

OBSERVATOIRE DES COMMERCES CULTURELS DE PROXIMITÉ

BILAN 2025



BILAN 2025

PRESSE, LIBRAIRIE, JEUX-JOUETS ET CADEAUX

Le groupe NAP s'est imposé ces vingt dernières années comme le 1er réseau de commerces de proximité en France. Avec une moyenne de 800 000 visiteurs par jour et plus de 1150 points de vente sur tout le territoire, le groupe s'appuie sur un maillage géographique important. En 2025, ce sont 40 nouveaux magasins, Maison de la Presse et Point Plus confondus, qui ont vu le jour. Cette dynamique entend encore s'accélérer en 2026 avec l'ouverture de 30 nouveaux magasins.

En se positionnant comme de véritables commerces culturels de proximité, les enseignes Maison de la Presse et Point Plus répondent aux envies et aux besoins de tous les consommateurs grâce à une offre diversifiée et attractive de produits et services, aussi bien en milieu urbain que rural.

4e réseau de vente de livres, les enseignes Maison de la Presse et Point Plus représentent également 17% du chiffre d'affaires de la presse en France.

Longtemps perçue comme une enseigne plus discrète que sa grande sœur Maison de la Presse, Point Plus connaît, une forte expansion sur tout le territoire et enregistre une croissance remarquable, avec un nombre de points de vente en hausse de plus de 700 % entre 2021 et 2026. Au-delà de cette dynamique, Point Plus a su faire évoluer son positionnement : l'enseigne ne répond plus uniquement à des besoins d'urgence, mais s'affirme désormais comme un commerce de proximité à part entière, en phase avec les usages du quotidien et les nouvelles attentes des consommateurs locaux.

C'est donc en tant qu'acteur incontournable du commerce de proximité que le Groupe NAP a lancé en 2023 l'Observatoire des Commerces Culturels de Proximité (OCCP), dont l'objectif est d'analyser chaque année les tendances générales et émergentes de consommation.

BILAN 2025

INTRODUCTION GÉNÉRALE

L'année 2025 s'inscrit dans un contexte économique et sectoriel contrasté pour les enseignes culturelles de proximité. Entre transformation des usages, tension sur le pouvoir d'achat et évolution des dynamiques de consommation, les différents segments de produits évoluent de manière diverse. Si certains marchés connaissent des difficultés, d'autres, plus dynamiques, participent activement à la croissance globale du Groupe. Ce dossier de presse propose une analyse des tendances nationales et régionales, en mettant en lumière les moteurs de croissance et les principaux points de fragilité.

LE MARCHÉ DE LA PRESSE

UN SECTEUR SOUS TENSION

En 2025, le marché de la presse en France confirme une tendance baissière, avec un recul global de 2,2 % par rapport à 2024, selon les données de l'ACPM. Ces chiffres s'expliquent notamment par quelques évolutions structurelles telles que le changement des habitudes de consommation de l'information, l'essor du digital et des réseaux sociaux ainsi que l'érosion du réseau de distribution physique.

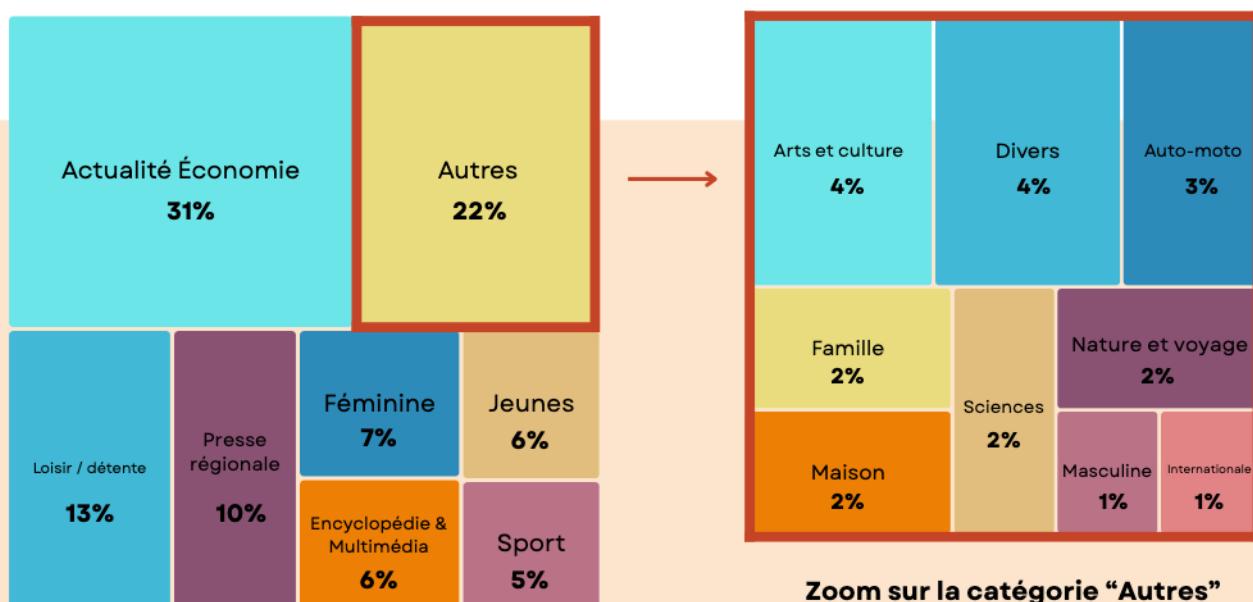
Le Groupe NAP se situe néanmoins à contre-courant de cette tendance et affiche quant à lui une dynamique globalement positive, avec un chiffre d'affaires en progression de 1,3% par rapport à 2024 à vision comparable. Cette évolution s'accompagne également d'une hausse du nombre de titres vendus (+2,1 %) malgré une fréquentation en baisse (-0,1%).

Cette croissance modérée peut par un phénomène de « transfert » de clientèle, être liée à la fermeture de certains points de vente, qui a naturellement reporté une partie des flux vers d'autres magasins.

Par ailleurs, l'année 2025 s'est distinguée par une actualité particulièrement dense, à la fois en France et à l'international, notamment avec la tenue des Jeux Olympiques et un contexte géopolitique complexe. Dans ce climat, les lecteurs se sont davantage tournés vers des sources d'information fiables et de qualité, contribuant ainsi à renforcer l'intérêt pour la presse.

La structure du marché est très largement dominée par « l'Actualité Économique » qui représente à elle seule 31% du chiffre d'affaires des enseignes, avec une évolution stable par rapport à 2024. Le segment « Loisirs Détente » se situe en deuxième position avec 13% du chiffre d'affaires et une plus nette augmentation de 5%, suivi de près par la « Presse Régionale » qui représente quant à elle 10% du chiffre d'affaires, en augmentation de 1% par rapport à 2024.

Plusieurs segments enregistrent également de bonnes performances, comme Sciences & Technologies (+10 %) ou Nature & Voyage (+11 %), tandis que d'autres reculent, notamment l'Encyclopédie & Multimédia (-9 %) ou la presse masculine (-3 %). Ces évolutions traduisent une transformation progressive des centres d'intérêt des lecteurs et une diversification des thématiques les plus attractives.



Analyse des familles de titres de Presse représentés dans le top 100 des ventes

Enfin, l'analyse par enseigne met en évidence des disparités importantes dans la performance commerciale. L'enseigne Maison de la Presse domine largement la distribution, représentant 57 % du chiffre d'affaires total du Groupe et enregistre une croissance de 4 % par rapport à 2024.¹ Les magasins sous concept Convergence² se distinguent quant à eux par une progression de leur chiffre d'affaires de 4% par rapport à 2024, confirmant une dynamique plus favorable que celle des autres points de vente non modernisés.

¹ Données par rapport à 2024 en vision comparable.

² Convergence est un concept de magasin Maison de la Presse modernisé et diversifié, qui permet d'offrir une meilleure expérience client.

Le Parisien
Aujourd'hui



LES TITRES LES PLUS VENDUS

D'un point de vue vente, certains titres demeurent des références majeures et continuent de porter la dynamique du marché. Parmi les quotidiens, Aujourd'hui en France - Le Parisien conserve une place de leader, suivi par L'Équipe dans ses éditions du mardi et du vendredi, puis par Le Monde et Le Figaro, auquel s'ajoute cette année Le Figaro Week-end.

Télé
Star



Sur le segment des hebdomadaires, la presse TV domine nettement avec Télé Star, Télé Z TNT et Télé 7 Jours. Par ailleurs, Télé Loisirs figure également parmi les meilleures ventes, juste après le Canard Enchaîné. Les groupes Reworld Media Publishing, EPM 2000 et CMI France dominent le classement, aux côtés de Prisma Media et des Éditions Maréchal, illustrant l'attrait durable pour des contenus orientés société, people et actualité magazine.

avantages



Enfin, du côté des mensuels, les magazines pratiques comme GMC Media, Prisma Media et Reworld Media Publishing occupent les premières positions avec Avantages, Prima et Modes & Travaux, rejoints ensuite par Télé 7 Jeux et Notre Temps.

MARCHÉ DU LIVRE

UNE CROISSANCE MODÉRÉE MAIS CONTRASTÉE

Le marché du livre en France reste relativement stable et affiche une légère hausse de 0,6 % sur l'année 2025, par rapport à l'année 2024. Si modéré à première vue, il s'accroît lorsqu'on l'observe sous l'angle des ventes en volume, avec une baisse de 0,5 %³. Cette différence entre valeur et volume suggère que la relative stabilité du marché repose en partie sur des effets prix ou sur la performance de titres à forte contribution, tandis que la demande réelle en nombre d'exemplaires vendus s'érode légèrement.

Alors que le marché global du livre en France stagne, le groupe NAP affiche quant à lui une progression plus nette de +2,1 % de son chiffre d'affaires sur le segment livre, pour atteindre 35 millions d'euros.

Cette performance traduit un gain de parts de marché et témoigne d'une capacité à capter la demande dans un environnement pourtant en difficulté. Ainsi, dans un contexte peu dynamique, la trajectoire du Groupe NAP traduit non seulement une résilience, mais également une capacité à capter des opportunités de croissance et à consolider ses parts de marché.

Les plus fortes progressions relatives sont observées en Bourgogne-Franche-Comté et en Corse, deux régions qui vont jusqu'à doubler leur chiffre d'affaires par rapport à 2024. Les grandes régions historiquement structurantes présentent quant à elles une situation contrastée : l'Auvergne-Rhône-Alpes et l'Occitanie reculent légèrement, tandis que les Pays de la Loire, la Nouvelle-Aquitaine et les Hauts-de-France tirent le marché vers le haut.

Les magasins sous concept Convergence sont une fois encore ceux qui observent la plus grande progression par rapport à 2024 avec une hausse de quasiment 12% du chiffre d'affaires sur le segment livre.

LES LIVRES LES PLUS VENDUS

Sur le Livre, le top des ventes 2025 met en évidence la puissance des franchises et des auteurs à forte notoriété.

Astérix en Lusitanie s'impose comme la référence incontournable, tandis que les thrillers domestiques de Freida McFadden occupent une place centrale avec plusieurs titres dans le top 5. Ce classement confirme l'attrait du public et la forte concentration des ventes autour des titres à succès et des univers déjà installés.



MARCHÉ DES JEUX - JOUETS

UNE CROISSANCE EXCEPTIONNELLE

Le segment des Jeux-Jouets se distingue en 2025 par une progression particulièrement marquée. Le chiffre d'affaires global augmente de 40,3 % et s'élève à 1,1 milliards d'euros sur l'année. Cette performance traduit un engouement fort des consommateurs et un positionnement produit particulièrement porteur.

La région Centre-Val de Loire s'impose comme le principal moteur de croissance, avec un chiffre d'affaires dépassant 1 million d'euros et en hausse de 72,3 % par rapport à 2024. Cette dynamique est largement partagée sur le territoire, avec de fortes progressions également observées dans les Hauts-de-France, la Bourgogne-Franche-Comté et le Grand Est. Parmi les régions à fort volume, l'Occitanie enregistre une croissance de plus de 50 %, tandis que la Nouvelle-Aquitaine confirme sa solidité avec une hausse de 16,4 % en 2025. Le réseau sous concept Convergence contribue nettement à cette augmentation et voit son chiffre d'affaires sur le segment jouet dépasser les 76% par rapport à 2024, un chiffre nettement supérieur aux magasins «traditionnels» du Groupe. Cependant l'enseigne Point Plus résiste également et enregistre une forte croissance de plus de 43% sur ce segment.

Enfin, le marché des Jeux-Jouets confirme en 2025 une domination très nette des licences et de certains jeux de société phares.

Certaines licences, qui peuvent représenter jusqu'à 30 % des ventes de jouets, connaissent une forte croissance en 2025, portées notamment par des produits comme Lego (+32%) ou Pokémon (+73%). Le succès massif des boosters Pokémon illustre parfaitement cette dynamique : il traduit une accélération de la demande pour des produits à forte désirabilité, capables de générer un véritable engouement, souvent nourri par des logiques de collection et de partage.

LES JEUX DE SOCIÉTÉ LES PLUS VENDUS

Les jeux de société conservent une dynamique solide. Les jeux d'ambiance, nomades et à durée courte, tels que Skyjo, Uno ou Speed Bac, s'imposent comme des références et trouvent pleinement leur place dans les points de vente du Groupe. Au-delà de leur rôle dans la fidélisation de la clientèle, ils confirment que la convivialité et la rejouabilité constituent aujourd'hui des leviers majeurs de performance commerciale.



AUTRES CATÉGORIES

CADEAUX

Le chiffre d'affaires des Cadeaux progresse de 4,5 % en 2025, confirmant ainsi une tendance globalement favorable. L'Occitanie joue un rôle central dans cette croissance, avec une hausse de plus de 21 %, expliquant l'essentiel de la progression nationale.

Cette dynamique est cependant partiellement freinée par la contre-performance de l'Auvergne-Rhône-Alpes, en recul de 4 %, ce qui pèse significativement sur le résultat global compte tenu du poids de la région. La majorité des autres territoires affiche néanmoins des progressions modérées mais régulières, notamment les Pays de la Loire, le Grand Est et la Corse. Seules trois régions sont en baisse dans cette catégorie, tandis que certaines zones à plus faible volume, comme l'Île-de-France ou le Centre-Val de Loire, enregistrent des hausses marquées confirmant une tendance de fond positive.

Dans la catégorie cadeaux, le concept de magasins Convergence enregistre à nouveau une progression marquée de son chiffre d'affaires avec une hausse de 20% par rapport à 2024. Par ailleurs, l'enseigne Point Plus s'inscrit également dans cette dynamique, avec une progression du marché des cadeaux de +12,6 %. Ces performances confirment que la modernisation et la diversification des points de vente participent significativement à la valorisation de l'expérience client.

PAPETERIE

Il convient également de souligner l'essor de la papeterie fantaisie, illustré notamment par le partenariat avec la marque Mr. Wonderful, qui renforce le positionnement des enseignes du Groupe en tant que véritables prescripteurs de tendances.

TABAC

Enfin, le marché du tabac s'inscrit dans une tendance baissière continue depuis maintenant deux ans, notamment sous l'effet de la montée de la contrebande. Cette évolution impacte directement le chiffre d'affaires des points de vente et les pousse à faire évoluer leur modèle économique. Ce segment, historiquement générateur de valeur, continue de reculer, incitant les commerçants à accélérer la diversification de leur activité et à repenser l'organisation de leur magasin.

Dans ce contexte, le développement des enseignes Point Plus constitue une réponse concrète par une offre enrichie qui combine services, produits du quotidien (drugstore), vapotage, snacking ainsi que l'univers du tabac. Cette approche vise à renforcer l'attractivité des points de vente et à répondre aux nouveaux usages des consommateurs.

ACCÉLÉRATION DU E-COMMERCE

EN 2025

Le e-commerce connaît en 2025 une croissance particulièrement soutenue, avec un chiffre d'affaires de 2,3 M€, soit une progression significative de +153 % par rapport à l'année précédente.

Le site [Maisondelapresse.com](https://www.maisondelapresse.com) enregistre à ce titre des performances remarquables, avec plus de 3 millions de visiteurs sur l'année, dont 1,5 million d'utilisateurs actifs, et près de 35 000 commandes réalisées. Ces résultats traduisent une montée en puissance rapide de l'audience et un engagement accru des clients sur les parcours d'achat en ligne.

Cette performance s'explique à la fois par une évolution des usages, qui incite les consommateurs à privilégier des solutions digitales pour leurs achats, mais aussi par l'efficacité des dispositifs déployés pour structurer et développer ce canal. L'optimisation de l'expérience utilisateur et le renforcement de la visibilité en ligne ont largement contribué à cette dynamique.

Par ailleurs, le maillage territorial s'intensifie avec 332 magasins désormais équipés d'un dispositif de Click & Collect. Cette complémentarité entre le digital et le réseau physique constitue un atout majeur et permet d'offrir aux clients plus de flexibilité tout en générant du trafic en point de vente.

BILAN 2025

CONCLUSION

Dans un contexte national globalement marqué par des marchés contrastés, le Groupe NAP démontre en 2025 une résilience notable et une capacité à maintenir une dynamique positive. Alors que le segment historique de la presse demeure fragilisé par des évolutions structurelles profondes, le Groupe parvient à limiter l'impact de cette tendance grâce à une meilleure diffusion de l'offre et à une dynamique commerciale maîtrisée.

Parallèlement, les performances enregistrées sur les segments du livre, des jeux-jouets et des cadeaux confirment la pertinence de la stratégie de diversification engagée. La croissance soutenue de ces univers, portée à la fois par des tendances de consommation fortes et par l'attractivité des concepts de magasins (notamment Convergence), illustre la capacité du Groupe à capter de nouveaux relais de croissance.

Ces résultats traduisent ainsi une transformation progressive du modèle, où l'expérience client, le rôle de conseil des équipes en point de vente et la diversification de l'offre constituent des facteurs clés de différenciation et de performance.

Le Groupe NAP accompagne cette transformation en faisant de ses magasins de proximité des lieux à la fois pratiques, attractifs, proches de ses consommateurs et adaptés aux évolutions de leurs attentes.

À PROPOS

MAISON DE LA PRESSE

Le réseau Maison de la Presse est le premier réseau de commerces culturels de proximité en France. Acteur majeur du marché du livre, il figure parmi les 5 plus grands réseaux de distribution de livres du pays. Un engagement quotidien pour une culture accessible à tous, partout. Le site maisondelapresse.com permet également aux consommateurs d'explorer et d'acquérir une large sélection de produits culturels en ligne. www.maisondelapresse.com

POINT PLUS

Lancée en 2020, Point Plus est une enseigne de proximité qui réinvente le dépannage du quotidien à travers un concept moderne et accessible. Présente partout en France, elle développe un modèle de commerce à taille humaine, ancré dans les territoires et créateur de lien social. Tabac, presse, jeux, colis, snacking, téléphonie et services : Point Plus rassemble en un seul lieu une offre complète, pensée pour répondre aux besoins concrets des consommateurs. L'enseigne affirme aujourd'hui un territoire d'expression clair et une identité forte, incarnée par sa signature : Un point fait tout.

<https://point-plus.fr/>

CONTACTS PRESSE :

AdSentis - groupe-nap@adsentis.com

Théo Mazars : 06 45 09 57 96

Clélia Devalois : 07 83 40 61 64

www.groupe-nap.com - www.maisondelapresse.com