Culture Presse
Union des commerçants des loisirs et de la presse

Le chantier de la rémunération est lancé !

lun 03/07/2023 - 15:27

Chère consœur, cher confrère,

Nul besoin de trop détailler ici ce que chacun sait : la rémunération de notre activité presse est notoirement insuffisante. C'est vrai par rapport à nos homologues européens, et c'est vrai aussi par rapport à d'autres produits ou secteurs du commerce. La faiblesse de la rémunération par rapport aux contraintes du métier conduit certains d'entre nous à continuer d'être commerçants tout en cessant d'être marchands de presse… C'est une évolution mortifère.

L'appel à la profession que j'ai lancé en mars dernier lors du Congrès annuel de Culture Presse a été entendu par notre régulateur. Celui-ci vient en effet de lancer deux consultations publiques. La première, ouverte jusqu'à la mi-juillet, porte sur la révision à court terme de nos seuils de majoration. L'objectif est ici d'arrêter l'hémorragie de certains d'entre nous qui perdent leur spécialisation en raison de la baisse structurelle des ventes, ou qui voient leurs compléments de rémunération baisser graduellement.

La seconde consultation, ouverte jusqu'à la mi-octobre, porte sur les évolutions de moyen terme à apporter aux conditions de notre rémunération. Il s'agit, ni plus ni moins, de bâtir le système de rémunération de demain !

Sur ces deux sujets, la contribution de Culture Presse est attendue. Votre organisation est au travail, et j'ai d'ores et déjà demandé à tous les représentants Culture Presse de me faire remonter leurs propositions, ainsi que celles de leurs confrères et consœurs. Cette phase préparatoire stratégique va nous permettre de dresser un constat objectif et complet, et de bâtir des propositions qui seront à la fois constructives, réalistes et innovantes. Culture Presse sait agir avec responsabilité, ténacité et exigence dans un cadre de négociation toujours difficile.

La pérennité de notre métier, et donc de la vente au numéro, dépendra de la capacité des acteurs de la filière à prendre en compte l’intérêt général de leur réseau partagé afin que la presse continue à être exposée et vendue par des marchands spécialistes et mobilisés, et surtout plus nombreux !