

Qui sont les marchands de presse ?



Incontournable dans le paysage du commerce, le réseau des marchands de presse se distingue par plusieurs caractéristiques :

- **sa capillarité** : parmi l'un des premiers réseaux de commerce de proximité, il comptabilise 20 232 points de vente répartis sur l'ensemble du territoire (source CRDP 2023)
- **sa diversité** (typologies d'activités, de niveau de spécialisation...)
- **la richesse de son offre presse** (1 500 à 2 000 titres par point de vente chez les commerçants spécialistes) comme celle d'autres produits culturels et de services.

Commerçants et "jardiniers de la démocratie"

Identifiés au sein de la profession sous le vocable de « diffuseurs de presse », les marchands de presse constituent l'un des premiers réseaux de commerce de proximité, avec près de 21 000 points de vente. Ils assurent un véritable service public, en garantissant l'impartialité de la diffusion de la presse et le libre accès de nos concitoyens à une offre large de produits culturels et d'information.

En effet, le statut des marchands de presse est organisé dès 1947 par **la loi dite « Bichet »** (modifiée en 2011 et 2019), qui établit le principe de libre diffusion comme corollaire indissociable de la liberté de la presse.

Pour l'éditeur, le réseau des marchands de presse permet de toucher une clientèle régulière, mais aussi occasionnelle. Contrairement à la vente par abonnement, par définition très stable d'une parution à l'autre, la vente au numéro permet de profiter pleinement d'une actualité forte ou, plus simplement, de la créativité éditoriale d'un titre. C'est également grâce aux marchands de presse que les éditeurs peuvent enrichir leur offre, par exemple avec des hors-séries, des

numéros spéciaux, et diversifier ainsi leurs revenus.

Présents partout sur le territoire national jusque dans les villages les plus reculés, garantissant aux éditeurs la libre diffusion de leurs titres, les marchands de presse sont, selon l'ancien ministre Georges Kiejman, les "jardiniers de la démocratie".

Un réseau spécialiste

Le réseau des marchands de presse présente en France la particularité d'être fortement spécialisé dans la vente de journaux et magazines. Cette spécialisation explique son incomparable efficacité commerciale. La France, se place en effet au premier rang des pays développés en matière de vente au numéro pour la presse magazine par habitant.

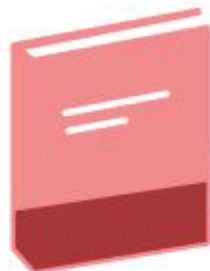
La diversité des types de point de vente est une des grandes forces du réseau des marchands de presse. Elle permet de toucher des types de consommateurs très complémentaires et d'installer l'offre de presse dans des environnements géographiques, sociaux et commerciaux très diversifiés.

Il s'agit d'une spécialisation bâtie autour de l'écrit et des biens culturels. Ainsi dans ces magasins de proximité, se trouvent associés autour de la presse, traditionnellement, le livre et la papeterie, le divertissement et le multimédia. La part de marché du livre réalisée par les marchands de presse s'élève à 12%.

C'est aussi, et depuis toujours, **un réseau partagé et diversifié** (70% ont une activité de librairie, 60% d'entre eux sont détaillants Française des Jeux, 50% sont débitants de tabac...).

12%

DU MARCHÉ
DU LIVRE



LIBRAIRIE



JEUX



TABAC

Un poids économique important

Toutes activités confondues, ce réseau de vente réalise un chiffre d'affaires annuel de 19 milliards d'euros.

Sur ce total, la vente au numéro de la presse représente près de 2 milliards d'euros d'encaissements (au prix TTC public ; un marchand spécialiste étant commissionné à hauteur de 20% en moyenne).

Les commerçants et leurs salariés

Sans salarié à ses côtés, un commerçant serait bien démuni ! **Collaborateurs précieux , les salariés vendeurs apportent leur contribution à la réussite des commerces de presse et de jeux** : mise en place des titres, tâches logistiques, commandes, contact avec la clientèle, conseil, vente... Le métier de vendeur salarié est riche de responsabilités ! Retrouvez ci-dessous les différentes fiches de poste.

Retrouvez la [vidéo du métier de vendeur de presse](#).

Documents

[La loi Bichet](#)

[Qui sont les lecteurs de presse ?](#)

[La journée type du marchand de presse](#)

[Le compte d'exploitation d'un marchand de presse](#)
[Vendeur principal Presse et Jeux](#)
[Vendeur Presse et Jeux](#)

Culture Presse - 16 place de la République 75010 Paris - Tél : 01 42 40 27 15