



Union Professionnelle de la Carte Postale

Le marché de la carterie 2018

Le marché français représente **366 millions d'euros**, soit – 2,5 % vs 2017, et réparti comme suit :

- **283 millions d'euros** (représentant 147 millions de cartes vendues)
- **83 millions d'euros** (emballage cadeaux).

Le marché de la carterie résiste malgré une conjoncture difficile.

CA de 37 millions pour la carte postale touristique, prix moyen 0,50€ = 74 millions d'unités.
Pendant la **période estivale**, la carte postale touristique représente environ **80%** du volume annuel.

CA de 246 millions pour la carte de vœux, prix moyen 3,50€ = 70 millions d'unités.
La carte de vœux de **fin d'année** représente environ **28%** du volume annuel, les **72%** restants, représentant cartes fantaisies et vœux (fête, anniversaire, mariage, naissance, condoléances, retraite...), sont répartis sur toute l'année.

Si les Français ne sont pas les plus grands consommateurs de cartes de vœux en Europe, celles-ci restent le moyen le plus utilisé et le plus apprécié émotionnellement par ceux qui les écrivent et ceux qui les reçoivent.

Les fabricants mettent un point d'honneur à renouveler leurs collections chaque année.

Afin de satisfaire les nouvelles exigences de notre clientèle nous assistons à une montée en gamme des produits que ce soit au niveau des cartes postales ou cartes de vœux.

Sur ce secteur d'activité, le tissu économique est composé très majoritairement de PME réparties sur tout le territoire national.

Les circuits de distribution principaux des produits restent ceux des **détaillants** : spécialistes culturels (FNAC, Cultura), indépendants, spécialistes beaux-arts et loisirs créatifs, chaînes de magasins et grands magasins qui occupent la première place avec **47,5%** des ventes.

La **GSA** assure quant à elle **23,5%** des ventes, près des deux-tiers de cette activité revenant aux hypermarchés et un tiers aux autres points de ventes, supermarchés et magasins populaires.

Le circuit « **autres distributeurs** », qui regroupe les tabacs, kiosques, cafés-hôtels, magasins de souvenirs, musées et organismes caritatifs, réalise **22,5%** des ventes, les fournisseurs de bureau 4,5% et les superstores 2 % des ventes.

Les ménages constituent la principale clientèle des produits de la famille Carterie, les professionnels n'intervenant que ponctuellement en achetant des cartes de vœux en fin d'année.

Contacts :

UPCP
69, rue Ampère
75017 PARIS
Bernard BOUVET, Président
Laurence LOMBARDI, Equipe permanente
01 42 60 40 30
upcp@wanadoo.fr