

Cinq questions à Francine Thébault, directrice des réseaux de vente de MLP



Dès demain, MLP publiera les premières données d'un nouvel observatoire des ouvertures et de la fréquentation des points de vente, alors que les presses sont autorisées à ouvrir malgré la fermeture de la plupart des commerces et les mesures de confinement de la population dans le cadre de la lutte contre l'épidémie de Covid-19. Les explications de Francine Thébault, directrice des réseaux de vente.

Pourquoi MLP a-t-elle décidé de mettre en place cet observatoire ?

Dans la situation sanitaire que connaît notre pays, il est prioritaire pour MLP d'informer régulièrement, de rassurer et d'orienter ses clients éditeurs, le réseau de vente et ses partenaires. Notre activité de distribution et de vente de la presse a été reconnue comme un maillon essentiel pour la démocratie et le lien social. C'est dans ce cadre que nous assumons notre pleine responsabilité dans la communication de données et de repères, pour qualifier l'évolution du marché et adapter le pilotage de la distribution à la situation actuelle. Nous pouvons compter sur notre système d'informations, notre maîtrise des data et nos experts du terrain qui nous remontent en continu toutes les informations nécessaires.

Concrètement, en quoi consiste l'observatoire, et quel est son périmètre ?

Nous mettrons à la disposition de nos éditeurs et du réseau, dès demain (le 20 mars, NDLR) sur le portail MLP, des données qui seront très régulièrement mises à jour pour permettre d'appréhender au mieux l'évolution du marché : décompte du nombre de points de vente ouverts par nature de réseau, mesure de la fréquentation des points de vente basée sur le nombre de tickets de caisse, et dynamique des ventes par famille merchandising. Le périmètre de notre observatoire est national et les informations seront segmentées par catégorie de magasins. Nous nous appuyons ainsi sur l'étude des remontées de caisse collectées sur plus de 17 000 points de vente. Côté fréquence, le périmètre de magasins ouverts sera communiqué quotidiennement. Quant à l'évolution de la fréquentation des magasins et la dynamique de vente propre à chaque univers merchandising, ces données seront communiquées sur le portail et mises à jour chaque mardi.

Quelles sont ses premières grandes conclusions ?

Nous y verrons plus clair quand les informations seront remontées dans nos systèmes, car il y a un décalage de 48 heures pour la mise à jour complète. A ce jour, nous estimons le nombre de fermetures à 12 % des points de ventes. Il s'agit d'une estimation d'après le déclaratif des dépôts auprès de notre équipe terrain. Sur les points de vente restés ouverts, à l'exception des Relay, nous avons constaté une dynamique positive avec un sursaut de fréquentation massif sur la journée du lundi 16 mars. Cela a profité en particulier aux titres des segments ado et musique, ludiques, enfants et people. La décision du confinement a cependant fortement freiné ce phénomène. Il est désormais difficile d'anticiper la réaction des consommateurs et donc celle des commerçants. Mais nous voulons porter le message d'encouragement des marchands à rester ouverts, pour assurer la mission d'information des citoyens, qui a été reconnue.

Les marchands doivent-ils s'attendre à des ruptures ou des perturbations dans les livraisons ?

Des perturbations pourront être constatées, mais MLP met tout en œuvre pour préserver et assurer la continuité des flux presse. Sur le plan logistique, la messagerie continue de fonctionner sans trop de heurts : nos équipes continuent d'assurer la réception, la préparation et la livraison des titres. Tous les dépôts de France sont eux impactés par les mesures de lutte contre l'épidémie, et les fermetures de points de vente en particulier. A cela s'ajoutent les contraintes de fonctionnement à effectif réduit, et les conditions de transport qui se sont dégradées. Mais concernant le groupement Alliance, le lien de collaboration régulière et organisée de MLP avec ce réseau de dépositaires indépendants améliore notre capacité d'anticipation, de réaction et d'adaptation. Enfin, côté éditeurs, il est clair que nos clients s'interrogent dans la situation actuelle. Cela dit, à ce jour nous ne constatons de suspensions ou de décalages de publications parmi nos éditeurs, mis à part quelques cas rares. Nos mises en diffusion sont supérieures de 2,5 % à l'année dernière, ce qui est conforme à nos prévisions.

Comment maintenez-vous le contact avec les marchands dans ce contexte bien particulier ?

Notre équipe de relation à distance avec le réseau répond chaque jour aux appels des marchands, et les rassure sur le sujet de la continuité des livraisons. Notre équipe de 20

délégués commerciaux, répartis sur l'ensemble du territoire, vient renforcer ce dispositif de soutien. Ce que je voudrais dire aux marchands ? Vous faites partie des rares commerçants à pouvoir garder votre magasin ouvert, ceci dans le cadre des dispositions prises par le gouvernement. C'est une chance pour vous et pour notre filière. Nous tenons à vous remercier pour votre action et vos efforts dans cette période complexe. Nous vous assurons de toute notre confiance et de notre détermination à vous accompagner au mieux.

UNION PRESSE - 16 place de la République - 75010 Paris - Tél. : 01 42 40 27 15 - [Contact](#) - [Mentions légales](#)

Source URL: <https://unionpresse.fr/cinq-questions-francine-thebault-directrice-des-reseaux-de-vente-de-mlp>