



COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 4 Mars 2009

D'après une étude réalisée par le groupe Nmpp, la présence d'un rayon Presse « rend un vrai service » pour 96% des clients des Grandes et Moyennes Surfaces

D'après une étude réalisée en 2008 par la Direction marketing réseau du groupe Nmpp en collaboration avec les sociétés d'études Nielsen et IOD sur un échantillon de 1 020 personnes et sur 20 points de vente, la presse est un produit incontournable et un atout concurrentiel pour les grandes surfaces et les enseignes culturelles.

Le groupe Nmpp renforce actuellement ses analyses marketing, notamment dans l'étude des consommateurs de presse. Réalisée dans le cadre du développement du réseau de points de vente, cette nouvelle étude conforte la légitimité de l'existence d'un rayon presse dans les Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) ainsi que dans les enseignes culturelles. Cette présence augmente le taux de fréquentation en magasin et apporte de réels gains en termes de trafic, d'image et de satisfaction client.

Le rayon presse, réel générateur de flux pour l'enseigne

En effet, 34% (36%*) des clients de l'enseigne déclarent venir plus souvent en magasin depuis qu'il y a un rayon presse.

Le rayon presse, un rayon d'appel créateur de trafic

63% (51%*) des clients du rayon presse le fréquentent au moins 1 fois par semaine. Parmi les clients réguliers (minimum 1 fois par mois) de la GMS, 9 clients sur 10 (9/10*) sont des clients réguliers du rayon presse. Enfin, un client sur 2 soit 52% (38%*) se rend en premier dans le rayon presse dès son arrivée en magasin.

Le rayon presse se révèle être un rayon réflexe pour le consommateur et un rayon d'appel pour l'enseigne.

Les clients des GMS confirment la légitimité des rayons presse

96% (88%*) des clients estiment que l'implantation d'un rayon presse « leur rend un vrai service ».
79% (80%*) des clients pensent « qu'il devrait y avoir un rayon presse dans toutes les GMS ».
79% (83%*) des clients considèrent que la présence d'un rayon presse « donne l'image d'un magasin innovant et moderne ».
66% (93%*) des clients pensent que « le rayon presse vient bien compléter les autres rayons ».

Avec ce concept gagnant-gagnant, les GMS proposent une offre supplémentaire et pertinente à leur clientèle, bénéficiant ainsi d'une image plus innovante. Pour les clients, trouver un réel service et gagner en satisfaction contribue à la bonne image de marque de l'enseigne.

Christian Carisey, directeur du réseau du groupe Nmpp, déclare : « Le rayon presse en GMS, plébiscité par les clients, est un facteur important de fidélisation, de recrutement et d'image pour les enseignes, en plus d'être un élément incontournable pour les ventes des titres des éditeurs. Cette étude, élaborée dans le cadre d'une nouvelle démarche marketing complète et globale, renforce la volonté stratégique du groupe Nmpp de développer les ventes de presse partout où sont présents les consommateurs, tant en donnant des moyens d'action nouveaux au réseau traditionnel de proximité et des spécialistes de presse, qu'en permettant la présence de la presse en GMS.»

Les chiffres de cette étude réalisée en GMS et enseignes culturelles sont disponibles sur simple demande.

* *Chiffres pour les enseignes culturelles*

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 3 500 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 2 400 kiosques et magasins spécialisés en France.

Contacts presse :

Cécile PINEAU – 01 49 28 72 72 – cecile.pineau@nmpp.fr

Stéphane BRIBARD – 01 49 28 75 23 - sbribard@nmpp.fr