union PRESSE

lun 02/11/2026 - 15:45

Chères consœurs, chers confrères,

Ce mois de novembre 2026 marquera le lancement de la 7? édition du Prix des lecteurs Culture Presse, en partenariat avec Le Livre de Poche. Sept ans déjà que des marchands de presse se mobilisent partout en France pour faire découvrir des livres, recruter des lecteurs-jurés et faire vivre une belle aventure littéraire au cœur de nos commerces. Sept ans que nous faisons la démonstration qu'un magasin de presse est bien plus qu'un lieu de vente : c'est un commerce de proximité, un lieu de conseil, de découverte et de partage.

En tant que marchande de presse, je suis particulièrement attachée à cette initiative, qui donne tout son sens à notre métier. Chaque jour, nous accueillons des clients aux habitudes et aux envies différentes. Nous les conseillons, nous les orientons et nous leur faisons parfois découvrir des ouvrages qu'ils n'auraient pas choisis spontanément. C'est cette relation de proximité, construite au fil du temps, qui fait la richesse de nos commerces. Avec ce prix, nous allons encore plus loin en permettant à nos clients de devenir acteurs de la vie littéraire et de partager leur passion pour la lecture.

Au fil des éditions, nous avons vu ce prix grandir et s'installer dans notre réseau. Les auteurs primés ont pu rencontrer des lecteurs aux profils variés, confirmant que la littérature est un

formidable vecteur de rencontres. Cette 7? édition est aussi l'occasion de faire évoluer notre dispositif, tout en restant fidèles à ce qui en fait la force : l'engagement des marchands, la participation des lecteurs et le soutien de notre partenaire, Le Livre de Poche.

Nous avons ainsi souhaité faire évoluer le nom du prix pour le rendre plus lisible et plus accessible au grand public. Le « Prix des lecteurs Culture Presse » devient le « Prix des lecteurs des magasins de presse ». Ce changement peut sembler simple, mais il traduit une volonté forte : mettre davantage en lumière nos commerces culturels de proximité. La marque Culture Presse est naturellement connue au sein de notre filière, mais notre ambition est aussi de faire connaître au grand public le rôle que jouent nos magasins dans l'accès à la culture.

Cette volonté de valoriser notre réseau se traduit également dans l'organisation du prix. Jusqu'à présent, les lecteurs-jurés recevaient leurs ouvrages par la Poste. L'année dernière, nous avons expérimenté une remise en magasin, après l'envoi d'une invitation au lecteur pour qu'il vienne récupérer ses livres chez son marchand de presse. Cette formule a été plébiscitée par les professionnels comme par les lecteurs qui ont pu la tester. Elle favorise les échanges, crée des occasions de rencontre et renforce le lien entre le commerçant et son client. Nous avons donc décidé de généraliser cette démarche : désormais, les jurés recevront leurs livres deux par deux, directement dans leur magasin de presse.

Je crois profondément à l'importance de ces initiatives qui permettent de faire vivre nos commerces autrement. Dans un contexte où les habitudes de consommation évoluent, nous devons continuer à démontrer la richesse de notre métier et la place essentielle de nos points de vente dans la vie quotidienne des Français. La proximité n'est pas seulement une question de distance : elle se construit dans l'accueil, le conseil et toutes ces petites attentions qui donnent envie de revenir. Le Prix des lecteurs des magasins de presse contribue pleinement à faire vivre cette relation.

Les lecteurs-jurés vont maintenant découvrir les ouvrages, confronter leurs impressions et voter pour celui qui les aura le plus convaincus. Nous attendons avec impatience de connaître le lauréat de cette édition, qui recevra son prix lors du Congrès Culture Presse, en mars prochain, devant des professionnels de notre filière et des représentants des lecteurs.

Je tiens à remercier notre partenaire Le Livre de Poche, ainsi que l'ensemble des marchands qui s'investissent dans cette aventure et contribuent, édition après édition, à son succès. C'est grâce à cet engagement collectif que nous pouvons faire grandir ce prix et renforcer la visibilité de nos commerces culturels.

J'ai hâte de découvrir le lauréat et de voir ce livre trouver sa place dans nos magasins. Car, au-delà du prix littéraire, c'est une belle histoire que nous continuons d'écrire ensemble : celle de marchands engagés, de lecteurs curieux et de commerces de proximité qui font vivre la culture au quotidien.

Manuela Assunçao
Secrétaire Nationale de Culture Presse