

18/06/2021, Corporate

# Le PMU et le groupe NAP signent une convention inédite pour mutualiser leurs actions commerciales et accélérer leur développement commun

3 minutes de lecture





**Vendredi 18 juin 2021, le groupe NAP et le PMU ont signé à Lyon une convention inédite. Elle permettra de développer le maillage territorial et la clientèle du PMU en accélérant la diversification de l'offre de services et la modernisation des 1300 magasins sous enseignes Maison de la Presse et Point Plus du groupe NAP.**

A l'heure où les Français peuvent à nouveau retrouver l'ensemble de leurs commerces, le PMU et le groupe NAP s'engagent pour soutenir la dynamique de diversification des activités des commerçants et proposer ainsi aux français un maillage de points de vente locaux en phase avec leurs attentes et toujours plus garants du lien social.

Déjà forts de près de 500 points de vente de proximité proposant l'activité PMU, les deux groupes ont signé aujourd'hui une convention qui s'étend sur les 3 prochaines années, avec un objectif affiché de renforcer leur partenariat pour développer environ 60 nouveaux points de vente par an.

Cette convention comprend un dispositif inédit de développement commercial commun et la mise en œuvre de fortes synergies entre les équipes terrains des deux entités. Les forces de vente travailleront ainsi main dans la main, en croisant la data stratégique en provenance des deux écosystèmes pour détecter les zones à fort potentiel et y développer l'activité des commerçants de manière harmonieuse. Enfin, cette convention inclut la modernisation des points de vente identifiés avec l'intégration de dispositifs digitaux pour renouveler l'expérience de la clientèle ainsi qu'un renforcement de la visibilité du PMU dans le réseau NAP.

**Romain Rogister, Directeur des Réseaux Commerciaux du PMU a déclaré :**

*« Avec la signature de cette convention, nous sommes particulièrement heureux de consolider notre relation avec le Groupe NAP, en faveur du commerce de proximité et du lien social partout en France. L'activité de pari hippique est un vrai levier de croissance pour les commerçants du réseau NAP et le PMU a l'opportunité de diversifier sa clientèle ainsi que de densifier de manière homogène son réseau de partenaires. Par ses objectifs et les dispositions mises en œuvre, cette convention est une vraie*

*innovation pour le PMU en termes de développement commercial, et traduit notre ambition de travailler en proximité avec les acteurs de notre écosystème. Au-delà de la mécanique incitative qui est une première de notre côté, nous allons nous appuyer sur la complémentarité de notre réseau, de nos équipes commerciales et de nos expertises. »*

**Arnaud Ayrolles, Président du groupe NAP, a déclaré :**

*« Notre réseau de 1300 commerçants indépendants connaît une forte dynamique de ses ventes, grâce aux concepts architecturaux que nous déployons et au renouvellement de l'offre associée. Cela est très complémentaire à la stratégie du PMU qui est déjà présent dans un tiers de notre réseau. Nous partageons un même état d'esprit, nous nous engageons avec nos équipes à accompagner les commerçants pour dynamiser et renouveler le commerce de proximité. Cette collaboration permettra d'élargir la clientèle de nos adhérents en combinant divertissement et expérience digitale pour le consommateur. Ce positionnement de commerces multi-services en proximité est pour nous essentiel. »*



## **À propos du groupe NAP**

NAP est un groupe de distribution qui développe et anime le réseau d'enseignes Maison de la Presse, Mag Presse et Point Plus. Avec 1 300 points de vente partout en France et 800 000 clients par jour, le groupe NAP constitue le premier réseau de commerces culturels de proximité et la 36ème enseigne en France (source classement LSA 2018).

NAP accompagne les commerces pour se repositionner durablement dans le

paysage de la distribution de proximité. Plus largement, le groupe propose de nombreux produits et services à plus de 22 000 marchands de journaux et buralistes partout en France.

Créé par trois entrepreneurs toulousains en 2004, NAP est devenu en quelques années un acteur de référence dans le domaine de la distribution de proximité.

[www.groupe-nap.com](http://www.groupe-nap.com) / [www.maisondelapresse.com](http://www.maisondelapresse.com)

Partager

Contact PMU

département relations médias

**Contact Presse NAP :**

Christine Masurel – [cmasurel@groupe-nap.com](mailto:cmasurel@groupe-nap.com) – 07 87 36 53 61

**Contact Presse PMU :**

Gabriel Zeitlin – [gabriel.zeitlin@pmu.fr](mailto:gabriel.zeitlin@pmu.fr) – 06 64 33 32 19

À propos

Le PMU opère dans l'univers des jeux d'argent. Fidèle à son histoire et fier de sa mission, le PMU est un jeu de société et de sagacité qui crée des émotions et du lien dans un cadre responsable et de confiance.

Son activité principale consiste à organiser des paris sur des courses hippiques. Le PMU propose une gamme de paris qu'il commercialise en France (via son réseau de 13 200 points de vente, en hippodromes ou encore sur internet) et à l'international (avec plus de 100 partenaires dans 58 pays). Élément majeur de son identité, les paris hippiques en points de vente constituent près de 85% des enjeux du PMU. En complément, l'entreprise a su développer, et fortement consolider courant 2020 et début 2021, une offre de paris en ligne attractive et différenciante qui représente désormais plus de 15% de son chiffre d'affaires. Le PMU s'est également diversifié dans les paris sportifs et le poker lors de l'ouverture à la concurrence des jeux en ligne, à partir de 2010.

Le résultat net de son activité, 650 millions d'euros en 2020, est intégralement reversé aux sociétés organisatrices de courses. Le PMU a en effet la responsabilité de financer la filière hippique française, afin d'assurer sa pérennité et ses emplois directs et indirects.

Le PMU est un groupement d'intérêt économique (GIE). Ses 1200 collaborateurs sont répartis sur 23 sites en France métropolitaine et outre-mer.