



NEOPOST ONLINE REDEFINIT SON POSITIONNEMENT
MARKETING DANS LE CADRE DU TEST
DE SIMPLY PACKAGES™

**Cette décision entraîne une réduction du programme d'investissements
de Neopost Online en 2001-2002.**

Paris, le 5 juillet 2001

Neopost Online, filiale du Groupe Neopost, et pionnière dans le domaine des solutions d'affranchissement sur Internet, redéfinit son positionnement marketing dans la phase de test du projet Simply Packages mené aux Etats-Unis.

Le projet Simply Packages vise à associer la technologie et le confort d'Internet avec la présence pratique d'un réseau de points de service au sein de supermarchés. Il s'agit, pour l'expéditeur, de programmer l'envoi d'un colis depuis son ordinateur, à toute heure du jour et de la nuit, puis de le déposer au point de service dédié de son supermarché habituel, pour qu'il soit ensuite pris en charge par le transporteur de son choix. L'autre volet de Simply Packages permet au client de se faire livrer, au point de service le plus proche, plutôt que chez lui.

Les tests menés au cours des derniers mois dans près de 200 supermarchés des régions de Phoenix et de Denver ont validé la technologie et démontré l'intérêt d'un tel modèle pour les supermarchés et les consommateurs. L'expérience acquise au cours de ces tests amène Neopost Online à redéfinir son positionnement marketing : les supermarchés vont commercialiser le service sous leur propre nom et Neopost Online fournira le support technologique. Cette nouvelle approche permettra une meilleure présence locale et une meilleure visibilité pour le client tout en réduisant les coûts de marketing supportés par Neopost Online. Ce nouveau positionnement va être mis en place au cours des prochains mois et testé sur 3 marchés clés jusqu'à fin décembre 2001. En raison de ce changement de stratégie et du ralentissement économique, un déploiement national du projet Simply Packages est reporté à 2002.

Cette décision entraîne une limitation des dépenses chez Neopost Online. Légère en 2001, la réduction des dépenses devrait être plus visible en 2002. L'enveloppe initiale de 100 millions de dollars d'impact sur le résultat opérationnel sur trois ans sera limitée à environ 85 millions de dollars, soit 50 millions de dollars sur 2001-2002, dont moins de 35 millions de dollars en 2001. L'objectif d'atteindre l'équilibre opérationnel en 2003 est maintenu.

« Le nouveau positionnement de Simply Packages dans les supermarchés devrait être bénéfique à deux égards. Il rend le modèle marketing moins onéreux tout en renforçant notre présence dans les supermarchés et il nous permet de concentrer nos efforts sur l'infrastructure technologique nécessaire à Simply Packages et sur l'affranchissement via Internet (Simply Postage). », a déclaré David Crisp, Directeur Général de Neopost Online.

« Le rôle nouveau joué par les supermarchés est une preuve de leur intérêt. Les solutions technologiques de Neopost Online sont, quant à elles, développées en commun avec notre division « Logistics Systems » qui bénéficie de retombées positives. Neopost Online continue de jouer son rôle de laboratoire technologique pour l'ensemble du groupe » a ajouté Jean-Paul Villot, Président du groupe Neopost.

Neopost Online

Neopost Online est la filiale du Groupe Neopost qui développe des technologies Internet liées à l'affranchissement en ligne ou aux flux de colis. Neopost Online possède deux lignes de produits et de services : Simply Postage et Simply Packages. Neopost Online vise le marché des petites entreprises, des travailleurs à domicile et des particuliers.

Neopost

Neopost est le premier fournisseur européen et le deuxième fournisseur mondial d'équipement de salles de courrier.

Neopost offre des solutions les plus avancées en matière d'affranchissement en ligne ou en local, d'insertion de mailings volumineux, d'expédition de colis au coup par coup et de traçabilité logistique.

Basé en région parisienne, NEOPOST est présent directement sur les principaux marchés : Etats Unis, France, Royaume-Uni, Canada, Italie, Pays-Bas et Belgique.

Les produits de NEOPOST sont vendus dans 70 pays.

En 2000, NEOPOST a réalisé un chiffre d'affaires de 514 millions d'euros. NEOPOST est une société cotée au Premier Marché d'Euronext Paris et fait partie du SBF 120, du Next 150 et du MID CAC.

Pour plus d'informations, contactez :

. Gaële CHAGNAUD, Relations Investisseurs
Tel. 00 33 1 45 36 31 39
Fax. 00 33 1 45 36 30 30
e-mail ; g.chagnaud@neopost.fr

. Amélie STOBART, Weber Shandwick Worldwide
Tel . 00 33 1 53 32 09 00
Fax. 00 33 1 53 32 82 30
e-mail : astobart@webershandwick.com

Ou visitez notre site Web à l'adresse www.neopost.com.