

Communiqué de presse

Ruralité – commerce de proximité – territoires ruraux

Api publie la première cartographie des acteurs de la revitalisation rurale et sa 1ère enquête d'impact

Le 4 juin 2026 — **Dans un rapport inédit, Api a dressé une cartographie des acteurs de la revitalisation du commerce rural et présente son premier rapport de mesure de l'impact de ses supérettes dans les 150 villages où l'enseigne est déjà implantée. Une manière de mettre en lumière les multiples solutions pour revitaliser les campagnes et montrer qu'Api s'inscrit dans un écosystème plus vaste en mouvement.**

Le rapport d'Api combine cartographie détaillée des solutions de commerce rural et une enquête d'impact menée auprès de 1 400 clients et 82 communes accueillant une supérette Api (à la date de l'enquête, Api compte 150 supérettes actuellement). Ce travail propose à la fois une lecture structurée de l'écosystème de la revitalisation commerciale rurale et une vision chiffrée de l'impact concret des supérettes Api sur les habitants et les territoires.



Alors que 62% des communes françaises ne disposent d'aucun commerce de proximité, chaque territoire a des besoins et des spécificités socio-démographiques. Si toutes les solutions ne sont pas applicables à tous les villages, remettre du commerce dans les campagnes est un élément-clé de lien social, d'attractivité et donc de vie pour les territoires ruraux. **C'est ce que démontre ce rapport chiffres et faits à l'appui.**

L'impact de la désertification commerciale

La ruralité compte pour 88% des communes en France et 33% de la population française. La France rurale vit depuis plusieurs décennies une transformation



silencieuse, profonde et structurelle : la fermeture progressive de ses services et commerces de proximité.

Or, la désertification commerciale transforme durablement la vie quotidienne des habitants ruraux : distance aux commerces, dépendance à la voiture, horaires inadaptés et coût croissant des trajets pèsent sur l'accès aux produits essentiels.

Face à cette réalité, Api ne se présente pas comme une réponse unique, mais comme un acteur parmi d'autres dans un mouvement collectif plus vaste.

Le rapport rend visible, sur une même grille de lecture, la diversité des modèles déjà à l'œuvre dans les territoires : distributeurs automatiques, drives robotisés, casiers circuits courts, réseaux de franchise, commerces itinérants, initiatives de l'économie sociale et solidaire, acteurs historiques et soutiens institutionnels. Il montre comment **ces approches répondent chacune à des besoins différents et en quoi leur complémentarité constitue une force pour les habitants des zones rurales.**

Vue comparée des acteurs de la revitalisation rurale :

Solution	Exemples	Offre	Amplitude d'ouverture	Ancrage territorial	Lien social	Modèle économique
Distributeur automatique mono-produit	Pain, produits laitiers, légumes, œufs, huîtres...	Mono-produit ciblé	Très forte (24/7)	Faible	Absent	Privé / producteur
Drive robotisé connecté GMS	OuiDrop	Large (partenaire GMS)	Très forte (24/7)	Faible	Absent	Privé
Casiers circuits courts	Le Casier Français, Casiers fermiers, Mon casier frais...	Producteurs locaux	Forte (24/7)	Moyen	Faible	Privé
Réseau de franchise classique	Vival, Proxi, Carrefour Contact, Spar...	Complète	Faible (horaires contraints)	Fort	Fort	Franchise
Commerce spécialisé	Boulangerie, boucherie, fromagerie...	Spécialisée	Faible (horaires contraints)	Très fort	Très fort	Privé / Indépendant
Commerce itinérant / ambulant	Casino, food trucks et autres initiatives locales	Moyenne à complète	Faible (tournées fixes)	Moyen	Fort	Privé / indépendant
Epicerie solidaire et coopérative	Accompagnateurs de projet comme BougetonCoq!, 1000 cafés, ...	Complète + multiservices	Faible	Très fort	Très fort	ESS
Supérette autonome ancrée	Api	Complète (700 produits)	Forte (7j/7)	Fort	Fort	Privé

Une enquête d'impact inédite pour la jeune enseigne rurale



Cette cartographie est complétée par une enquête d'impact qui donne une **vision inédite de ce que change, dans la durée, le retour d'un commerce de proximité dans un village**. Conduite auprès de 1 400 clients, de 82 communes et enrichie d'une étude carbone réalisée avec le cabinet Aktio, elle mesure six dimensions : accessibilité horaire, budget, gain de temps, autonomie et plaisir des courses, réduction des déplacements contraints et contribution au dynamisme local.

Les résultats montrent que les supérettes autonomes Api ne sont pas seulement une réponse pratique à l'absence de commerce : elles redonnent du temps, réduisent les déplacements contraints, et contribuent au dynamisme local. C'est un modèle d'avenir qui s'inscrit dans un écosystème plus large d'acteurs de la revitalisation rurale.

Pour les élus, l'intérêt de ce travail est double : il leur offre une 'carte' des solutions existantes et de leurs modèles économiques, et met à leur disposition des données robustes sur l'impact concret d'une supérette autonome ancrée sur leur territoire.

Le rapport défend ainsi l'idée que la revitalisation rurale ne repose pas sur un modèle unique, mais sur une pluralité de solutions qu'il devient urgent de mieux documenter, comparer et articuler.

Les chiffres-clés à retenir du rapport

- 30% des passages dans les supérettes Api est réalisé lorsqu'un autre commerce de proximité n'est ouvert ailleurs
- 48% des clients d'Api déclarent un impact positif sur leur budget alimentaire : consommation maîtrisée, moins de gaspillage
- 78 % des clients d'Api gagnent du temps – en moyenne 42 heures par an.
- 74 % ont réduit leurs trajets en supermarché – 18% d'émissions carbone évitées grâce aux supérettes de proximité Api.
- 72 % prennent plus de plaisir à faire leurs courses chez Api qu'au supermarché.
- 98 % des mairies constatent une amélioration du quotidien de leurs habitants.
- 0 % de mairies signalent un effet négatif sur les autres commerces locaux quand ils sont présents au sein de la commune.

À propos du rapport

Le rapport *Mesure d'impact Api dans les villages ruraux* s'appuie sur des données internes collectées en 2026, des enquêtes auprès des clients et des communes, ainsi que sur plusieurs sources externes de référence, parmi lesquelles l'INSEE, le Guide France Ruralités, le Baromètre des Territoires ou encore le Baromètre de la Proximité Rurale.

[Lire le rapport complet ici.](#)

A propos d'Api

Api est une entreprise à mission co-fondée par Julien Nau, Alex Grammatico et Jean Luc Treillou. L'équipe dirigée par la CEO Marie-Laure Basset compte actuellement 120 collaborateurs, plus de la moitié étant recrutés localement. Api propose une solution innovante au manque de commerces de proximité dans les zones rurales : des supérettes de 40 m² en libre-service, éco-conçues en France. Ces magasins proposent 700 références à prix supermarchés ainsi que des produits locaux. Api ambitionne d'implanter ses magasins en libre-service en France rurale. Api propose un modèle de distribution de proximité, qui permet



de réduire les inégalités territoriales et de réduire l'impact de la consommation sur l'environnement.

www.api-masuperette.fr

Contact presse :

Lisa Wyler | lisa@lisa-wyler.com | 06 33 66 86 29