

EDITIONS de la NAVIGATION du
RHIN/ Navigation Ports
Intermodalité

- **RAPPEL DE L'HISTORIQUE**

- **Septembre 2002:**

- Transfert du Siège du Consortium à la CCI de Mulhouse et remplacement de M.SCHEFFER comme Président du Consortium et comme Président du Conseil de Surveillance de la SARL ENR.
- Le Consortium possède 110 parts sur les 250 qui constitue le capital de la SARL.

- **Septembre 2004:**

Après la vente de son siège Quai König à Strasbourg, NPI s'installe au Port du RHIN

La revue NPI devient mensuelle et adopte une nouvelle maquette en quadrichromie.

- **Septembre 2007:**

Les perspectives de résultat et de trésorerie sont mauvaises. 3 conséquences:

- Diminution du capital de 30500 à 7500 euros
- Retrait de 3 associés:
VNF, Provoideau, Port de Strasbourg
- Entrée de 7 nouveaux associés (dont les 6 salariés et le Gérant)
- Augmentation de capital en numéraire de 7500 à 37500 euros

- **Octobre 2014**
- AGE qui décide:
 - la réorientation de NPI vers le numérique prioritaire (édition de « Canal NPI »)
 - l'effacement des pertes par une diminution de capital de 37500 à 6250 euros
 - une augmentation de capital en numéraire pour le porter à 10000 euros

EVOLUTION CHIFFREE

| Année (en K€) | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|--------------------|-------|-------|-------|------|------|-------|-------|------|
| Chiffre d'affaires | 307,9 | 287,1 | 261,0 | 312 | 302 | 309,5 | 310,8 | 356 |
| Résultat | 1,5 | 13 | -36,3 | 14,8 | 0,3 | -27,8 | -38,9 | 3,7 |
| Situation nette | 76,6 | 89,6 | 53,3 | 68,1 | 68,4 | 40,3 | 1,7 | 9,1 |

- **Les raisons de ces résultats**
- L'effritement des abonnements « papier »
- Une crise « culturelle » dans la presse spécialisée, sévèrement concurrencée par la recherche ciblée sur Internet
- La baisse des recettes publicitaires en raison de la mauvaise conjoncture économique
- L'invasion du numérique et la consommation de « news » à toute heure et en toute circonstance, sur de nouveaux supports.

- **La crise décennale du marché publicitaire**
- Les recettes publicitaires étaient en 2013 au même niveau qu'en 2004 en euros courants
- Mais la presse a perdu 1,8 Md de CA tandis que l'internet gagnait 2 Mds.
- Les dépenses des annonceurs comparées au PIB sont en baisse continue depuis 2000:
 - De 1,99% du PIB à 1,42% en 2013
 - Explication: les annonceurs réalisent beaucoup d'investissements dans leurs propres médias

- **Les raisons de croire « néanmoins » dans NPI**
- Par sa qualité incontestée, la revue fait partie du paysage du fluvial et les grands acteurs en ont conscience et la soutiennent
- Les journalistes ont pris le virage difficile du numérique avec succès et parviennent à assumer la double exigence (froid et chaud)
- La presse web est assurée par des non-pros qui n'apportent pas de valeur ajoutée aux infos provenant des agences ou du net

- Selon un rapport américain:
- L'industrie médiatique montre un sursaut d'énergie nouveau
- Les médias attirent 2 nouvelles catégories d'investisseurs:
 - Des pros du monde « High Tech »
 - Des philanthropes
- De nouveaux services apparaissent tels que les rubriques financées par des tiers.