Culture Presse
Union des commerçants des loisirs et de la presse

Culture Presse, l'organisation des marchands de journaux

Culture Presse est une organisation professionnelle, un syndicat patronal relativement jeune (40 ans), fondée en 1970, qui a intégralement structuré le métier de marchand de presse.

Elle représente les marchands de presse spécialistes et indépendants et oeuvre pour la défense et la promotion de ce métier. Son objectif est d'améliorer les conditions d'exercice du métier de marchand de presse.

Elle est la seule organisation représentative des marchands de journaux au plan national avec plus de 16 000 adhérents.

Elle possède un poids politique et une aura considérable dans la filière : elle est l'unique interlocuteur des pouvoirs publics et des acteurs de la presse imprimée.
Défendre les intérêts des commerçants de la presse

Au sein de la filière de la presse imprimée et de sa distribution, Culture Presse a un rôle d'influenceur et de porte-parole de la vente au numéro et du métier de marchand, apportant son expertise et se constituant comme source d'informations. Son action s'organise autour de trois axes :
1. La défense des intérêts du marchand de presse dans son métier au quotidien et son accompagnement.

Interlocuteur incontournable dans sa branche d'activité, Culture Presse intervient quotidiennement auprès des acteurs de la filières presse afin de répondre aux difficultés rencontrées par les commerçants de presse dans la pratique quotidienne de leur métier (qualification des produits, livraisons…). Culture Presse apporte aussi de l'information aux marchands, du conseil et de la connaissance utile pour améliorer la pratique du métier. Enfin, l'organisation représente les marchands, et défend leurs intérêts, auprès des pouvoirs publics et des interlocuteurs des commerçants. Elle contribue à faire évoluer le métier, son économie et ses conditions d'exercice (rémunération, trésorerie, conditions de facturation…).
2. La valorisation du métier de commerçant de presse

...qui passe par un accompagnement du réseau dans la formation, l'animation commerciale, le service au consommateur, l'abolition des frontières entre le commerce physique et les nouvelles formes de commerce issues du numérique, l'informatisation…

En tant que représentant du réseau, Culture Presse assure également une mission permanente de valorisation du métier de commerçant de presse. Un métier au service d’un produit "pas comme les autres". Le marchand de journaux assure au quotidien le libre accès de tous les citoyens à l’information et à la culture, et garantit la liberté de la presse.

3. La valorisation du produit presse

...et au-delà, la promotion de la lecture et du livre auprès des citoyens particulièrement du jeune public, font aussi partie des actions de Culture Presse. Dans ce cadre, Culture Presse est associée à de nombreuses opérations (Semaine de la Presse et des Médias dans l’Ecole par exemple), dont certaines à sa propre initiative ou à celle de ses adhérents.

Une centrale de services

Culture Presse conçoit son rôle comme celui d’une centrale de services. Dans cet esprit, elle propose au réseau de vente de nombreux services allant de l’assistance juridique et comptable, à l’accès à des contrats d'assurance spécifiques à l'activité de commerçant indépendant, en passant par un contrat d’approvisionnement en papeterie ou encore l'aide à la préparation de la retraite... Et d’autres services comme l’achat groupé d’énergie, l'activité colis au sein du point de vente, etc. Voir dans le menu, l'onglet "Boite à outils / Partenaires pour votre commerce."

Adhérente à la Confédération des commerçants de France (CDF), elle s'attache à défendre le commerce de proximité, au sein duquel évoluent les marchands de presse. Elle y fait entendre la voix des commerces indépendants de biens culturels de proximité, participe aux réflexions et aux actions qui permettent de défendre le petit commerce.

Culture Presse développe ainsi, autour du marchand de journaux, un éco-système de partenariats et de services et crée, grâce à la force collective de son réseau d'élus, les conditions d'un avenir pour la presse imprimée.
