



ASSEMBLÉE NATIONALE

17ème législature

Conséquences financières et environnementales du projet « Une plume renouvelée »

Question écrite n° 5181

Texte de la question

M. Julien Odoul interroge Mme la ministre de la culture sur la pertinence et les implications du projet de changement d'enseignes des marchands de presse. Le 5 mars 2025, lors du congrès de Culture Presse, le ministère de la Culture a dévoilé l'initiative « Une plume renouvelée pour les marchands de presse », visant à modifier l'identité visuelle des points de vente de presse. Alors que le secteur traverse une crise profonde, cette mesure soulève de nombreuses interrogations quant à son utilité réelle et ses conséquences financières et environnementales. Tout d'abord, d'un point de vue écologique, remplacer des enseignes encore en bon état suppose la production, le transport et l'installation de milliers de nouveaux panneaux, générant un impact environnemental certain. À l'heure où le Gouvernement affirme faire de la transition écologique une priorité, comment justifier une initiative qui engendre un tel gaspillage de ressources ? Une étude d'impact a-t-elle été menée pour mesurer l'empreinte carbone de cette opération et prouver qu'elle s'inscrit réellement dans une démarche durable ? Sur le plan financier, cette réforme apparaît tout aussi discutable. La filière de la presse connaît un effondrement structurel : les ventes de journaux ne cessent de chuter et les fermetures de points de diffusion s'accroissent. En 1997, la France comptait 34 000 buralistes ; ils ne sont plus que 23 500 en 2022 et ce déclin se poursuit. Dans un tel contexte, pourquoi l'État privilégie-t-il un changement d'enseignes au lieu de concentrer ses efforts sur la survie économique des marchands de presse ? Quel est le coût réel de cette opération, qui en assumera la charge et comment son financement est-il réparti entre l'État et les diffuseurs déjà en difficulté ? Face à la polémique croissante, le ministère de la culture a réagi sur X le 8 mars 2025 en assurant que cette nouvelle enseigne avait été « demandée par les marchands de presse », qu'elle était « modernisée, écologique » et qu'elle « ne générerait aucun surcoût », tout en rappelant que le secteur avait contribué à l'effort budgétaire à hauteur de 15 millions d'euros. Cette déclaration ne répond pourtant pas aux principales interrogations : comment une réforme impliquant la production et l'installation de milliers d'enseignes pourrait-elle ne générer aucun coût supplémentaire ? Qui a réellement demandé cette réforme et en quoi répond-elle aux priorités des professionnels du secteur ? Enfin, ce projet est présenté comme un levier de modernisation du réseau de distribution. Or aucun élément ne permet d'affirmer qu'un simple changement d'enseigne suffira à enrayer la crise de la presse écrite. Existe-t-il une étude d'impact prouvant que cette initiative renforcera la fréquentation des points de vente et aura une incidence significative sur la pérennité des marchands de presse ? Il lui demande donc d'exposer les justifications budgétaires et environnementales de cette réforme, de clarifier les bénéfices attendus pour un secteur en grande difficulté et d'expliquer en quoi cette initiative constitue une priorité.

Données clés

Auteur : [M. Julien Odoul](#)

Circonscription : Yonne (3^e circonscription) - Rassemblement National

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 5181

Rubrique : Presse et livres

Ministère interrogé : [Culture](#)

Ministère attributaire : [Culture](#)

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [18 mars 2025](#), page 1696