

# Le pass Culture débarque dans les enseignes du Groupe NAP

Charenton-le-Pont, le 17 juin 2024

Lancé en 2019, le pass Culture est un dispositif gouvernemental qui a pour but de renforcer et diversifier les pratiques culturelles des 15-20 ans. Les jeunes utilisateurs bénéficient d'un montant crédité sur une application gratuite et géolocalisée. Cette somme leur permet de découvrir des lieux culturels autour d'eux : cinémas, théâtres, salles de spectacle, musées..., s'initier à de nouvelles pratiques artistiques et profiter de nombreuses offres : podcasts, livres, abonnements à des services de streaming... En faisant son entrée dans les enseignes Maison de la Presse et Point Plus, il franchit une étape supplémentaire afin de rendre la culture accessible à toutes et tous sur tout le territoire.

## Culture pour tous, Culture partout : avec Maison de la presse et Point Plus, le pass Culture s'ancre encore davantage dans les territoires

4<sup>e</sup> réseau de vente de livres en France (voir ci-dessous) les enseignes du Groupe NAP jouent un rôle crucial dans l'économie du livre et la diffusion des biens culturels littéraires en France. L'annonce de l'éligibilité de ses enseignes au pass Culture est accueillie avec beaucoup d'enthousiasme par les commerçants du réseau et représente également une évolution réjouissante pour une grande partie du public visé. Si la volonté affichée de cette initiative à ses débuts est "de mettre à disposition des jeunes un nouveau dispositif favorisant l'accès à la culture afin de renforcer et diversifier les pratiques culturelles, et révélant la richesse des territoires", l'annonce de son élargissement aux enseignes du Groupe NAP en est une évolution significative. En effet, présents sur tout le territoire y compris en ruralité, les Maison de la Presse et Point Plus incarnent les premiers commerces culturels de proximité de l'hexagone. Si le réseau compte plus de 1200 points de vente avec une offre librairie, tous ne seront pas directement capables d'offrir les avantages du pass Culture. En effet, ce dernier sera offert uniquement dans les magasins de l'enseigne proposant une capacité de conseil auprès des jeunes et équipés d'un système d'encaissement connecté au pass Culture. Le magasin sera ensuite sélectionné après analyse de son offre librairie.

"Pour nos commerçants sous enseignes, pour la jeunesse et pour la culture, c'est une excellente nouvelle. La diffusion de l'offre culturelle ne doit pas connaître d'obstacle."

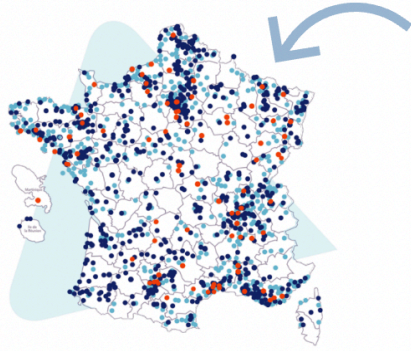
Arnaud Ayrolles, Président du Groupe NAP

## Le livre... En attendant la presse papier ?

Bien culturel comme un autre, la presse comptait jusqu'en 2023 parmi les oubliés du pass Culture. Mais depuis le 7 juin de cette même année, un arrêté ministériel change la donne. En effet, il est désormais stipulé que les "Abonnements et achats de titres de presse sous forme numérique" sont éligibles au pass Culture. La seule condition à remplir est de figurer "dans la liste des publications IPG, presse d'information jeunesse, arts et lettres, Histoire, Sciences". La généralisation de cette mesure à tous les titres de presse CPPAP dans leur version papier est fortement attendue par le grand public et nos commerçants.

"Puisque le pass Culture "a pour objectif d'encourager la rencontre entre les partenaires culturels et les utilisateurs", nous serions heureux de le voir faire son entrée chez les marchands de presse pour favoriser l'achat de presse papier et non pas uniquement la presse numérique. En plus d'être cohérent avec l'objectif du pass Culture de favoriser une offre physique, ce serait un signal fort de confiance et de soutien envoyé aux marchands de presse, qui sont un maillon essentiel de la distribution de l'offre culturelle en France."

Arnaud Ayrolles, Président du Groupe NAP



Mapping de la présence des enseignes du Groupe NAP en France.

**800K**  
visiteurs par jour

**17%**

du chiffre d'affaires de la presse en France



**4e**

réseau de vente de livres en France



## À PROPOS DU GROUPE NAP

*NAP est un groupe de distribution qui développe et anime le réseau d'enseignes Maison de la Presse Mag Presse et Point Plus. Avec 1 200 points de vente partout en France et 800 000 clients par jour, le groupe NAP est la maison mère du premier réseau de commerces culturels de proximité en France. Acteur leader de la distribution de proximité, NAP accompagne les commerces dans leur positionnement et renforce leur implantation sur le territoire national. Par ailleurs, le groupe propose de nombreux produits et services de diversification à plus de 22 000 marchands de journaux et buralistes, partout en France, afin de répondre aux besoins d'innovation et de modernisation du commerce de proximité.*