

## Communiqué de presse



### Contacts presse

Département de l'information et de  
la communication  
01 40 15 74 71  
service-presse@culture.gouv.fr

Association des Maires de France  
Marie-Hélène Galin  
01 44 18 13 59  
mhgalin@amf.asso.fr

Conseil supérieur des messageries  
de presse  
Guy Delivet  
01 55 34 75 84  
gdelivet@csmp-presse.fr

[www.culture.gouv.fr](http://www.culture.gouv.fr)

**Frédéric Mitterrand, ministre de la Culture et de la Communication, Jacques Pélissard, président de l'Association des Maires de France, et Jean-Pierre Roger, président du Conseil Supérieur des Messageries de Presse, s'engagent en faveur du développement du réseau de kiosques de presse**

Frédéric Mitterrand, Jacques Pélissard, et Jean-Pierre Roger ont signé, mardi 22 mars 2011, une convention formalisant leur engagement à mettre en commun leurs efforts en faveur du développement du nombre de kiosques. L'objectif est de préserver la capillarité d'un réseau de vente qui contribue à la diversité de l'offre de presse et au pluralisme de l'information.

Cette convention s'inscrit dans la continuité des travaux menés en 2010 à la suite d'un rapport de l'Inspection Générale des Affaires Culturelles relatif aux conditions de la création de points de vente de la presse écrite. La publication de ce rapport avait alors donné lieu à la constitution de deux groupes de travail chargés, l'un, de simplifier les modalités d'installation des kiosques à journaux sur le domaine public et, l'autre, d'identifier les conditions financières propres à permettre la mise en œuvre d'un plan d'installation de 320 nouveaux kiosques d'ici fin 2012.

Le kiosque de presse est une réponse significative à la crise du commerce traditionnel. Installé sur la voie publique en accord avec les municipalités, il ne subit pas la pression croissante des prix fonciers et peuvent par ailleurs s'installer au carrefour les plus fréquentés, au plus près des besoins des acheteurs. Cette souplesse d'installation, combinée à un modèle économique soutenu par des recettes publicitaires complémentaires explique en partie le dynamisme d'un réseau homogène fort de plus de 760 points de vente répartis dans 160 communes.

Mais si les kiosques ont démontré qu'ils répondaient aux enjeux du commerce culturel de proximité, la création de nouveaux points de vente reste encore entravée par la durée excessive des procédures d'implantation. Au travers de cette convention, les signataires s'engagent donc à œuvrer en faveur d'une procédure unifiée sur le territoire qui permettra de clarifier les règles applicables en matière d'installation de kiosques, et de réduire les délais procéduraux constatés pour toute nouvelle implantation. Cette meilleure lisibilité des règles applicables devrait faire l'objet à terme d'une meilleure information des collectivités territoriales au travers d'une charte diffusée auprès des communes françaises.

La convention formalise par ailleurs l'engagement des éditeurs de presse et des pouvoirs publics à soutenir et à développer l'activité économique des kiosquiers, notamment par une diversification de leurs ressources, ainsi qu'à favoriser l'implantation de nouveaux points de vente. Ce deuxième engagement a fait l'objet d'une première enveloppe du ministère de la Culture et de la Communication grâce aux crédits consacrés par le Fonds de Modernisation de la Presse (FDM) à l'installation 27 nouveaux kiosques en 2010. Ce co-financement du FDM et des éditeurs doit faire l'objet d'une nouvelle contribution publique de 2 millions d'euros au cours des deux prochaines années.

Paris, le 22 mars 2011