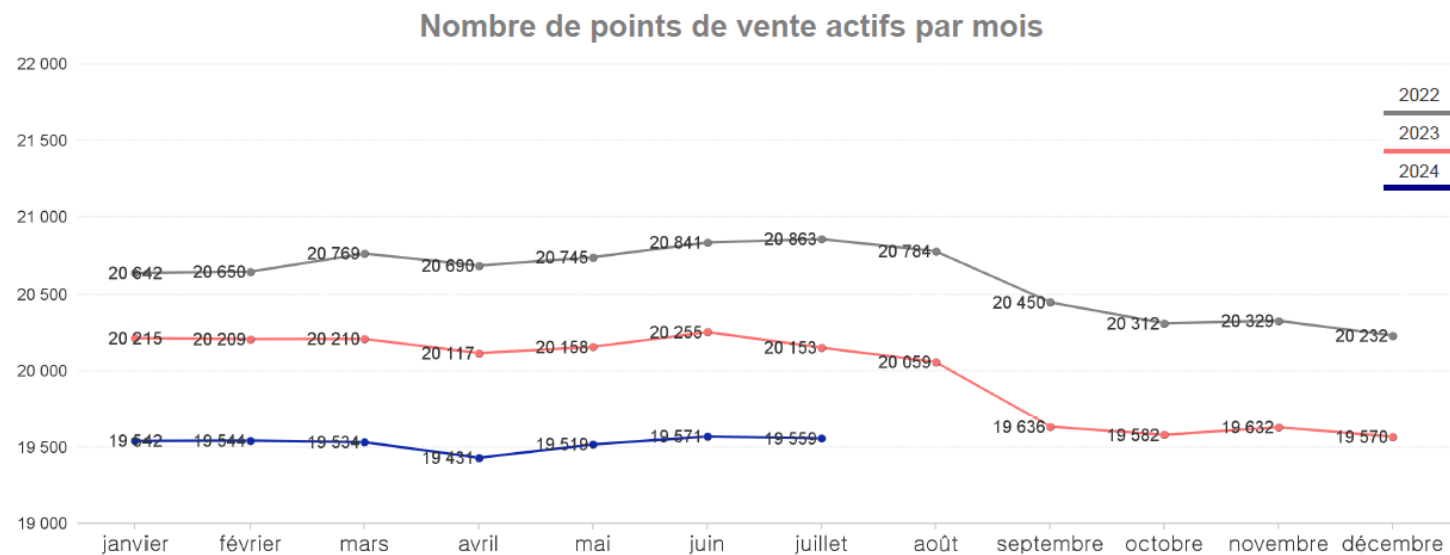
Les 8 823 spécialistes de presse représentent 44,6% des diffuseurs en nombre et 48,6% en poids des ventes en volume, c'est toujours le premier segment.

Les kiosques, supermarchés et PVC affichent les tendances les plus marquées (pdv au contexte linéaires les plus aigus) quand Relay affiche une certaine résistance due notamment à la réouverture des pdv dans les terminaux aéroports et une modernisation de certains pdv en grandes gares très fréquentées cette année.

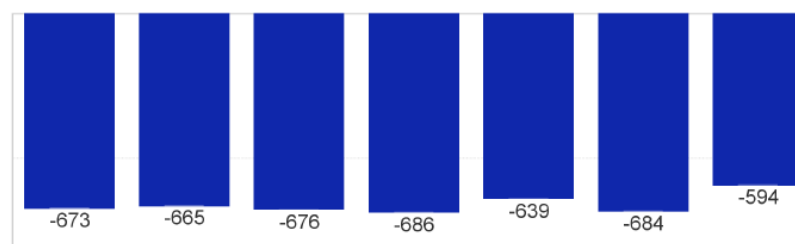
La CRDP, Etat du réseau en nombre de diffuseurs, à fin juillet 2024

Evolution de l'effectif : 19 559 PdV actifs en juillet 2024

France
Messagerie.



Evolution du nombre en 2024 par rapport à 2023



Depuis 1 an nous sommes passés sous la barre des 20 000 diffuseurs.

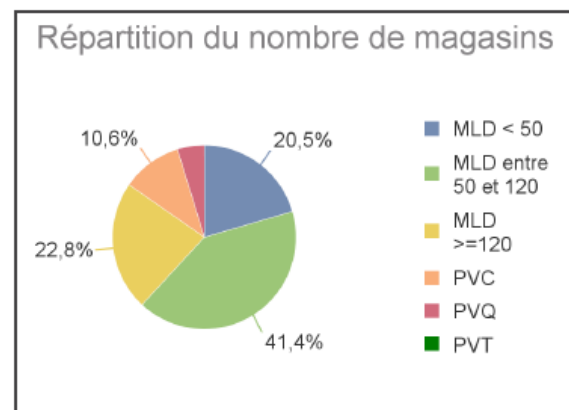
La CRDP, Etat du réseau, par typologie et par mld, à fin juillet

Type d'enseigne	Effectif			Linéaire Développé en km		
	juillet 2024	Evol. Nombre PdV juillet 2024 vs 2023	% Evol. Nombre PdV juillet 2024 vs 2023	juillet 2024	Evol. km MLD juillet 2024 vs 2023	% Evol. km MLD juillet 2024 vs 2023
RESEAU TRADITIONNEL	12 972	-199	-1,5%	969	-0,3	0,0%
ENSEIGNES PRESSE	2 080	-295	-12,4%	263	-46,1	-14,9%
ENSEIGNES NON PRESSE	2 776	-190	-6,4%	318	-28,4	-8,2%
AUTRES	1 731	90	5,5%	52	5,4	11,5%
Total	19 559	-594	-2,9%	1 603	-69,4	-4,1%

France
Messagerie.

Le réseau perd 3% en volume et 4,1% en qualité, en mètre linéaire développé, c'est la double-peine.

La CRDP, Etat du réseau, répartition des diffuseurs / mld, à fin juillet 2024



Effectif 2024		
MLD < 50	4 004	20,5%
MLD entre 50 et 120	8 081	41,4%
MLD >=120	4 449	22,8%
PVC	2 070	10,6%
PVQ	925	4,7%
PVT	2	0,0%

France
Messagerie.

Typologie	Nombre de création en PVC	Nombre de passage en PVC	total PVC	en poids
RUE	588	747	1335	63%
SUPERETTE	240	218	458	22%
HOPITAL	76	76	152	7%
CAMPING / HOTEL	12	35	47	2%
STATION SERVICE HORS AUTOROUTE	14	17	31	1%
AUTOROUTE	5	3	8	0%
HYPERMARCHÉ/SUPERMARCHÉ	10	15	25	1%
CENTRE COMMERCIAL HYPERMARCHÉ	4	2	6	0%
CENTRE COMMERCIAL SUPERMARCHÉ	8	11	19	1%
AUTRES	20	9	29	1%
TOTAL	977	1133	2110	100%

Source Presse connect mai 2024

Les PVC représentent près de 11% du réseau avec un mld moyen de 22, quand 20,5% des pdv affichent moins de 50 mld.

L'érosion structurelle du mld touche la profondeur de l'offre presse, la représentativité des différentes familles de presse au-delà même du nombre de pdv ou de la capillarité du réseau.

Si deux tiers des publications, et notamment les titres à centres d'intérêt n'ont pas une utilité d'un réseau large, elles ont la nécessité d'un maintien d'une qualité du réseau au-delà des belles Maisons de presse ou des rayons intégrés en hypermarché, qui de fait, reçoivent des plus en plus de codifications dans le cadre de la revue d'offre.

Les enjeux se situent donc sur la nécessaire capillarité pour les quotidiens, les titres grand public et la qualité du réseau pour les titres à centres d'intérêt.

TABLE RONDE | JEUDI 3 OCTOBRE 2024

LE RÉSEAU DE DEMAIN :
PERSPECTIVES ET ENJEUX DES NIVEAUX 2 ET 3
QUELLES ATTENTES DES ÉDITEURS ?

Le dépositaire de presse

- Nombre de dépôts en France : **62 dépôts – mandats** - (y compris Corse, Monaco et DROM), se répartissant en :
 - 57 dépôts privés, adhérents du SNDP (90% du volume d'affaires de la presse française)
 - 5 dépôts appartenant aux Sociétés Agréées de Distribution (SADP), dont Paris
- Les dépositaires de presse sont un maillon essentiel de la distribution de la presse en France, reconnus par la filière et en étroite relation avec elle. Bien qu'ils ne soient pas reconnus par la Loi relative à la modernisation de la distribution de la presse au numéro du 18 octobre 2019, ils échangent régulièrement avec les pouvoirs publics, dont notamment L'ARCEP.
- Pour rappel, les dépositaires ont un rôle majeur dans la distribution de la presse sur tout le territoire, ce sont eux qui :
 - Contractent avec les Diffuseurs de presse
 - Distribuent les titres de presse et livrent les points de vente de détail
 - Facturent et encaissent en qualité de ducroire
 - Animent commercialement les Diffuseurs
 - Accompagnent les diffuseurs au quotidien et notamment dans le cadre de l'assortiment

Le dépositaire de presse

- Chaque jour les dépositaires de presse :
 - Livrent 20.000 marchands de presse
 - Réalisent plus de 1.000 tournées sur tout le territoire
 - Parcours 130.000 km
 - Certains dépositaires ont leurs propres véhicules de transport, et d'autres sous traitent à des transporteurs
- Les dépositaires de presse emploient 1.200 personnes
- PQR : 34 dépositaires (sur 52), distribuent la PQR, il s'agit soit d'une relation complète soit d'une prestation logistique
- Plateformes logistiques : 25 dépôts disposent d'une ou plusieurs plateformes logistiques, 39 plateformes au total
- Les dépositaires de presse cherchent à se diversifier (Pharmacie, livraison de colis)

Le dépositaire de presse

- Les Métiers du dépositaire

- **Activité logistique et transport**

- Flux aller (364 nuits par an, traitement en semaine de plus de 100 titres /nuit pour 20.000 points de vente)
- Flux retour, récupération et traitement des invendus quotidiennement

- **Activité commerciale**

- Commercial Réseau (accompagner, former, aide à la modernisation et à la création de PV, aide à la gestion quotidienne, promouvoir les titres, accompagner les lancements...)
- Gestion des quantités (analyser les répartitions, proposer, corriger, anticiper, réassortir...)
- Gestion de l'assortiment / Plafonnement

- **Activité financière**

- Réaliser le recouvrement chaque semaine
- Fonction **ducroire** (garant du règlement des ventes par les marchands de presse)

Le Syndicat National des dépositaires de presse (SNDP)

- Syndicat National des Dépositaires de Presse (SNDP)
 - Association, organisation professionnelle historique des dépositaires de presse (créée en 1936)
 - 100% des dépositaires privés adhèrent du SNDP
 - **LE SNDP est propriétaire du logiciel « RéseauPresse »**, qui devrait devenir en 2025, le nouvel ERP du « Niveau 2 », en remplacement de l’outil actuel P 2000
 - Depuis janvier 2024, le SNDP est adhérent de la Confédération des Grossistes de France (CGF) et du Syndicat National des Transports Légers –SNTL)

Le dépositaire de presse

- **Principaux enjeux 2024 2025**

- Réfléchir à de nouveaux modèles et anticiper la baisse des volumes à distribuer, ainsi que la baisse des ventes
- Anticiper et mettre en place une démarche RSE de nos entreprises (véhicule hybride, livraisons en ZFE, Vélo cargo, équipement en panneaux solaires ...)
- Travailler avec acteurs de la filière sur le réseau de points de vente de demain (GMS, GSS, municipalités, attractivité des points de vente ...)
- Drop : Issue de la discussion entre les deux SAD sur la répartition du drop, notamment concernant les livraisons du soir et du dimanche (inquiétude des dépositaires)
- Assortiment : Dysfonctionnements constatés par le N2 et le N3 depuis la mise en place (outils et délai pour une visibilité par les PV)
- Social : Rejoindre la branche du commerce de gros et mise en place de la convention collective du commerce de gros (2024/2025)

Editeurs et SADP

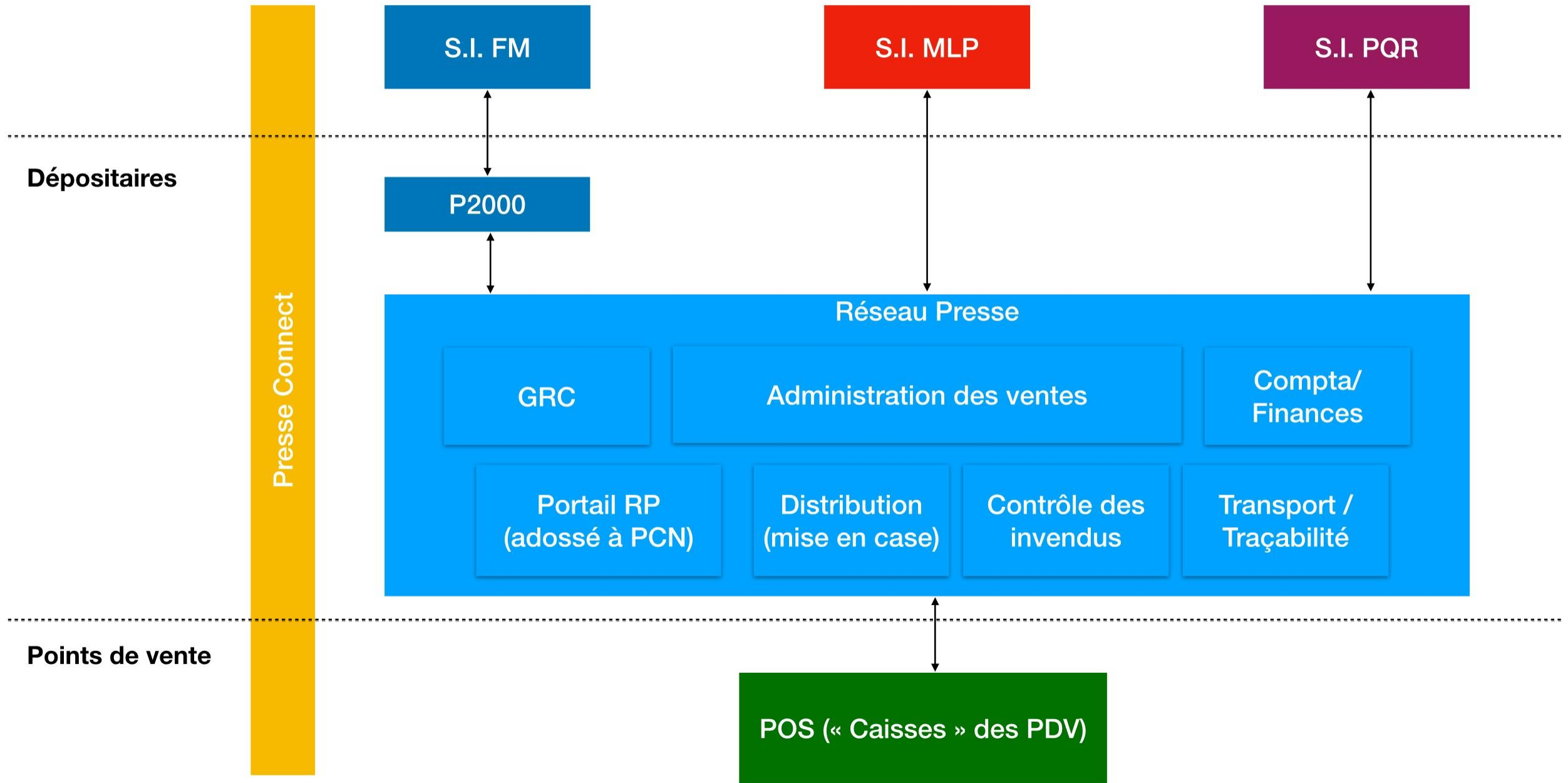


TABLE RONDE | JEUDI 3 OCTOBRE 2024

LE RÉSEAU DE DEMAIN :
PERSPECTIVES ET ENJEUX DES NIVEAUX 2 ET 3
QUELLES ATTENTES DES ÉDITEURS ?

LE NIVEAU 2

- ✓ Quel réseau idéal pour la distribution des magazines ?
- ✓ Quelle taille minimale d'un dépôt ?
- ✓ Quels rôles des dépositaires ?
- ✓ Quel avenir pour le coût au drop ?

LE NIVEAU 3

- ✓ Comment se porte le réseau de point de vente ?
- ✓ Quelles données économiques disponibles ?
- ✓ Quelles relations avec les éditeurs ?
- ✓ Quelles attentes des éditeurs et des diffuseurs ?

LA RÉGULATION

- ✓ Quelles règles sur l'assortiment et le plafonnement ?
- ✓ Zoom sur la consultation sur la révision du système de rémunération des diffuseurs

LES NOUVELLES RÈGLES

ASSORTIMENT

Avis de l'Arcep émis le 23 mars 2023 qui régit les règles d'assortiment

Fin du déploiement :
septembre 2023

PLAFONNEMENT

Mise en place du couple **3.50 %**

Développements informatiques en cours pour une livraison dans les 6 mois

DROIT DE 1^{ÈRE} PRÉSENTATION

Ce droit fait partie des **accords du nouveau contrat dépositaire/diffuseurs** et il sera différencié suivant l'obtention d'un **numéro de CPPAP** ou sa non-obtention.

**POSSÉDER UN NUMÉRO DE CPPAP DEVIENT INDISPENSABLE
POUR MAXIMISER SA PRÉSENCE DANS LES LINÉAIRES**

LES CRITÈRES D'OBTENTION D'UN NUMÉRO DE CPPAP

- ✓ **Actualité** : 10 % minimum
- ✓ **Publicité** : 2/3 maximum
- ✓ **Intérêt général** : 1/3 minimum
- ✓ **Vente effective** : 50 % du tirage corrigé
- ✓ **Périodicité** : trimestrielle (4 numéros par an)
- ✓ **Loi de 1881** : mentions légales
- ✓ Obligation de recourir à **un ou plusieurs journalistes** au sens du Code du travail : exception pour les publications associatives et les revues du régime dérogatoire qui relèvent du D19.

⚠ critères requis pour les hors-séries – suppléments – pages spéciales

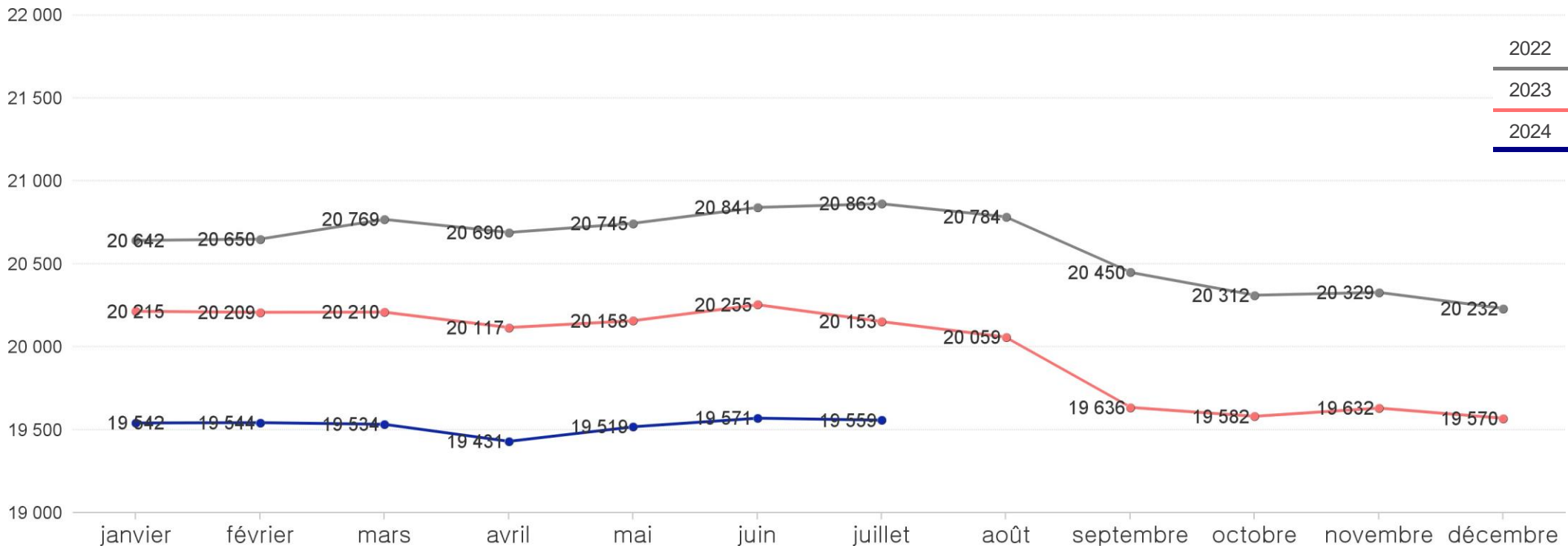
**LA FNPS VOUS ACCOMPAGNE DANS LA CONSTRUCTION DE VOS DOSSIERS
ET VOUS DÉFEND EN COMMISSION**

ÉTAT DU RÉSEAU

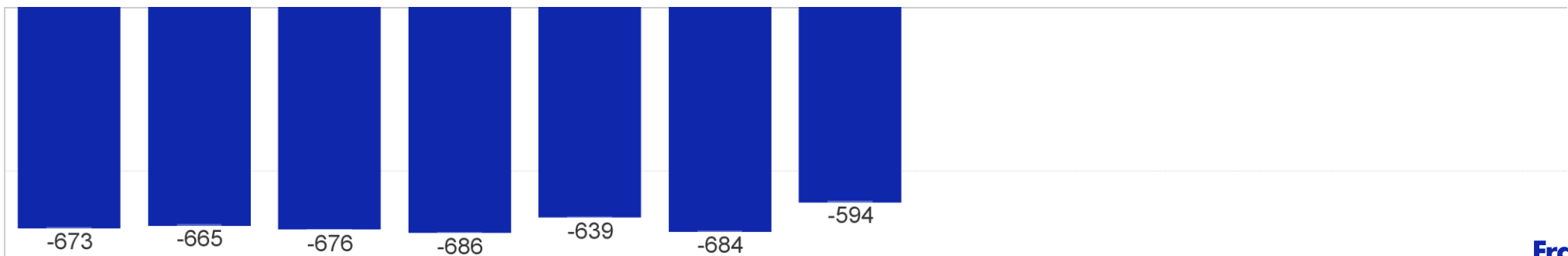
JUILLET 2024 – FRANCE MESSAGERIE

EVOLUTION DE L'EFFECTIF : 19 559 PDV ACTIFS EN JUILLET 2024

Nombre de points de vente actifs par mois

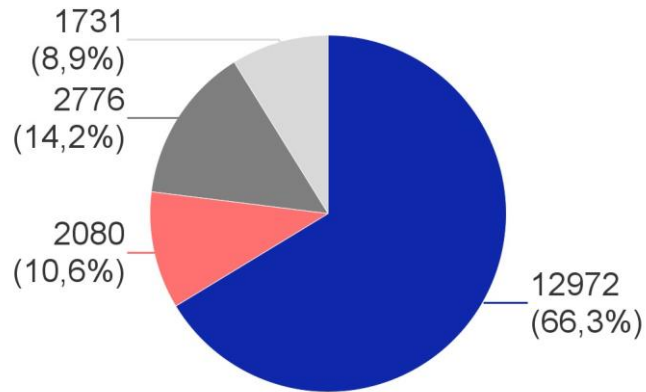


Evolution du nombre en 2024 par rapport à 2023

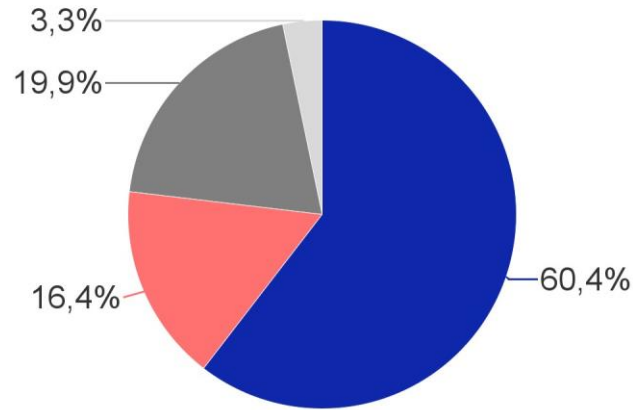


RÉPARTITION ET ÉVOLUTION PAR TYPE D'ENSEIGNE

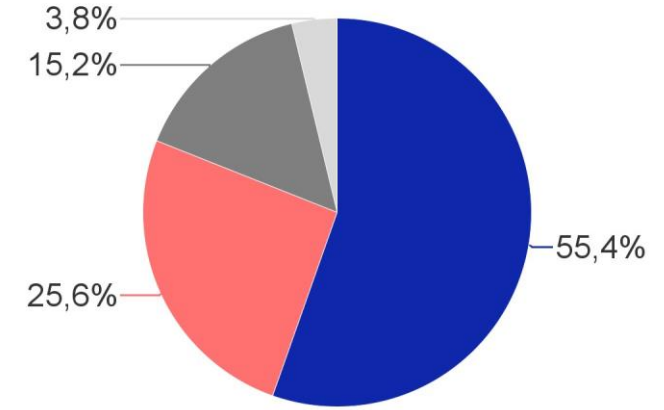
Répartition du nombre de PdV 2024-07



Répartition du linéaire développé 2024-07



Répartition du VAF pour l'année en cours



■ RESEAU TRADITIONNEL ■ ENSEIGNES PRESSE ■ ENSEIGNES NON PRESSE ■ AUTRES

Type d'enseigne	Effectif			Linéaire Développé en km			% Evol CA Global Presse toutes messageries population Sprint juillet 2024 vs 2023
	juillet 2024	Evol. Nombre PdV juillet 2024 vs 2023	% Evol. Nombre PdV juillet 2024 vs 2023	juillet 2024	Evol. km MLD juillet 2024 vs 2023	% Evol. km MLD juillet 2024 vs 2023	
RESEAU TRADITIONNEL	12 972	-199	-1,5%	969	-0,3	0,0%	2,3%
ENSEIGNES PRESSE	2 080	-295	-12,4%	263	-46,1	-14,9%	0,1%
ENSEIGNES NON PRESSE	2 776	-190	-6,4%	318	-28,4	-8,2%	2,7%
AUTRES	1 731	90	5,5%	52	5,4	11,5%	2,1%
Total	19 559	-594	-2,9%	1 603	-69,4	-4,1%	1,6%

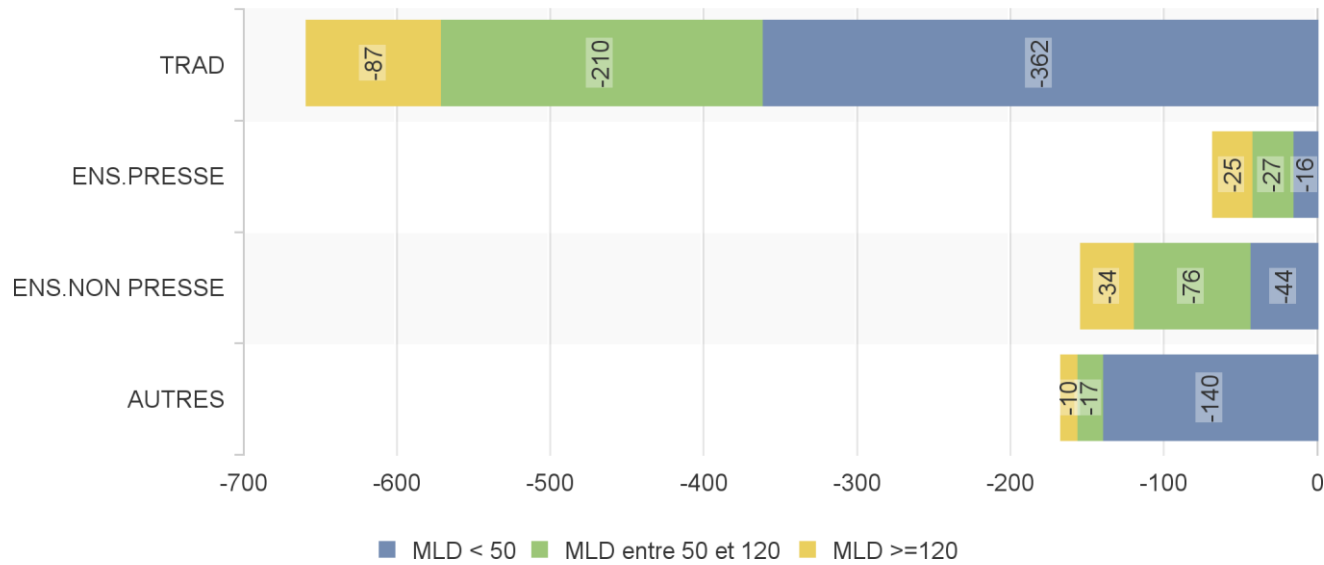
EVOLUTION PAR TYPE D'ENSEIGNE DU NOMBRE DE PDV ET DU CA PRESSE

Enseignes	Sous-enseignes	juillet 2023	juillet 2024	Evol	Evol %	% Evol CA Global Presse de janvier à juillet 2024 toutes messageries des magasins informatisés et fiabilisés		
RESEAU TRADITIONNEL	Librairies Papeteries+ MDP Trad.	903	688	-215	-23,8%	1,1%		*
	Presse & Connexes	719	728	9	1,3%	4,5%		*
	Tabac & Presse (Hors Bars)	6 863	7 094	231	3,4%	0,6%		
	Bars (Dont Tabac)	4 024	3 871	-153	-3,8%	0,5%		*
	Alimentations / Autres	662	591	-71	-10,7%	-1,3%		*
	Total	13 171	12 972	-199	-1,5%	1,1%		
ENSEIGNES PRESSE	Maison de la Presse (SEDDIF)	678	508	-170	-25,1%	2,4%		
	Mag Presse + Mag Presse City (654	522	-132	-20,2%	1,7%		
	Kiosques	469	466	-3	-0,6%	6,5%		*
	Relay	574	584	10	1,7%	1,5%		
	Total	2 375	2 080	-295	-12,4%	2,3%		
ENSEIGNES NON PRESSE	Enseignes Culturelles	160	158	-2	-1,3%	4,0%		*
	Distribution Spécialisée - PVT	2	2	0	0,0%			
	Rayons intégrés Hypers	913	872	-41	-4,5%	2,3%		**
	Rayons intégrés Supers	1 312	1 221	-91	-6,9%	1,2%		**
	Supérettes sous enseigne	510	459	-51	-10,0%	1,1%		* **
	Pétroliers	69	64	-5	-7,2%	0,2%		*
	Total	2 966	2 776	-190	-6,4%	2,1%		
AUTRES	Autres	779	795	16	2,1%	4,8%		*
	PVQ	862	936	74	8,6%	-6,3%		*
	Total	1 641	1 731	90	5,5%	4,0%		
	Total	20 153	19 559	-594	-2,9%	1,6%		
	dont PVC	2 292	2 070	-222	-9,7%	5,0%		

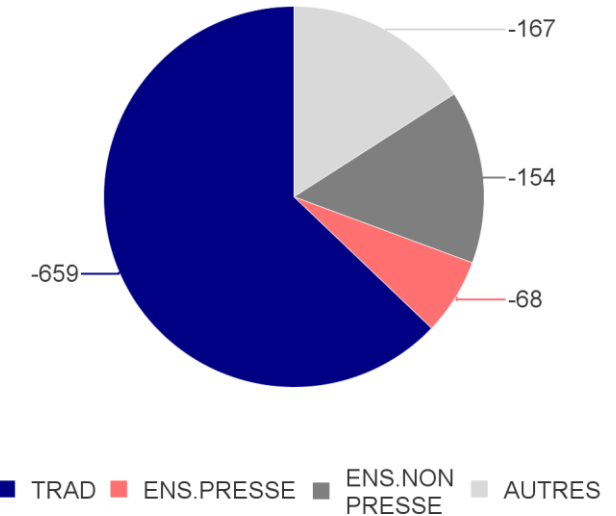
* : Effectif PdV informatisés < 40% du total
 ** : Evolution du CA à périmètre constant

SUIVI DES ENTRANTS ET SORTANTS 2024-07 VS 2023-07 PAR TYPE D'ENSEIGNE

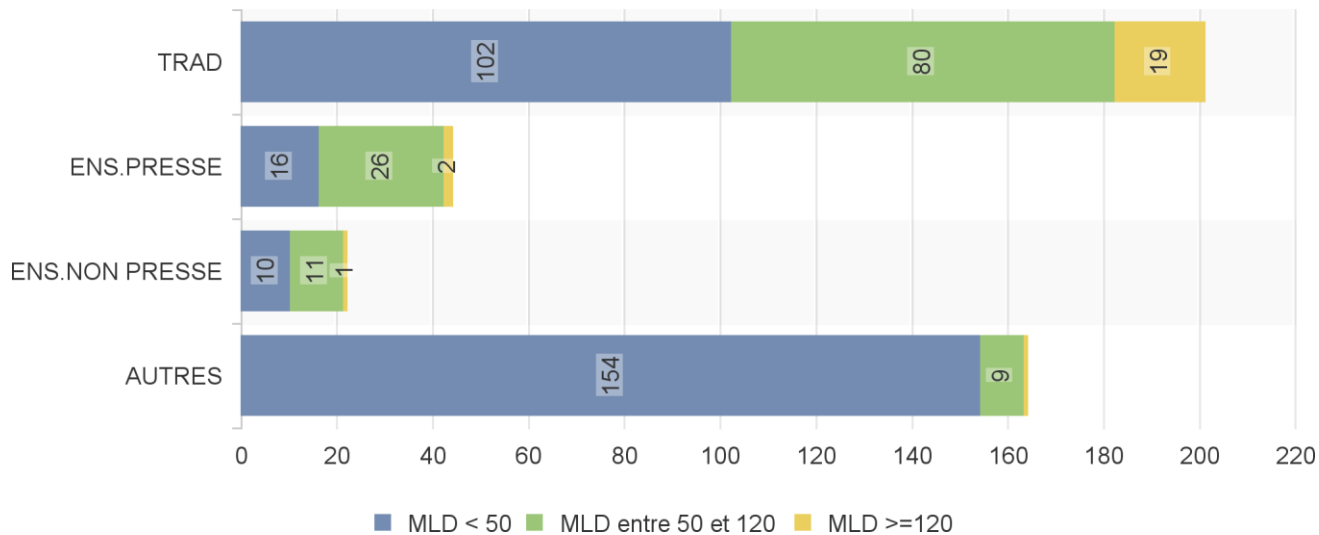
SORTANTS : 1 048 PdV supprimés ou passés d'actif à inactif (en -) par taille du MLD



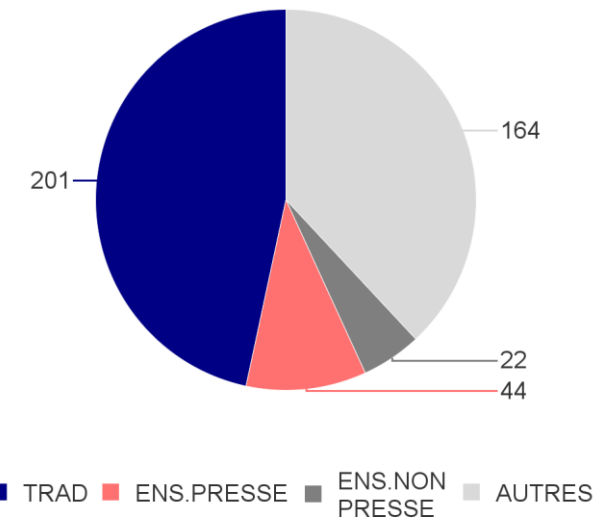
Répartition des PdV en - par type d'enseigne



ENTRANTS : 431 PdV créés ou passés d'inactif à actif (en +) par taille du MLD

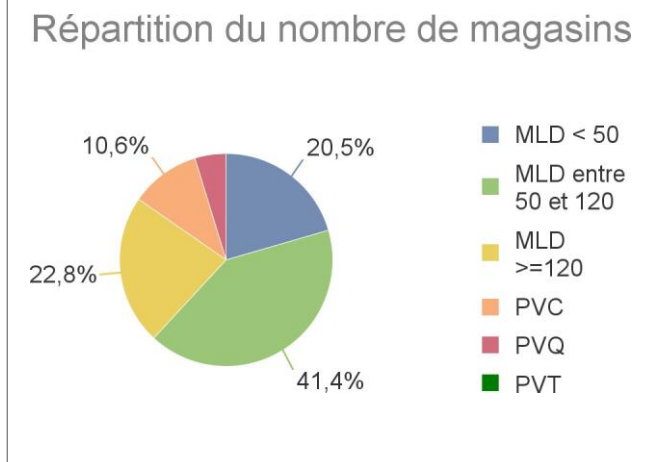
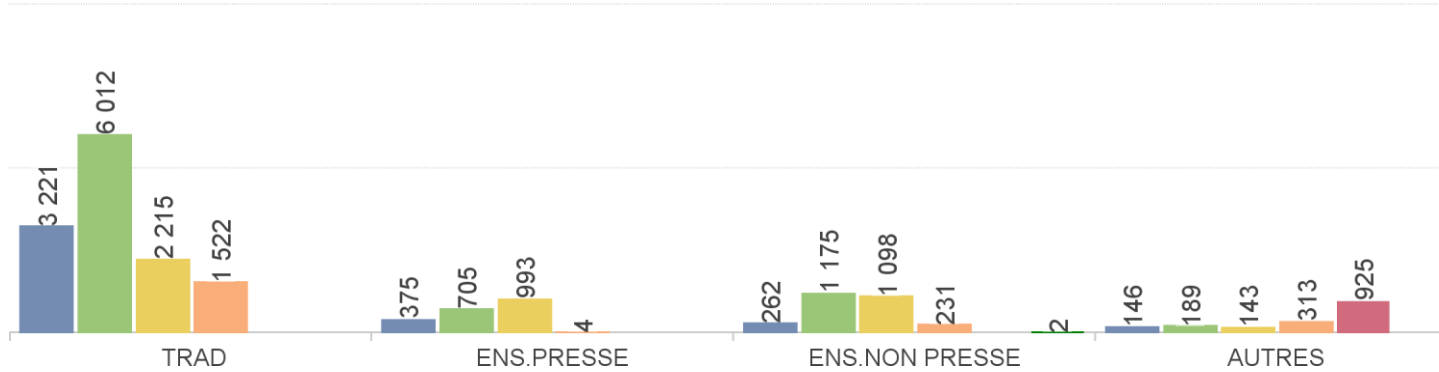


Répartition des PdV en + par type d'enseigne

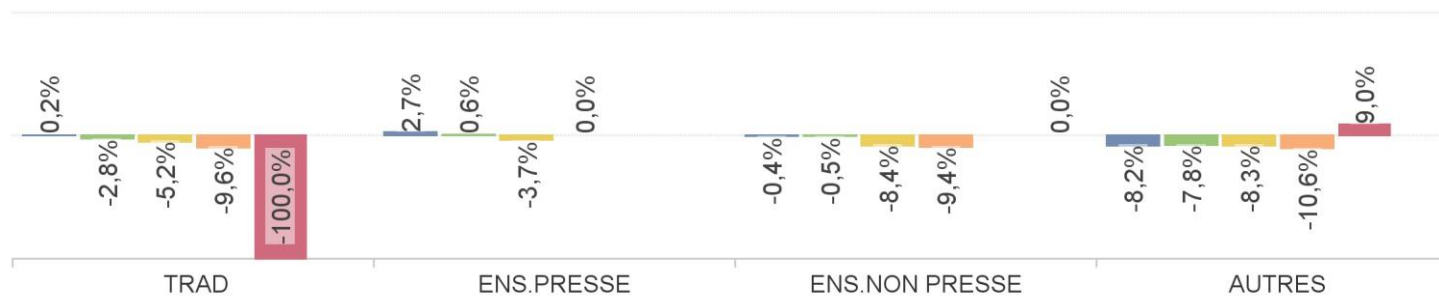


SEGMENTATION PAR TAILLE DE LINÉAIRE

Répartition de l'effectif 2024 par taille de linéaire



Evolution de l'effectif 2024 par rapport à 2023 en % et en nb



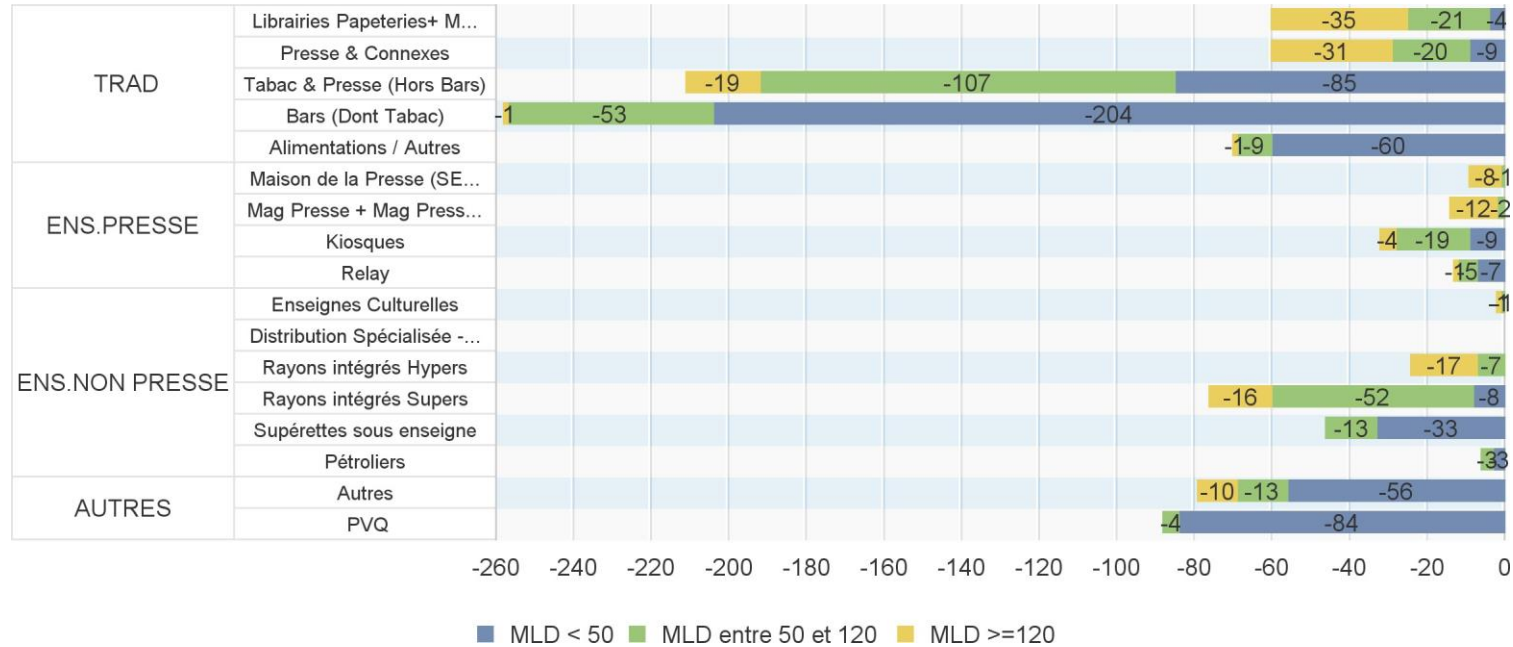
Effectif 2024		
MLD < 50	4 004	20,5%
MLD entre 50 et 120	8 081	41,4%
MLD >=120	4 449	22,8%
PVC	2 070	10,6%
PVQ	925	4,7%
PVT	2	0,0%



	MLD < 50	MLD entre 50 et 120	MLD >=120	PVC	PVQ	PVT
évol nombre	3	-189	-273	-222	64	0
évol %	0,1%	-2,3%	-5,8%	-9,7%	7,4%	0,0%

SUIVI DES ENTRANTS ET SORTANTS 2024-07 VS 2023-07

SORTANTS : 1 048 PdV supprimés ou passés d'actif à inactif (En -)



ENTRANTS : 431 PdV créés ou passés d'inactif à actif (En +)

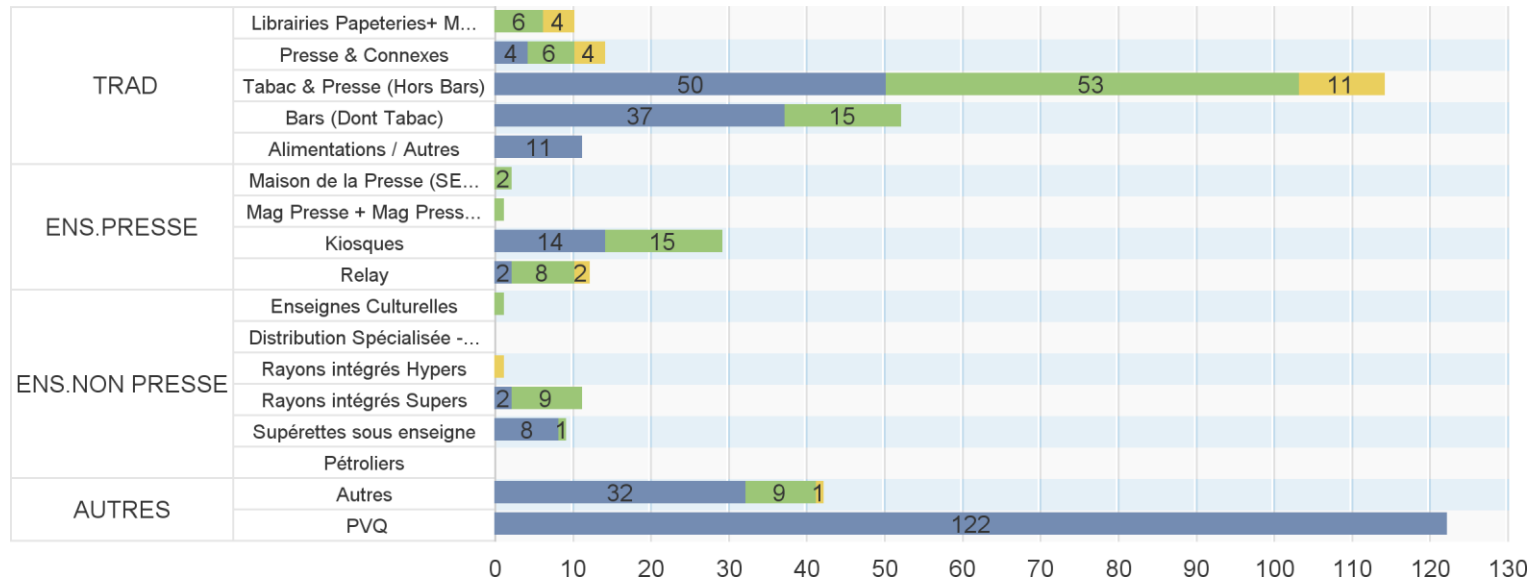


TABLE RONDE | JEUDI 3 OCTOBRE 2024

LE RÉSEAU DE DEMAIN :
PERSPECTIVES ET ENJEUX DES NIVEAUX 2 ET 3
QUELLES ATTENTES DES ÉDITEURS ?