

# Petit lexique de la grande distribution

| Nom                               | Distribution   | surface            | Exemples   |
|-----------------------------------|--|--------------------|--|
| <b>Supérette</b>                  | Magasin vendant en libre-service principalement des produits alimentaires.   | 120 à<br>400 m2    | M<br>Coop  |
| <b>Supermarché</b>                | Magasin réalisant plus des 2/3 de son chiffre d'affaires en alimentation, en libre-service.  | 400 à<br>2500 m2   | MM<br>Aligro<br>Magro  |
| <b>Hypermarché</b>                | Etablissement réalisant plus de 1/3 de son chiffre d'affaires en alimentation, en libre-service, sur 1 ou 2 étages.                                    | plus de<br>2500 m2 | MMM<br>Continent – Carrefour   |
| <b>Magasin spécialisé</b>         | Magasin réalisant son activité dans la vente de quelques familles de produits bien spécifiques, qu'il s'agisse d'alimentation ou non.                  | 40<br>2000 m2      | Boucherie – Epicerie – Pharmacie<br>Magasin de sport<br>Media-Mark<br>Conforama          |
| <b>Grand magasin</b>              | Etablissement non alimentaire, non spécialisé, proposant une vaste variété de produits sur une surface de vente importante. (souvent plusieurs étages) | plus de<br>2500 m2 | Jelmoli – Globus<br>Placette<br>Bon Génie<br>Galeries Lafayette – Printemps              |
| <b>Magasin populaire</b>          | Magasin non spécialisé, offrant des articles liés aux besoins courants et disposant d'une section alimentaire en libre-service.                        | 400 à<br>2500 m2   | EPA<br>ABM<br>Prisunic – Monoprix  |
| <b>VAD<br/>(vente à distance)</b> | Commerce réalisé sans contact direct entre le vendeur et l'acheteur. Vente par correspondance, télé-vente, etc.  | 0 m2               | Veillon<br>DAC – Editions Rencontre<br>B&H Sound Media<br>Les Trois Suisses – La Redoute |

# Petit lexique de la grande distribution

| Nom | Distribution   | surface                     | Exemples |
|-----|--|-----------------------------|----------|
|     | Magasin vendant en libre-service principalement des produits alimentaires.   | 120 à 400 m <sup>2</sup>    |          |
|     | Magasin réalisant plus des 2/3 de son chiffre d'affaires en alimentation, en libre-service.  | 400 à 2500 m <sup>2</sup>   |          |
|     | Etablissement réalisant plus de 1/3 de son chiffre d'affaires en alimentation, en libre-service, sur 1 ou 2 étages.                                    | plus de 2500 m <sup>2</sup> |          |
|     | Magasin réalisant son activité dans la vente de quelques familles de produits bien spécifiques, qu'il s'agisse d'alimentation ou non.                  | 40 à 2000 m <sup>2</sup>    |          |
|     | Etablissement non alimentaire, non spécialisé, proposant une vaste variété de produits sur une surface de vente importante. (souvent plusieurs étages) | plus de 2500 m <sup>2</sup> |          |
|     | Magasin non spécialisé, offrant des articles liés aux besoins courants et disposant d'une section alimentaire en libre-service.                        | 400 à 2500 m <sup>2</sup>   |          |
|     | Commerce réalisé sans contact direct entre le vendeur et l'acheteur. Vente par correspondance, télé-vente, etc.  | 0 m <sup>2</sup>            |          |