

La presse gagne le commerce de proximité

La fédération nationale de l'épicerie (FNDE) vient de signer une convention avec les Nouvelles messageries de la presse parisienne (NMPP) pour distribuer certains journaux et magazines chez ses adhérents.

Les 28500 épiciers, 6500 cavistes indépendants et 1700 magasins spécialisés en produits biologiques adhérents de la fédération nationale de l'épicerie pourront s'ils le souhaitent et à certaines conditions -pas de concurrence frontale avec un diffuseur de presse existant- proposer une sélection de 12 quotidiens nationaux et de 150 magazines au maximum. Chaque point de vente candidat détermine la largeur de l'assortiment qu'il souhaite présenter. « L'accord entre en application immédiatement », indique t-on à la FNDE. Certains commerçants informés de la signature prochaine de cette convention se sont déjà porté candidat auprès de leur fédération.

La formule peut notamment intéresser bon nombre de détaillants installés dans des zones rurales où le diffuseur de presse le plus proche est parfois situé à plusieurs kilomètres. Mais aussi des épiciers installés dans des quartiers à l'écart des centres-villes. Les cavistes enfin pourront présenter une offre de publications sur le vin, les spiritueux et d'autres produits associés à la gastronomie.

L'accord veut favoriser une distribution plus large de la presse. Ce qui cadre avec le programme déjà dévoilé par les NMPP visant à créer des rayons presse autour d'un nombre de publications limitées et sélectionnées dans des commerces de proximité et des magasins spécialisés.

O.B.