



ASSEMBLÉE NATIONALE

17ème législature

Coût et pertinence de la modernisation de la « plume »

Question écrite n° 5182

Texte de la question

M. Sébastien Chenu interroge Mme la ministre de la culture sur le projet de modernisation de l'enseigne emblématique des marchands de presse, plus communément appelée la « plume », un symbole historique et reconnu des points de vente de presse en France depuis les années 1950. Bien que cette enseigne ait connu plusieurs évolutions au fil des décennies, le dernier changement de *design*, présenté comme une nécessité pour répondre aux mutations du secteur, soulève plusieurs interrogations. M. le député relève que Mme la ministre a précisé que cette révision du *design* visait à répondre aux défis actuels du secteur, notamment la numérisation des usages et la concurrence accrue des nouveaux moyens d'information. Toutefois, dans un contexte économique marqué par des déficits publics et une dette nationale records, une telle dépense peut-elle être justifiée ? En effet, sous les gouvernements successifs d'Emmanuel Macron, la gestion des finances publiques a été marquée par une gestion calamiteuse, amplifiant considérablement les déficits et creusant la dette publique à des niveaux jamais atteints dans l'histoire récente dans le pays. Dans ce cadre, M. le député se demande si la priorité doit vraiment être donnée à la modernisation d'un logo plutôt qu'à des mesures ayant un impact direct sur la survie du secteur de la presse. M. Sébastien Chenu souligne également que la « plume » était déjà un symbole largement reconnu et identifié par le public, et il doute que son renouvellement visuel soit un levier pertinent pour répondre aux difficultés structurelles du secteur de la presse, qui sont bien plus complexes que la simple question d'un logo. Il souhaiterait donc savoir quel est le coût global de cette opération, comprenant à la fois la conception du nouveau *design* et l'installation des nouvelles enseignes dans les points de vente. Dans ce contexte de crise budgétaire, M. le député interroge Mme la ministre sur la priorité de cette dépense publique. La presse française traverse une crise bien plus profonde, et il semble plus pertinent d'affecter ces fonds à des mesures concrètes pour soutenir la production, la diffusion et la transition numérique des médias, plutôt qu'à une modernisation esthétique des enseignes. Ne serait-il pas plus raisonnable de se concentrer sur des actions qui auront un véritable impact sur la pérennité du secteur plutôt que de céder à une forme de *marketing* coûteux qui ne répond pas aux vrais enjeux ? Enfin, il l'interroge sur l'efficacité de ce changement d'enseigne face à une problématique bien plus vaste : la presse traditionnelle en France souffre-t-elle réellement d'une identification visuelle insuffisante, ou est-ce plutôt la question de sa place et de sa pertinence dans un monde numérique qui doit être abordée en priorité ? Dans ce cadre, il souhaite savoir si la modernisation de l'enseigne représente une réponse véritablement adaptée aux défis du secteur, ou si elle s'apparente à un pur effet de communication, déconnecté des véritables enjeux auxquels fait face la presse en France.

Données clés

Auteur : [M. Sébastien Chenu](#)

Circonscription : Nord (19^e circonscription) - Rassemblement National

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 5182

Rubrique : Presse et livres

Ministère interrogé : [Culture](#)

Ministère attributaire : [Culture](#)

Date(s) clé(s)

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