



## PRESSE

# Les NMPP s'allient au réseau de points de livraison Kiala

Les Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne (NMPP) ont annoncé hier un accord de partenariat avec Kiala, le réseau indépendant de points de livraison fondé par Denis Payre en 2001 : les achats à distance réalisés chez l'un des 200 clients de Kiala (CDiscount, Galeries Lafayette, Nespresso...) pourront être retirés dans les 3.000 marchands de journaux appelés à participer à ce partenariat. Pour cela, Kiala s'appuiera non seulement sur les points de vente, mais aussi sur les tournées de livraison du réseau NMPP, ce qui lui permettra d'accompagner la forte croissance de son chiffre d'affaires (+ 29 % sur les neuf premiers mois de 2009) tout en limitant la hausse de ses coûts de transport. « *Nous avons été impressionnés par les capacités logistiques des NMPP* », a indiqué Denis Payre. Grâce à cette opération, le réseau français de Kiala passera de 3.850 points de livraison aujourd'hui (épiceries, pressings...) à 6.800 fin 2010. 350 magasins de journaux devraient être déjà opérationnels sur la période de Noël 2009.

Pour les NMPP, dont la situation financière est très tendue en raison de la chute des ventes au numéro de

la presse nationale (- 6 à - 8 % depuis le début de l'année), ce partenariat est un pas supplémentaire vers la diversification entamée en 2008. Sa filiale dédiée, Ocyto, distribue ainsi déjà les catalogues Nouvelles Frontières dans les agences ou des livres pour Editis.

### Stimuler la vente de journaux

« *Nous souhaitons valoriser notre savoir-faire logistique* », a insisté Rémy Pflimlin, directeur général des NMPP, tout en reconnaissant que le chiffre d'affaires généré par cette diversification est encore très marginal.

L'autre objectif du partenariat avec Kiala est d'attirer plus de monde dans les magasins de presse, dans l'espoir de générer des ventes supplémentaires de journaux. Aujourd'hui, les points de livraison Kiala gèrent 25 colis chaque jour, et 30 à 40 % des clients en profitent pour y effectuer un achat. Les marchands de journaux, qui recevront à ce titre une rémunération supplémentaire, pourraient eux aussi y trouver un remède à la baisse de leurs recettes.

ANNE FEITZ