



COMMUNIQUE DE PRESSE

Les NMPP lancent "Avantages Presse", la première carte de fidélisation des consommateurs de presse en Europe

A l'occasion de l'ouverture du congrès de la presse à Strasbourg, les NMPP lancent la première expérience européenne de carte de fidélisation des consommateurs axée sur le produit presse. A partir du jeudi 23 novembre, plus de 50 diffuseurs de presse de la région de Grenoble proposeront à l'ensemble de leurs clients la carte « Avantages Presse », qui leur permettra de bénéficier de réductions, de découvertes et d'avantages sur plus de 100 titres participants, dont 5 quotidiens nationaux, 14 hebdomadaires et 45 mensuels. A terme et en cas succès, les NMPP ont pour objectif de faire adhérer plus de deux millions de consommateurs à un programme de plus 200 titres présents chez 8 000 diffuseurs de presse.

Depuis plusieurs années, le marché de la vente de la presse au numéro connaît des difficultés, les ventes globales baissent. Les nouvelles technologies qui permettent à un accès aisé à de l'information gratuite, un nouveau comportement des acheteurs expliquent souvent cette évolution inquiétante pour nos clients éditeurs et pour l'ensemble du système de distribution de la presse nationale.

Les acheteurs de presse participent déjà à des programmes de fidélisation, dans la grande distribution, le secteur bancaire ou les transports par exemple. Différentes études menées par les NMPP ces dernières années auprès des acheteurs de presse soulignent notamment le rôle du coût de la presse, jugé souvent trop élevé, et un comportement d'achat qui devient plus sélectif.

Ces éléments poussent les NMPP, leader de la vente au numéro de presse nationale, à innover et à mettre en œuvre des actions pour dynamiser la vente de la presse au numéro. La création d'une carte de fidélité axée sur la presse, première expérience ce type en Europe, est un acte fort pour relancer la vente et apporter un nouvel outil aux clients éditeurs des NMPP.

Les objectifs de ce programme de fidélisation des acheteurs de presse qui a été baptisé « Avantages presse » sont multiples :

- les éditeurs vont pouvoir tester un nouveau moyen de fidéliser leurs lecteurs :
 - En créant ainsi une relation dans la durée avec eux
 - En mettant en place des campagnes ciblées pour les acheteurs selon leurs attentes et potentiels

- les acheteurs et plus particulièrement les gros lecteurs vont pouvoir retrouver un avantage pour consommer plus de presse au numéro, soit en :
 - Récompensant les acheteurs réguliers et fidèles des titres associés au programme
 - faisant progresser les achats des lecteurs occasionnels de ces titres
 - faisant découvrir des titres ou des nouveautés à prix spéciaux

- les diffuseurs de presse vont pouvoir donner à leurs clients une nouvelle raison de venir acheter la presse dans leur point de vente. Ils vont bénéficier d'un outil fidélisant à leur point de vente facilement gérable et sans coût supplémentaire.

Le mode opératoire de la carte « avantages presse » est simple :

1. Tout consommateur d'un point de vente participant adhère librement au programme et se voit remettre immédiatement une carte « Avantages presse »
2. Le diffuseur de presse scanne la carte du consommateur à chaque achat d'un ou plusieurs titres du programme dans le point de vente auquel il est lié
3. Le consommateur obtient ainsi des avantages sous forme de réductions directement utilisables dans le point de vente d'adhésion au programme

Un site internet "www.avantagespresse.fr" est développé avec un espace personnel pour les adhérents et un espace professionnel pour les éditeurs et les diffuseurs, afin que chacun dispose du meilleur suivi possible et des informations les plus complètes.

Les principes du programme se résument à quatre règles simples :

1. Offrir à l'acheteur de presse des réductions proportionnelles liées à la fréquence d'achat de ses titres
2. L'inciter à découvrir de nouveaux titres à des conditions privilégiées
3. Créer une relation régulière entre l'acheteur et son diffuseur de presse via sa carte Avantages presse
4. Animer l'acheteur avec les titres participants via le site internet « [Avantagespresse.fr](http://www.avantagespresse.fr) »

Le déploiement de cette carte se fait en trois phases :

1. Tout d'abord une phase pilote sur la zone de Grenoble est lancée le 23 novembre pour mesurer et valider le dispositif. Elle concerne environ 50 diffuseurs au démarrage et 80 diffuseurs fin 2006, et plus de 100 titres. Son objectif est d'atteindre 50 000 adhérents en six mois.
2. En cas de succès, la deuxième phase sera lancée sur la région Rhône-Alpes sur 500 diffuseurs avec 120 titres, afin d'atteindre 500 000 adhérents en 12 mois.
3. En cas de nouveau succès, une phase de déploiement national sera lancée dans le réseau des points de vente informatisé, soit 8000 diffuseurs à terme pour un programme de 200 titres. L'objectif sera alors d'atteindre plus de deux millions d'adhérents en deux ans.

Les titres du programme représentent la diversité des périodicités et des familles de presse :

→ 5 Quotidiens (Aujourd'hui en France, Le Figaro, Le Monde, Le Journal du Dimanche, La Tribune)

→ 14 Hebdomadaires (dont : L'Express, Le Point, Le Nouvel Observateur, Paris Match, Elle, Télé 7 Jours, Closer, Public, Ici Paris, Micro Hebdo, Auto Plus, L'argus, Le Journal de Mickey)

→ Parmi les nombreux mensuels et bimestriels de toutes les familles de presse, on retrouve notamment :

- des féminins comme : Marie Claire, Glamour, Marie France, Maxi cuisine, Elle à table, Vogue, Psychologies magazine, Top Santé, Pleine Vie
- de la presse déco : Elle décoration, Maisons côté sud, Maison créative, Campagne Décoration
- des titres de presse pratique : Réponse à tout, Stop Arnaques
- des titres de la presse jeune et ado comme : Jeune et Jolie, Star Academy, Isa Poche, Toupie, Dora, Wapiti, Winnie, Picsou Magazine
- des masculins : L'Echo des Savanes, FHM, Choc, Entrevue
- de la presse cinéma, sport, découverte, informatique comme : Première, Onze Mondial, Sciences et vie, L'Ordinateur Individuel, Alpes Magazine
- de nombreux titres de jeux de mots (fléchés, casés, etc.) ou de chiffres (des sudokus)
- de la presse auto/moto : Moto Journal, Super GTI mag, Action Auto Moto, 4x4 magazine

**Contact presse : Stéphane BRIBARD - Tel : 01 49 28 75 23 - Fax : 01 49 28 74 19 -
sbribard@nmpp.fr**

Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne - SARL au capital de 50 000 euros, RCS Paris B562029090
52, rue Jacques Hillairet - 75612 Paris cedex 12 - Tél. : 01 49 28 70 00 - Fax : 01 49 20 80 00 - www.nmpp.fr