

La Maison de la Presse lance son nouveau concept

jeu 21/06/2018 - 15:35



Résolument motivée à répondre aux nouveaux besoins de personnalisation et de service, La Maison de la Presse (Groupe NAP) présente son tout nouveau concept de magasin. Intitulé "Convergence", ce commerce d'un nouveau genre se veut encore plus proche des clients, en rassemblant les biens culturels, produits et services du quotidien en un seul lieu.

Grâce tout d'abord à la nouvelle identité architecturale "innovante, accueillante, chaleureuse et premium". Tous les éléments du magasin ont été repensés pour aller dans le sens du client : façade, agencement, mobilier, signalétique, digitalisation... L'enseigne proposera donc une multitude de services comme l'expédition de colis, la téléphonie, des offres enfants, sans oublier les traditionnels services : librairie, papeterie ou confiserie ainsi que des bornes FDJ ou PMU.

"En tant que premier commerce culturel de proximité, mais également quatrième enseigne en France, nous avons voulu réfléchir à une Maison de la Presse résolument actuelle, tournée vers ses clients", explique Arnaud Ayrolles, président du Groupe NAP. "Dans un monde en perpétuel mouvement, les commerces physiques doivent se réinventer rapidement et relever le défi de la digitalisation".

En juin 2018, sept nouvelles Maisons de la Presse ont déjà été déployées, affichant des performances jugées prometteuses par les dirigeants. L'objectif pour NAP est de réaliser 25 nouvelles ouvertures en 2018 et de parvenir à terme à un rythme de déploiement annuel de 130 à 150 Maisons de la Presse « Convergence ».

•