

### **Les NMPP signent une convention avec la Fédération Nationale de l'Épicerie pour l'ouverture de points de vente de presse**

Les épiceries vont être incitées à proposer à vente des quotidiens et des magazines, aux termes d'une convention signée entre les Nouvelles messageries de la presse parisienne (NMPP) et la Fédération nationale de l'épicerie (FNDE). Les NMPP, principale société chargée de la distribution de la presse en France, et la FNDE, qui réunit 28 500 épiciers, 6 500 cavistes indépendants et 1 700 magasins spécialistes en produits biologiques, ont signé une convention de partenariat, ont-ils annoncé hier.

Les commerçants volontaires, "sous condition de non-concurrence frontale avec le tissu environnant des magasins de presse déjà existants", se verront proposer "plusieurs types d'offres adaptées de presse tant de quotidiens nationaux que de magazines", indiquent les partenaires. La FNDE souhaite ainsi "inciter ses adhérents à diffuser des produits nouveaux leur permettant de s'enraciner encore plus dans une relation quotidienne de proximité avec les consommateurs".

Dans le cadre du plan stratégique "Défi 2010", les NMPP cherchent de leur côté à développer le réseau de points de vente de presse. Des accords ont déjà été signés pour développer de nouveaux types de points de vente : points de vente spécifiques pour la presse quotidienne (réunissant les 12 quotidiens nationaux), points de vente complémentaires de proximité (réunissant les 12 quotidiens et une offre limitée de 150 magazines maximum), et points de vente thématiques (publications limitées à la thématique du magasin).