

Les Echos.fr

Presse Quotidienne Nationale – Site Web – 29 Septembre 2015

Industrie & Services

Les Maisons de la presse sauvées par le service et... le digital

[Valérie Leboucq](#) | Le 29/09 à 07:00



La presse mène à tout à condition d'en sortir ! Jamais l'adage ne se sera mieux illustré qu'avec la transformation de l'ancien réseau des messageries de presse Presstalis repris fin 2014 par des jeunes entrepreneurs au cœur bien accroché. Chaque année en effet en France, un millier de points de vente de ce type mettent la clef sous la porte (pour les cafés tabac c'est 2.000 !) et le marché de la presse quotidienne/magazine se contracte de 4 à 6 % par an.

Mais ces Maisons de la presse et Mag Presse (1.600 magasins au total) ont un gros atout : leur implantation dans les petites agglomérations (moins de 50.000 habitants pour 90 % d'entre eux). Celles qui ont le plus souffert de la disparition des commerces de centre-ville. Bien situé dans les grand-rues, près des marchés et dans les galeries marchandes de périphérie, ce maillage très serré d'indépendants affiliés à une centrale d'achats a incontestablement sa carte à jouer dans la nouvelle bataille des services de proximité. « *Il n'a jamais été exploité par les éditeurs de presse ou les cigarettiers autrement que comme simples lieux de diffusion obligés de leurs produits* », constate Arnaud Ayrolles, cofondateur avec ses deux copains (Jean-Claude Navajas et Olivier Piraud) du groupe NAP, et originaires, comme lui, de Toulouse. Importateur de jeux et jouets made in China distribués par les grandes surfaces et les marchands de journaux, NAP a parié sur le potentiel de ces derniers. Chaque jour ils voient, en effet, passer quelque 850.000 clients qui jouent au Loto, achètent un roman policier ou des cigarettes, un sachet de bonbons et de plus en plus aussi de la téléphonie mobile ou du cadeau. « *C'est l'agrégation de produits et services qui assure notre développement* », argumente le jeune homme, qui a l'intention

d'ajouter de l'hygiène beauté et d'autres produits de commodité, piles, ampoules, chargeurs téléphoniques. Son modèle ? les anciens bazars de village et les « dépanneurs » canadiens. La SNCF fait la même chose dans les gares. Le réseau NAP et sa centrale d'achats s'y prêtent d'autant mieux que ses exploitants sont habitués aux fortes amplitudes horaires (de 6 h 30 à 20 h 30 couramment). Résultat, moins d'un an après s'être lancé, la presse ne représente plus qu'un gros 10 % du [chiffre d'affaires](#) du réseau : 283 millions d'euros sur un total de 1,9 milliard. Les points forts de ces nouvelles « convenience stores ».

Partenariat avec Free

Free a bien déployé une cinquantaine de magasins physiques en France mais l'opérateur s'appuie surtout sur le réseau NAP pour vendre partout en France son offre de téléphonie mobile. Depuis un an, les bornes du réseau NAP délivrent en trois minutes forfaits et cartes sim activées. « *Il suffit de venir avec sa Carte Bleue et de fournir une adresse e-mail* », dit Arnaud Ayrolles.

Mobile to store grâce aux iBeacons

En 2016, les Maisons de la presse vendront des contenus digitaux pour mobiles et tablettes. Mais sans attendre, NAP a équipé la totalité de son réseau de iBeacons, ces petites balises électroniques qui envoient des messages sur les smartphones des clients passant à proximité. Une vraie première en France à si grande échelle puisque NAP, accompagné par la plate-forme Ezeeworld, en ont équipé les vitrines de 5.000 boutiques au total (celles du réseau, plus 3.400 autres indépendants, cafés tabac). Activées par les applications de smartphones, les iBeacons permettent aux éditeurs de presse et aux annonceurs en général (jeu, jouet, confiseur...) de proposer contenus exclusifs et offres promotionnelles. Le flyer publicitaire en version digitale.

Accompagnement du commerce en ligne

Le réseau NAP sert aussi pour récupérer ses achats sur le Net et travaille avec tous les réseaux Kiala, Pick-up, Relais Colis... Arnaud Ayrolles ne compte pas en rester là côté service. Au programme de la rentrée 2016, la préparation des listes scolaires à récupérer sur place ou livrées chez soi...

Valérie Leboucq, Les Echos