

Prix Maison de la Presse



42
ANS
de
prix
maison
de la
presse

Historique C'est en 1970 que le SNDP (Syndicat National des Dépositaires de Presse) fonde un prix littéraire grand public : le Prix des Maisons de la Presse. A cette époque, les dépositaires de presse étaient tous propriétaires d'un magasin de détail, situé au cœur des cités, à l'enseigne « Maison de la Presse ». Ces magasins de proximité sont bien connus du grand public puisqu'ils constituent la référence culturelle des centres ville. Au début des années 1990, la Seddif, filiale de Presstalis, a eu en charge de dynamiser ces magasins d'excellence en créant une nouvelle architecture appelée « concept Maison de la Presse ». C'est pourquoi, le SNDP a décidé de s'associer à la Seddif, qui anime désormais 700 Maisons de la Presse au nouveau concept. Ces magasins sont tous détenus par des commerçants indépendants et sont répartis sur l'ensemble du territoire national. Ce réseau constitue, actuellement, le premier réseau culturel de proximité à promouvoir à la fois la presse et le livre.

Caractéristiques Le Prix Maison de la Presse distingue une œuvre originale, la qualité d'une écriture, la singularité d'un auteur et le degré de complicité que celui-ci entretient avec ses lecteurs. L'objectif de ce prix est de rendre accessible le livre primé auprès d'un large public. Parmi les auteurs récompensés par le passé, signalons des écrivains qui sont devenus des auteurs de renom tels qu' en 1973 René Barjavel pour son livre *Le grand secret*, en 1979 Jeanne Bourin pour *La Chambre des dames*, en 1984 Michel Déon pour *Je vous écris d'Italie*, en 1998 Bernard Clavel pour *Soleil des morts*, en 2005 Pierre Assouline pour *Lutetia*.

Déroulement

- **Décembre 2011** : Contact avec quelques 40 éditeurs
- **29 février 2012** : Clôture de réception des ouvrages
- **16 mars 2012** : Sélection de 12 titres
- **6 avril 2012** : Sélection de 6 titres
- **4 mai 2012** : Clôture des votes
- **23 mai 2012** : Cérémonie du Prix Maison de la Presse
- **Dès le mois de mai 2012** : PLV et affichages sur les points de vente (caisses et vitrines), suivi communication médias par une attachée de presse (*Livres Hebdo*, *Le Figaro*, *L'Express*, *Les Clés de la presse*, *JDD*, *Femme Actuelle*, *Presse News...*), articles dans *la Tribune de la Vente* tout au long de la sélection, dédicaces de l'auteur à travers la France durant l'été.