union PRESSE

NAP lance un observatoire sur l'activité de ses commerces

jeu 01/02/2024 - 15:53

Le Groupe NAP (enseignes Maison de la Presse, Point Plus et Mag Presse) a lancé son Observatoire. Ce dernier porte sur l'analyse des ventes des magasins équipés par le système d'encaissement de son réseau (1 200 points de vente en France).

Parmi les enseignements de cette première vague portant sur ce panel, NAP observe une baisse de 3,3 % des ventes de presse (en valeur) par rapport à 2022 dans les enseignes de son réseau, soulignant que "cette tendance baissière n'est pas nouvelle et touche l'ensemble du marché". Cependant, le groupe note que les commerces modernisés et plus diversifiés de son réseau "enregistrent une baisse de la vente de presse de seulement 1,3 % en 2023".

Des ventes toujours fortes en librairie

Côté librairie, les ventes dans les points de vente du groupe sont restées fortes en 2023, même si elles reculent légèrement en comparaison des années de crise sanitaire, exceptionnelles pour cette activité. L'encaissement moyen en librairie fléchit ainsi de 0,9 %, "ce qui est aligné avec les derniers chiffres annoncés par le Syndicat national de l'édition", souligne NAP, précisant que "ce rééquilibrage ne doit pourtant pas faire oublier le regain d'intérêt des Français pour l'achat de livres, avec des ventes en 2023 supérieures de près de 25 % par rapport à l'année 2019".

Les cinq meilleures ventes sont réalisées par le dernier tome des aventures d'Astérix, *L'Iris blanc*, suivi des ouvrages *Le suppléant* (biographie du Prince Harry), *Une belle vie* de Virginie Grimaldi, *L'homme des mille détours* d'Agnès Martin-Lugand, et enfin l'album de bande dessinée *Le retour de Lagaffe*. En outre, pour les commerces modernisés du réseau de NAP, les chiffres de vente de livres sont particulièrement bien orientés, avec une hausse de 11 % sur un an. Selon NAP, "cette augmentation de plus de 10 % du chiffre d'affaires librairie témoigne de l'importance d'un agencement modernisé et valorisant pour mettre en lumière les produits culturels".

Enfin, en ce qui concerne la diversification, le groupe NAP observe dans ses points de vente une augmentation de 3,1 % pour les ventes de services et 4,1 % pour les cadeaux (montres, bijoux, produits régionaux non alimentaires) en 2023. "L'offre alimentaire (frais, boissons…) continue de grandir et représente un des vecteurs de diversification les plus en vogue", souligne également le groupe, précisant qu’elle atteint, tout comme les jeux et jouets (collectionnables, jeux de société, jouets, peluches, etc.) 13,6% d'augmentation.