



Paris, le 11 février 2009

### **Défi 2010, un plan stratégique qui atteint ses objectifs**

**En dépit du contexte économique, le plan Défi 2010(\*) porte ses fruits. Deux ans après son lancement, le plan stratégique du groupe Nmpp atteint ses premiers objectifs de dynamisation de la vente de la presse nationale : plus de points de vente, une transformation des pratiques du métier. Une meilleure rémunération des vendeurs spécialisés a été obtenue grâce aux économies réalisées, notamment par la rénovation de la logistique.**

#### **Un renversement de la tendance d'évolution du nombre de points de vente**

Par une politique volontariste d'ouvertures de points de vente, la tendance à la baisse a été inversée en 2007 (avec plus 574 points de vente). L'année 2008, avec 29 749 points de vente, enregistre à nouveau un solde positif de 98 points de vente supplémentaires : magasins spécialisés, rayons d'hypermarchés et de supermarchés, points de vente à taille réduite de proximité.

#### **Un accord global d'augmentation de la rémunération**

Afin de parvenir en 2011 à une rémunération de 25% des spécialistes de presse, un accord interprofessionnel a été signé en juin 2008 permettant de débloquer près de 20 millions d'euros pour l'année 2008, financés par les éditeurs Nmpp et TP. En 2009, c'est le groupe Nmpp qui versera 5 millions d'euros supplémentaires. Ce montant sera progressivement augmenté chaque année pour atteindre 14 millions en 2011.

#### **Une meilleure gestion des titres et des quantités dans les points de vente**

Les différentes expériences menées depuis deux ans montrent qu'avec près de 20% de marchandise en rayon en moins, on observe jusqu'à 4% d'augmentation des ventes, notamment pour des titres de faible diffusion.

L'évolution du métier et de sa pratique au quotidien répond aux besoins de désengorger les magasins, d'offrir une vraie visibilité aux titres et de redonner de l'attractivité au métier de la vente de presse.

Les tests en cours vont être généralisés :

- en mars prochain pour le test de maîtrise du nombre d'exemplaires, qui concerne actuellement plus de 2000 points de vente.
- en septembre prochain pour celui de l'assortiment, lancé au dépôt de Reims en juin 2007 et étendu depuis aux dépôts de Champigny et Fréjus.

#### **Des économies en cours de déploiement**

Ces investissements sont financés par les économies, conséquence de la refonte logistique et des mesures sociales.

La logistique publications a été entièrement réorganisée, avec en premier lieu la fermeture définitive du centre de traitement de Combs-la-ville le 17 janvier dernier.

La logistique des quotidiens sera, pour sa part, réadaptée à compter d'avril, avec le remplacement du site de traitement de Stains par un nouveau centre à Gonesse, puis l'intégration des trois centres régionaux (ARM) de Toulouse, Lyon et Nantes aux dépôts du groupe présents dans les agglomérations des villes concernées.

Ainsi au 1<sup>er</sup> semestre 2009, l'ensemble des changements industriels concernant tous les clients éditeurs sera effectif. Ils permettront à l'issue du plan de réaliser 33 millions d'euros d'économie annuelle.

L'ensemble du groupe étant concerné par les réformes et les économies nécessaires, le siège social va également déménager.

Concernant les mesures sociales, l'accord conclu avec les instances représentatives lors du Comité Central d'Entreprise de novembre 2008 a été engagé. Ainsi en janvier 2009, plus de 230 reclassements entre quatre sites ont déjà eu lieu.

D'ici à fin 2010 près de 260 départs volontaires en préretraite sont organisés dans des conditions économiques très favorables, financées par l'entreprise (62 millions d'euros provisionnés). Les départs s'échelonnent ainsi : 109 au premier trimestre 2009, 46 autres dans le courant de l'année et 105 en 2010.

### **Une modernisation de la distribution de la presse écrite**

Le groupe Nmpp investit pour moderniser la distribution de la presse écrite et l'aider à affronter la situation actuelle très difficile, avec des tendances à la baisse des ventes de presse plus fortes que prévu. Le système informatique sera entièrement rénové d'ici 2011. Il fait l'objet de 30 millions d'euros d'investissements.

Rémy Pflimlin, directeur général déclare : « Les avancées dans la réalisation du plan Défi 2010 déjà obtenues grâce à la mobilisation des éditeurs et de tous les partenaires montrent que cette gestion bénéficie à tous et que le groupe Nmpp vit une profonde mutation. D'une entreprise industrielle nous devenons véritablement un groupe commercial. Outre nos savoir-faire logistiques, les éditeurs peuvent bénéficier de l'expertise de notre groupe dans le domaine du marketing et de l'action commerciale. Ils les aideront à exploiter au mieux les potentiels de croissance qui existent, même dans un environnement difficile. La presse écrite a des raisons d'espérer. Nous avons la mission de l'aider à réussir ».

(\*) : *Le plan stratégique Défi 2010 du groupe Nmpp, initié fin 2006 pour faire face à la baisse régulière des ventes au numéro de la presse en France, a pour **objectif de reconquérir les ventes grâce à la transformation des modes de commercialisation de la presse**. L'ensemble de ses axes d'actions concerne le réseau de points de vente, autour de son développement quantitatif, de l'amélioration des conditions de travail des vendeurs et l'augmentation de leur rémunération. Ces actions de développement commercial, nécessitant d'importants investissements organisationnels et informationnels, sont construites sur des économies engendrées par de profondes réformes logistiques, actuellement très avancées.*

**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