

presstalis

La presse
française
dans les
Dom

Chiffres clés
2009





La presse française dans les Dom

En 2009, la vente au numéro dans les Dom a enregistré une baisse en valeur de 8,4 % (12 % pour les quotidiens). Cette forte baisse, en particulier sur les quotidiens, s'explique essentiellement par les grèves massives qui ont très durement affecté toute l'activité économique durant le premier trimestre 2009 en Martinique et en Guadeloupe. Au plus fort de la grève, la presse avion a ainsi été suspendue en Guadeloupe pendant deux semaines tandis que les expéditions maritimes ont été interrompues pendant deux semaines en Martinique et presque quatre semaines en Guadeloupe...

Nos distributeurs sur place ont tout mis en œuvre pour limiter au mieux les perturbations et reprendre l'activité dès que les mouvements sociaux se sont apaisés.

Le réseau de diffuseurs s'est cependant difficilement remis de cette période d'instabilité, dans la mesure où certains points de vente sont restés fermés longtemps après la fin de la grève, en raison notamment des dégradations subies.

Durant cette période, il faut néanmoins signaler les bons résultats des hebdomadaires d'actualité, souvent efficacement soutenus par des campagnes d'affichage Promovision, dès que les expéditions par avion ont pu reprendre.

D'une manière générale, malgré ces perturbations majeures aux Antilles, les éditeurs et les distributeurs ont réussi à garder une bonne maîtrise des taux d'inventus.

Il convient aussi de saluer la bonne performance annuelle de la Guyane, portée notamment par le développement du point de vente de l'aéroport.

À ce propos, la mise en place du barème concessionnaire a prouvé son efficacité avec des résultats significatifs sur les points de vente concernés tant du côté du linéaire développé que des ventes elles-mêmes.

Les certifications merchandising sont également venues qualifier une cinquantaine de diffuseurs dans les Dom, leur permettant ainsi avec ce label de valoriser leur action au quotidien pour exposer efficacement la presse.

Suite à tous ces événements qui ont pénalisé fortement l'année 2009, les perspectives pour 2010 devraient être meilleures avec un retour à la croissance et au développement des ventes, si le climat social ne se dégrade pas de nouveau sur ces marchés.

Presstalis – direction commerciale export
30, rue Raoul Wallenberg – 75931 Paris cedex 19
www.presstalis.fr



- **1,1 %** des ventes en valeur Presstalis
- **27 millions** d'euros de ventes (- 8,4 % *)
 Quotidiens **1,3 million** d'euros (- 12 % *)
 Publications **25,7 millions** d'euros (- 8,5 % *)
- Prix moyen **3,72 euros**
- **7,3 millions** d'exemplaires vendus (- 11 % *)
 Quotidiens **700 000** exemplaires vendus (- 14 % *)
 Publications **6,6 millions** d'exemplaires vendus (- 10,6 % *)
- **44,1 %** d'invendus en exemplaires



Répartition et évolution (en valeur par départements)

en %		Départements	Évolution *	Poids	Prix moyen (€)
1	Réunion (île)	- 6,0	35,8	4,01	
2	Martinique	- 12,0	25,6	3,55	
3	Guadeloupe	- 12,2	24,8	3,61	
4	Guyane française	7,3	9,8	3,56	
5	Saint-Martin	- 13,2	4,0	3,61	
Total		- 8,4	100,0	3,72	

* Par rapport à 2008.