



COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 26 juin 2009

Retour sur 2008 : les premiers fruits de Défi 2010 mais déjà des effets de la crise

A l'occasion de la publication de son rapport annuel, le groupe Nmpp revient sur ses initiatives au service de l'avenir de la presse écrite dans une conjoncture de crise qui rend plus impérieuse que jamais la mise en œuvre de son plan Défi 2010.

Des résultats affectés par les premiers signes de la crise économique

Le montant des ventes au numéro atteint en 2008 2,56 milliards d'euros, en diminution de 4,4 % par rapport à 2007. Après un premier semestre en baisse de 2,9%, l'activité s'est fortement dégradée au second semestre : la baisse a doublé à 5,9%. Cette érosion est significative tant en métropole qu'à l'export, ce qui souligne la dimension internationale de la crise des ventes. Sur les cinq premiers mois de l'année 2009, la tendance s'accroît encore : la baisse des ventes est d'environ -10% en moyenne à fin mai.

Après un déficit net en 2007 de -29 millions d'euros, qui s'expliquait en particulier par le provisionnement des plans de restructuration, le résultat net 2008 est légèrement positif de 2,4 millions d'euros. La baisse des produits d'exploitation est de -1,1% alors que les charges d'exploitation augmentent de +0,4%, essentiellement en raison de la hausse du prix des carburants.

Des avancées détaillées de Défi 2010 sur l'ensemble des axes stratégiques

Les initiatives du plan Défi 2010 vont dans le sens des réponses qu'exige la situation difficile affrontée par l'ensemble du secteur de la presse. La mise en œuvre de ce plan est plus que jamais nécessaire. Le rapport annuel en décrit un point d'étape détaillé :

- transformation des modes de commercialisation de la presse,
- important investissement consacré au réseau de points de vente, dont le nombre augmente depuis 26 mois consécutifs, amélioration des conditions de travail des vendeurs par le lancement du plafonnement des quantités et la finalisation des tests d'assortiment (pour généralisation cet automne), augmentation de leur rémunération (plus de 20 millions d'euros supplémentaires pour les diffuseurs spécialistes de presse)
- réformes logistiques profondes pour engendrer des économies : finalisation des nouvelles organisations logistiques pour les magazines (avec notamment la fermeture du centre de Combs-la-Ville), mise en route de la réforme de la logistique dédiée aux quotidiens (première intégration en avril d'une ARM dans un dépôt du groupe), premières applications du volet social du plan (plus de 150 départs réalisés au 1^{er} trimestre).

Pour Rémy Pflimlin, directeur général, les enjeux sont cruciaux : « Face à une crise de la presse accentuée par la crise économique, le choix du groupe Nmpp d'initier un plan stratégique fin 2006 était la meilleure façon d'aborder la période actuelle. En aidant les diffuseurs et en contribuant à mieux vendre la presse, le plan permet de mieux répondre à l'évolution du marché et aux changements de modes de consommation des lecteurs. Renforcé par l'impulsion des Etats généraux de la presse écrite et les décisions annoncées par le Président de la République, Défi 2010 permet au secteur de résister le mieux possible et de préparer l'avenir ».

Le groupe Nmpp

Le groupe Nmpp a pour vocation d'assurer et de promouvoir la diffusion de la presse écrite dans toute sa diversité. En 2008, plus de 3500 titres de presse quotidienne nationale, magazine et plusieurs milliers de produits multimédia et encyclopédies ont été distribués en France et dans une centaine de pays.

Au service de la vitalité de la presse écrite pour l'ensemble de la filière, le groupe Nmpp contribue au développement du réseau de vente. Il pilote directement une cinquantaine de dépôts et 14 filiales à l'étranger. Il développe et anime, à travers ses filiales AAP et Seddif, plus de 2400 kiosques et magasins spécialisés en France.

Contact presse :

Stéphane BRIBARD – 01 49 28 75 23 - 06 85 43 86 25 – sbribard@nmpp.fr