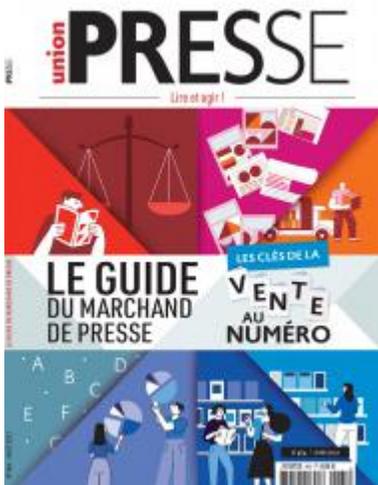


Le Guide du marchand de presse



Les clés de la vente au numéro (144 pages).

Sommaire

- Contexte
 - La presse en France
 - La presse, une puissance réaffirmée
 - Les lecteurs de presse
 - L'histoire de la loi Bichet
 - Une loi modernisée
- Les institutions
 - Le ministère de la Culture
 - La DGMIC
 - L'ARCEP
 - La CPPAP
 - La CRDP
 - Les coopératives
 - Les OPR d'éditeurs

- Le SNDP
 - Culture Presse
 - La presse, les presses
 - Le rôle de l'éditeur
 - La presse, produit vivant
 - La PQN
 - La PQR
 - La PHR
 - Les magazines
 - Le hors-presse et les encyclopédies
 - La filière de distribution
 - Le circuit de distribution
 - Les SADP
 - Les dépôts
 - Les sociétés de service
 - Le réseau de vente
 - Carte d'identité du réseau
 - Un réseau diversifié et résilient
 - Le métier de marchand de presse
 - La journée type du marchand
 - L'informatisation
 - Le statut juridique
 - L'agrément
 - L'assortiment
 - Plafonnement et mise à zéro
 - Le régime fiscal
 - L'exonération de CET
 - Le paritarisme
 - La rémunération
 - La facturation
 - L'aide à la modernisation
 - L'information professionnelle
 - Le modèle économique
 - Un réseau puissant, partagé et diversifié
 - Le compte d'exploitation
 - La librairie
 - La papeterie
 - La carterie
 - Les jeux
 - La confiserie
 - Le colis
 - Le tabac
 - La vape
 - Les autres activités
 - Lexique
-

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