

Script

ALERTE N°	70224044	HEURE	07:07:01
DATE	20/12/2007	DUREE	00:01:52
SUPPORT	France bleu Ile de France		
EMISSION	Journal de 7h00		
PRESENTATEUR	Noé DA SILVA		

Bille DEBRUGE : Vous me mettez 500 grammes de Libé tranché dans de la bonne page, s'il vous plaît !

Noé DA SILVA : Les épiciers risquent d'avoir des allures de bazar, Bill : en effet, une convention vient d'être signée entre les Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne et la Fédération nationale de l'épicerie ; elle autorise la vente de journaux ou magazines en plus des produits habituels. Une décision qui arrive alors que de nombreux kiosques à journaux ont fermé ces dernières années. Au total : 28 500 épiciers, 6 500 cavistes indépendants et 1 700 magasins de produits biologiques sont concernés par la mesure.

Journaliste : Facile : la petite épicerie de quartier, juste en bas de chez vous ; vite une baguette de pain, une bouteille de vin, quelques bricoles ; encore mieux si, au passage, vous attrapez au passage le journal du jour, avant de sauter, pressé, dans un train, par exemple. Philippe Pilliot, de la Fédération nationale des épiciers.

Philippe PILLIOT, Fédération nationale des épiciers : C'est pas mal... Le matin, c'est tellement agréable de pouvoir aller à proximité de chez soi se procurer le quotidien, et puis avec le croissant qu'on aura pu s'acheter.

Journaliste : Petite révolution pour les uns, mais concurrence déloyale pour les autres, non ?

Philippe PILLIOT : Non, pas du tout. Il ne s'agit pas de déshabiller Paul pour habiller Jacques. Lorsque vous êtes dans un quartier où le moindre habitant, le moindre consommateur est obligé de faire des kilomètres pour pouvoir se procurer son quotidien ou son magazine, là, il y a réellement un manque.

Journaliste : Point de vue confirmé par l'autre signataire de la convention, Rémi Pflimlin, directeur général des Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne.

Rémi PFLIMLIN, directeur général des Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne : Nous souhaitons aujourd'hui trouver rapidement de la presse lorsqu'on a envie d'en acheter, hein, ne pas avoir à la chercher ; et, d'autre part, faire en sorte que la presse soit présente sur les lieux de consommation.

Journaliste : 5 000 points de vente de presse ont disparu depuis la fin des années 90 en France. L'extension de l'offre pourrait encore assombrir le tableau. Mais, selon les NMPP, c'est aussi à la presse, qui continue de traverser une crise, de se remettre en question.



**l'Argus
de la
presse**

**VEILLE
ET ÉTUDES
MÉDIAS**

130, rue du Mont-Cenis
75018 Paris
www.argus-audiovisuel.fr

TEL. 01.49.25.70.70
FAX 01.49.25.70.71
contact@argus-audiovisuel.fr

FIN