

Les marchands de presse soignent leur plume

mer 05/03/2025 - 16:49



À l'aube du printemps, le réseau des marchands de presse connaît un renouveau. La "plume" jaune et rouge évolue et se transforme avec une nouvelle enseigne. Le symbole iconique de notre paysage français, modernisé à deux reprises, change tout en préservant l'héritage et la reconnaissance visuelle de la plume.

"Plus qu'un simple changement d'enseigne, cette initiative illustre un engagement collectif : celui de garantir aux marchands de presse un avenir en phase avec les attentes d'aujourd'hui, tout en restant fidèles à leur mission fondamentale de proximité et d'accès à l'information", indique Rachida Dati, ministre de la Culture, dans sa présentation de la nouvelle enseigne, qui a été dévoilée lors du congrès national de Culture Presse.

Une marque reconnaissable

Face à l'évolution des usages et face aux défis du secteur (numérisation des usages et de la presse, baisse du nombre de points de vente, concurrence accrue de nouveaux moyens d'information), le réseau des marchands de presse rajeunit ainsi son image tout en mettant en

valeur son rôle essentiel.

Parmi 40 propositions, le ministère de la Culture s'est tourné vers celle de Julie Soudanne (Jli Type Studio), Studio double (Pauline Vialatte de Pémille et Agathe Joubert) et Jacques Avena. Plus qu'un simple changement d'enseigne, la nouvelle plume aux matériaux plus durables et écologiques (aluminium) voit son design devenir plus doux, accessible et plus pictographique. Deux déclinaisons en version lumineuse et non lumineuse offrent la possibilité de s'adapter aux réglementations définies par le Code de l'environnement et aux besoins des marchands de presse. La forme verticale de l'enseigne prévoit de s'articuler naturellement avec les enseignes de tabac, FDJ, PMU, permettant des jumelages sans déséquilibre visuel.

Un soutien de longue date

Afin de soutenir le déploiement de la nouvelle enseigne "plume" sur l'ensemble du territoire, l'achat et l'installation de celle-ci bénéficieront d'un soutien majoré de l'État sur l'aide à la modernisation de 20 points de pourcentage en 2025 et 2026 (80 % en zone urbaine et 90 % en zone rurale). Un kit de fabrication clé en main est également prévu.

En 2022, le ministère de la Culture avait lancé en décembre un appel à candidatures pour repenser une nouvelle enseigne. Un jury avait sélectionné trois ou quatre candidats qui devaient concevoir un prototype. Chaque participant était rémunéré à hauteur de 5 000 euros.