



Paris, le 31 mars 2009

Le groupe Nmpp organise les 22èmes Journées Presse de France sous le signe du défi des ventes

Plus de 110 groupes de presse français et 60 distributeurs étrangers sont réunis à Paris pendant trois jours à l'initiative du groupe Nmpp. Ces rencontres destinées à développer et diversifier les ventes sont l'occasion de souligner l'importance de la présence de la presse française à l'étranger.

Les ventes de presse hors encyclopédies en dehors de la métropole représentent 9,7% du volume d'affaires global des Nmpp, pour un montant de 247,5 millions d'euros représentant 89,2 millions d'exemplaires. Ces ventes fléchissent de -4,7% à l'export, et de -4,2% dans les DOM. Ce sont plus de 3 000 titres dont une trentaine de quotidiens qui sont distribués vers plus de 100 pays.

L'Europe (y compris la Suisse) pèse 72,6% des ventes export. Les ventes sont de nouveau à la baisse, après une année 2007 portée par les élections françaises. Le marché allemand chute de manière marquée (-21%), du fait des baisses de ventes des quotidiens, en ligne avec celles des quotidiens allemands. Certains marchés subissent des évolutions de taux de change défavorables, comme le Royaume-Uni ou la Suisse. La saison estivale a été mitigée pour tous les pays méditerranéens, comme la Croatie, l'Italie, la Grèce. Le recul espagnol (-10%) s'explique aussi par un recul net des ventes des quotidiens français. Seuls les marchés de l'Europe du Nord maintiennent une tendance positive.

Le marché nord-américain (7,5% des ventes export) chute de nouveau cette année : seulement -0,5% pour le Canada mais -15,1% pour les Etats-Unis, essentiellement à cause des problèmes de taux de change. Pour autant la dynamique commerciale de notre distributeur canadien motivée par les 400 ans de la ville de Québec, devrait encore porter ses fruits en 2009.

Les marchés de l'Afrique et du Maghreb (12,5% des ventes export) sont globalement à la hausse : les bons résultats du Cameroun (+16%) et du Mali (+ 21%) s'expliquent essentiellement par les efforts de restructuration du marché par nos distributeurs. Le marché algérien est en pleine reconquête (+27%), grâce à une collaboration commerciale accrue. Il faut noter que la présence de la presse écrite française dans ces pays serait presque inexistante sans les aides gouvernementales françaises à la distribution de la presse pour l'export.

Enfin le marché asiatique, toujours très modeste (0,9%), connaît des progressions très fortes comme +20% pour HongKong, +40% pour la Chine, ce qui laisse augurer de belles perspectives pour l'avenir.

Côté DOM, les marchés sont globalement à la baisse d'environ 4%, comme en métropole. Seul se distingue la Guadeloupe grâce une politique commerciale offensive : nombreuses réimplantations de magasins, accroissement des réglages des titres. Partout ailleurs, la hausse des prix de vente locaux pour compenser celle hausse des tarifs avion, des difficultés économiques (La Martinique), ou des fermetures de points de vente importants (St Martin), portent les marchés de manière négative. Des actions commerciales (notamment de merchandising) et de nouveaux barèmes pour les postes de vente en concession (aéroports, hôpitaux) pourraient porter l'année 2009, ou au moins amoindrir les conséquences des crises sociales et politiques connues en ce début d'année.

Rémy Pflimlin, directeur général des Nmpp, déclare : « Nous venons de refonder notre approche commerciale à l'export, afin de toujours plus répondre aux attentes des éditeurs et des distributeurs, et aussi pour mieux répondre à la crise que tout le monde subit. Au-delà d'une démarche commerciale, c'est du rayonnement de la langue française qu'il s'agit par la diffusion des quotidiens et des magazines en français ».

- vous trouverez ci-joint les plaquettes 2008 « la presse française à l'export » et « la presse française dans les DOM » présentant tous les chiffres de ces marchés

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 en métropole 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