Culture Presse
Union des commerçants des loisirs et de la presse

Rapport Schwartz : positionnements de Culture Presse

ven 27/07/2018 - 17:24

Suite à la présentation, ce jeudi, du rapport de Marc Schwartz aux parties prenantes, Culture Presse revient sur les points essentiels pour les marchands de presse.

Notre organisation est soulagée que le rapport soit enfin sorti et rendu public. La phase de concertation qui s'ouvre à présent sera cruciale pour continuer à exprimer l'avis des marchands de presse. Sur le contenu du rapport :

- Les principes fondateurs de la loi Bichet sont réexprimés, ce qui est très satisfaisant, alors que la possibilité d'une dérégulation totale voire d'une suppression avait été entendue çà et là. Ainsi le pluralisme, l'impartialité et la liberté de la presse restent garantis par la future loi : cela correspond aux attentes de Culture Presse.

- La régulation sera probablement confiée à l'Arcep. Un hommage est rendu au tandem CSMP-ARDP, pour son travail et les décisions structurantes qui ont été prises en son sein. Tous les acteurs de la presse y étaient représentés, y compris les marchands avec les 2 sièges de Culture Presse. Dans la proposition de M. Schwartz, à l'Arcep serait adossé un comité consultatif, ce qui serait une bonne chose afin d'éclairer l'institution sur les dossiers que nous connaissons bien.

- L'instauration d'un droit à être distribué est essentiel, afin que le produit presse ait largement accès à notre réseau.

- Le fait de mieux définir le champ d'application de la loi est pour Culture Presse une proposition en totale accord avec ses positionnements. En effet nous avons amplement plaidé pour mieux définir le produit presse, préalable nécessaire à un assortiment cohérent. La définition IPG + CPPAP est la meilleure option selon Culture Presse.

- Enfin, l’assortiment est réinscrit dans le projet, ce qui est évidemment une bonne chose, et Culture Presse n’a eu de cesse de le réclamer. Le texte le décrète même comme une « urgence », afin d’insuffler une nouvelle dynamique commerciale au réseau. L’enjeu pour Culture Presse étant qu’il soit effectivement mis en application : l'Arcep devra y veiller.

Globalement, Culture Presse a été entendue par le rédacteur du rapport. Les discussions ne sont pas finies et le travail sur ce projet se poursuit pour notre organisation professionnelle.