



## **MLP lance sa solution WEB TO STORE, pour accompagner la stratégie digitale des éditeurs et guider l'internaute jusqu'au point de vente presse**

*Saint-Quentin-Fallavier, le 21 mai 2014* - Internet s'est imposé comme une étape de recherche d'information, préalable à tout achat<sup>1</sup> dans le point de vente physique : c'est le principe du web to store. Attentive aux nouveaux usages et engagée pour le développement des ventes, MLP innove en créant un service destiné à guider les internautes jusqu'aux marchands de journaux disposant du magazine recherché. La solution WEB TO STORE MLP est une réponse clé en main, destinée à accompagner chaque éditeur de presse dans sa stratégie digitale, fidéliser les consommateurs et consolider la vente en kiosque. Les éditeurs bénéficient, pour la première fois, d'une solution personnalisée depuis leur site ou leurs réseaux sociaux, pour orienter leurs visiteurs vers les marchands de journaux.

### **Le nouveau module WEB TO STORE MLP : une solution pour tous les supports électroniques et mobiles**

L'éditeur assoit sa stratégie commerciale, d'une part sur la diffusion de son magazine dans les points de vente, d'autre part sur la présence de sa marque sur Internet. Site web, Facebook, Twitter, blog, forum, mailing, newsletter ... sont autant de canaux qui concourent à animer la relation entre la marque presse et sa communauté de lecteurs. La solution WEB TO STORE MLP est conçue pour fonctionner avec l'ensemble des supports électroniques adoptés par l'éditeur et permettre la recherche des points de vente presse, y compris sur tablettes et mobiles. Grâce à cette solution, l'internaute peut localiser les points de vente les plus proches de sa position géographique dans lesquels le magazine recherché est disponible.

### **Une solution personnalisable selon chaque marque de presse**

MLP conçoit, pour le compte de l'éditeur, un module de recherche personnalisé selon la charte graphique du magazine. Il s'adapte entièrement au design du site de l'éditeur, de manière à favoriser la navigation des internautes. C'est directement à partir du support web du magazine que les lecteurs bénéficient de ce service. Ce sont donc autant de modules web to store que de marques distinctes qui sont créés à l'image de chacun des magazines. Les éditeurs peuvent ainsi compléter leur offre web et répondre à l'interrogation de leurs clients : « Où trouver un exemplaire de mon magazine ? ». Ce service additionnel renforce la marque de presse et l'attachement de ses lecteurs.

### **Une solution accessible à tous les éditeurs avec une grande simplicité de mise en œuvre**

Le module MLP s'intègre très facilement dans les supports électroniques choisis par l'éditeur sans intervention d'un expert technique. Enfin, MLP en assure également la maintenance pour le compte de ses clients.

### **Créer une synergie entre le web et le commerce physique, transformer l'audience en ventes**

Aujourd'hui, lorsqu'il se déplace dans le point de vente physique, le consommateur a déjà démarré son parcours d'achat à partir du site du magazine et souhaite avoir la garantie de disponibilité du produit recherché et le réserver. La solution WEB TO STORE MLP assure la mise à jour quotidienne de cette information. Elle donne aussi un accès rapide aux coordonnées et ouverture du point de vente. La réservation d'un exemplaire est également possible directement par téléphone auprès du magasin.

**Née d'une volonté exprimée par les éditeurs, développée avec les clients pilotes et particulièrement CHARLIE HEBDO et GRAFFITIART, la solution WEB TO STORE MLP s'inscrit résolument dans les actions initiées par MLP pour dynamiser les ventes et créer du trafic en magasin.**

Réalisation pour nos éditeurs partenaires : <http://www.graffitiartmagazine.com/> et <http://www.charliehebdofr.fr/>

---

Messagerie nationale coopérative avec plus de 600 éditeurs, MLP distribue 3 800 publications de presse et travaille 1,4 millions d'exemplaires par jour. La messagerie livre quotidiennement 125 grossistes et dessert un réseau de 28 000 points de vente, dont un millier de diffuseurs à Paris. MLP a réalisé un chiffre d'affaires de 600 millions (prix de vente public). Au niveau 2, via ses dépôts et les membres affiliés au réseau Alliance dont il est l'Opérateur et qui compte 40 dépôts, MLP assure aujourd'hui 30% de la distribution nationale vers les points de vente, quotidiens inclus. [www.mlp.fr](http://www.mlp.fr)

**Contact presse :** Marie-Cécile RIGAULT  
04 74 82 14 37 - 06 09 90 45 35  
[rigault.mcecile@mlp.fr](mailto:rigault.mcecile@mlp.fr)  
Visuels sur demande

---

<sup>1</sup> Source : « Les comportements d'achats des internautes » étude Mediametrie//NetRatings et la FEVAD – juin 2013