

N° 1429

ASSEMBLÉE NATIONALE

CONSTITUTION DU 4 OCTOBRE 1958
QUATORZIÈME LÉGISLATURE

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 10 octobre 2013.

AVIS

PRÉSENTÉ

AU NOM DE LA COMMISSION DES AFFAIRES CULTURELLES ET DE
L'ÉDUCATION SUR LE PROJET DE LOI *de finances pour 2014*,

TOME VI

MÉDIAS, LIVRE ET INDUSTRIES CULTURELLES

PRESSE

PAR M. RUDY SALLES,

Député.

SOMMAIRE

	Pages
INTRODUCTION	5
PREMIÈRE PARTIE : UN RECU BRUTAL DU SOUTIEN PUBLIC À LA PRESSE	9
A. UNE MODIFICATION DE PÉRIMÈTRE QUI NUIT À LA LISIBILITÉ DES MOYENS	10
B. LES AIDES À LA DIFFUSION : UNE REMISE EN CAUSE SANS REMISE EN COHÉRENCE	11
1. Les trois canaux de diffusion de la presse en France	11
2. L'aide au transport postal : une remise en cause brutale que le secteur ne pourra supporter sans dommages	12
a. 20 millions d'euros de crédits gelés en 2013	13
b. Pour 2014, une réfaction de 50 millions d'euros pour ajuster l'impact du crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi sur La Poste	13
c. La suppression brutale de la compensation du moratoire sur les augmentations de tarifs	13
3. L'aide au portage de la presse : la diminution de 20 % en deux ans d'une aide capitale pour l'avenir de la presse	15
4. La compensation de l'exonération de charges patronales pour les vendeurs-colporteurs de presse : une augmentation en trompe-l'œil	16
5. L'aide à la distribution de la presse quotidienne nationale d'information politique et générale : le soutien à Presstalis	17
6. La suppression de la réduction du tarif SNCF pour le transport de presse sans reversement des crédits correspondants au fonds stratégique pour le développement de la presse	18
7. Le soutien aux diffuseurs de presse	18
C. UNE RÉFACTION SUR LES AIDES AU PLURALISME	19
D. DES AIDES À LA MODERNISATION EN DIMINUTION	21
1. L'aide à la modernisation sociale de la presse quotidienne d'information politique et générale : un chiffre revu à la baisse	21
2. Le fonds stratégique pour le développement de la presse : une « priorité budgétaire » en diminution de plus de 20 % en deux ans	21
E. LA DOTATION DE L'AGENCE FRANCE-PRESSE ET LES ENJEUX DU FUTUR CONTRAT D'OBJECTIFS ET DE MOYENS	22

DEUXIÈME PARTIE : LA PRESSE QUOTIDIENNE RÉGIONALE	25
I. ATOUTS ET DIFFICULTÉS DE LA PRESSE CITOYENNE DE PROXIMITÉ ...	25
A. DES ATOUTS INCONTESTABLES	25
1. Le premier vecteur d'information du pays.....	25
2. Une presse qui s'adapte aux mutations de son environnement.....	25
a. L'adaptation de l'outil de production	25
b. La transition numérique	26
3. Une presse favorisée par son modèle de distribution.....	27
B. DES DIFFICULTÉS CROISSANTES	28
1. La crise de la diffusion et du marché publicitaire.....	28
2. Un système d'aides qui n'est pas favorable à la PQR.....	30
II. TROIS ENJEUX MAJEURS POUR L'AVENIR	33
A. LA RECHERCHE D'UN MODÈLE DE DÉVELOPPEMENT DANS L'UNIVERS NUMÉRIQUE QUI PASSE PAR L'APPLICATION D'UN TAUX DE TVA SUPER RÉDUIT	33
1. Un modèle de développement qui reste à trouver.....	33
2. Une mutation freinée par le taux de TVA applicable à la presse en ligne	34
B. UNE RÉFORME GLOBALE DES AIDES À LA DISTRIBUTION VISANT L'EFFICACITÉ, LA TRANSPARENCE ET L'ÉQUITÉ DE L'INTERVENTION DE L'ÉTAT	35
1. L'aide au portage : une aide qui fait l'objet de critiques infondées	36
a. Un mode de calcul inutilement complexe et modifié en permanence	36
b. Un bilan résolument positif en dépit d'un contexte défavorable.....	38
2. Des aides à la diffusion réparties de manière irrationnelle, opaque et inéquitable...	39
3. À terme, mettre en place une aide unique et neutre à la distribution, en lieu et place des régimes d'aides existants.....	40
4. À court terme, la nécessité de garantir un mode de calcul équitable et lisible de l'aide au portage.....	40
a. Un mode de calcul qui entraîne des distorsions contraires à l'équité.....	40
b. Les annonces du Gouvernement laissent envisager une forte aggravation de ces distorsions	43
c. Étendre le bénéfice de l'exonération de vendeurs colporteurs au portage des magazines.....	45
C. LA CONQUÊTE DU LECTORAT JEUNE ET DE NOUVEAUX PUBLICS ...	45
TRAVAUX DE LA COMMISSION	49
AUDITION DE LA MINISTRE	49
EXAMEN DES CRÉDITS	49
ANNEXE : LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES	61

INTRODUCTION

« Érosion continue du lectorat, déclin prolongé de la diffusion, réduction régulière du nombre de points de vente, diminution sensible du chiffre d'affaires des ventes, transfert significatif des recettes publicitaires vers d'autres supports dans un contexte de crise économique et de fragmentation de l'offre médiatique, l'écosystème de la presse écrite est engagé dans une spirale préoccupante. Les constats opérés à partir du second semestre 2012 font même ressortir une possible tendance à l'amplification de ces évolutions – une forme de « rupture » – qui peut à présent laisser craindre les plus graves difficultés. »

Ce constat préoccupant, dressé en avril 2013 par le groupe de travail sur les aides à la presse mis en place par la Ministre de la culture et de la communication ⁽¹⁾, est confirmé par tous les indicateurs et l'ensemble des observateurs.

Sous le double effet de la crise économique et des évolutions technologiques en cours, la diffusion a plongé de 2007 à 2010 de plus d'un milliard d'exemplaires annuels, passant sous la barre des 6 milliards annuels en 2010, et atteint 5 milliards d'exemplaires en 2011. D'après les données disponibles et comme le relayent les syndicats d'éditeurs, ce phénomène d'érosion se prolonge voire s'accroît en 2012 et 2013.

Dans un tel contexte, le Président de la République s'était, en tant que candidat à l'élection présidentielle, engagé à *« remettre totalement à plat les aides à la presse. »* *« Entendons-nous bien, »* avait-il précisé, *« il ne s'agit pas de les remettre en cause, mais de mieux les cibler vers le lecteur citoyen, celui qui réfléchit, celui qui a besoin d'axes de réflexion, celui qui est dans la cité. »* *« Nous aurons à revoir ces aides avec une volonté de mettre la presse d'information politique et générale au premier rang des titres qui doivent bénéficier de ces aides »*, avait-il annoncé.

Dans le dossier de presse qui accompagne le projet de loi de finances pour 2014, on peut lire que *« la réforme des aides à la presse se met en place dès 2014 avec pour objectif de mieux accompagner les mutations rapides du secteur et de renforcer le ciblage des aides. »*

Cette affirmation est pour le moins surprenante car rien dans le présent projet de budget n'est fait pour renforcer le ciblage des aides qui ne progresse aucunement, comme le montre clairement l'évolution de l'indicateur afférent.

(1) Rapport à Mme Aurélie Filippetti, Ministre de la culture et de la communication, sur les aides à la presse, avril 2013, Dominique Antoine, Françoise Benhamou, Patrick Eveno, Michel Françaix, Roch-Olivier Maistre, Bruno Patino.

PART DE L'AIDE PUBLIQUE GLOBALE ACCORDÉE À LA PRESSE D'INFORMATION POLITIQUE ET GÉNÉRALE

	2013 prévision actualisée	2014 prévision	2015 cible
Aides directes (programme « Presse »)	96 %	96 %	96 %
Taux super-réduit de TVA	37 %	37 %	37 %
Aide au transport postal	46 %	46 %	46 %

De surcroît, non seulement rien n'est fait pour « *mieux accompagner les mutations rapides du secteur* », mais la diminution importante des aides se traduira directement et mathématiquement par des arrêts de titres et des suppressions d'emplois.

L'analyse du budget montre en effet que la « réforme des aides à la presse » annoncée par la Ministre de la culture et de la communication le 10 juillet 2013 se résume à une diminution importante des aides.

Le présent projet de loi de finances prévoit en particulier une diminution brutale de l'aide au transport postal de la presse alors même que les abonnements constituent un enjeu crucial pour les entreprises de presse et que toute rupture dans les mesures de soutien public est susceptible d'avoir des conséquences irrémédiables sur un secteur qui n'a jamais été aussi fragile.

Cette remise en cause risque d'avoir des conséquences désastreuses sur les entreprises et sur l'emploi, aucune entreprise n'étant en mesure de supporter sans dommages, dans l'état actuel du marché, largement aggravé depuis 2009, les augmentations des tarifs postaux qui en résulteront.

Le mois d'octobre 2013 s'avère d'ailleurs particulièrement sombre pour les groupes de médias en France, notamment pour la presse. En compilant les annonces récentes de plans sociaux ou de plans de départs volontaires, c'est au moins un millier d'emplois qui est menacé ⁽¹⁾. La presse quotidienne régionale, est, comme en 2012, lourdement touchée. Outre *Ouest-France* et *Nice-Matin*, les groupes *Sud-Ouest* et *Journaux du Midi* ont fait des annonces visant à réduire les effectifs.

Dans le même temps, alors que « *le basculement vers le portage constitue l'un des changements majeurs à réussir au même titre que la mutualisation ou la mutation numérique* », comme l'indique le rapport du groupe de travail sur la réforme des aides à la presse, le soutien au portage régresse encore. En deux ans la diminution atteint 20 %.

Enfin, en ce qui concerne l'accompagnement à la modernisation et à la mutation numérique, on relève que la presse en ligne reste pénalisée par un taux de TVA de 19,6 % et que le fonds stratégique pour le développement de la presse,

(1) *Le Monde*, 28 octobre 2013.

présenté comme une « priorité budgétaire », voit son montant diminuer de plus de 20 % en autorisations d'engagements en deux ans.

Force est donc de constater que, contrairement aux engagements, les aides sont remises en cause dans leur montant au lieu d'être réformées ou ciblées sur le lecteur citoyen.

Après avoir présenté l'évolution des crédits en faveur de la presse dans le présent projet de loi de finances, le rapporteur s'attachera à analyser la situation et les enjeux particuliers de la presse quotidienne régionale face à la crise profonde que subit le secteur.

L'article 49 de la loi organique n° 2001-692 du 1^{er} août 2001 relative aux lois de finances fixe au 10 octobre la date butoir pour le retour des réponses aux questionnaires budgétaires.

À cette date, **76 %** des réponses étaient parvenues.

PREMIÈRE PARTIE : UN RECUL BRUTAL DU SOUTIEN PUBLIC À LA PRESSE

Les aides à la presse, hors abonnements de l'État à l'AFP, enregistrent un recul spectaculaire de 27,6 %, soit 109,2 millions d'euros, passant de 394,78 millions d'euros en loi de finances initiale pour 2013 à 285,57 millions d'euros dans le présent projet de loi de finances, en autorisations d'engagement (AE) comme en crédits de paiement (CP).

Programme 180 « Presse »	LFI 2013		PLF 2014	
	AE	CP	AE	CP
Aides à la presse	394 780 620	394 780 620	135 075 000	135 075 000
<i>Sous action 1 - Aides à la diffusion</i>	<i>308 000 000</i>	<i>308 000 000</i>	<i>57 227 519</i>	<i>57 227 519</i>
Aide au transport postal	249 000 000	249 000 000	0	0
<i>dont trajectoire prévue par les accords presse-Poste</i>	<i>217 000 000</i>	<i>217 000 000</i>		
<i>dont moratoire d'un an sur les accords presse-Poste</i>	<i>32 000 000</i>	<i>32 000 000</i>		
Aide au portage de la presse	37 600 000	37 600 000	36 000 000	36 000 000
Exonération charges patronales pour les porteurs	16 900 000	16 900 000	21 227 519	21 227 519
Réduction du tarif SNCF pour le transport de presse	4 500 000	4 500 000		
<i>Sous action 2 - Aides au pluralisme</i>	<i>11 975 000</i>	<i>11 975 000</i>	<i>11 475 000</i>	<i>11 475 000</i>
Aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires	9 155 000	9 155 000	8 655 000	8 655 000
Aide aux quotidiens régionaux, départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces	1 400 000	1 400 000	1 400 000	1 400 000
Aide à la presse hebdomadaire régionale	1 420 000	1 420 000	1 420 000	1 420 000
<i>Sous action 3 - Aides à la modernisation</i>	<i>74 805 620</i>	<i>74 805 620</i>	<i>66 372 481</i>	<i>66 372 481</i>
Aide à la modernisation sociale	18 415 457	18 415 457	12 572 774	12 572 774
Aide à la distribution de la presse	18 850 000	18 850 000	18 850 000	18 850 000
Aide à la modernisation des diffuseurs	4 000 000	4 000 000	4 000 000	4 000 000
Fonds stratégique pour le développement de la presse	33 485 163	33 485 163	30 949 707	30 949 707
Réserve parlementaire	55 000	55 000		0

TOTAL crédits aides à la presse (hors AFP) PROGRAMME 180	394 780 620	394 780 620	135 075 000	135 075 000
---	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

Aide au transport postal crédits du programme 134 (mission « Économie »)	0	0	150 495 041	150 495 041
---	---	---	-------------	-------------

TOTAL crédits budgétaires aides à la presse (hors AFP)	394 780 620	394 780 620	285 570 041	285 570 041
---	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

Source : Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC).

A. UNE MODIFICATION DE PÉRIMÈTRE QUI NUIT À LA LISIBILITÉ DES MOYENS

Le rapporteur pour avis plaide pour la transparence de la politique publique en faveur de la presse. Cette dernière s'est historiquement caractérisée par l'absence d'information publique sur les montants accordés aux différents éditeurs et titres de presse. Le rapporteur se félicite des progrès réalisés récemment en ce domaine. En effet, la direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) a progressivement mis en ligne les montants des aides directes par bénéficiaire. Si cette initiative témoigne d'un effort réel de transparence, il reste que cette publication est réalisée sous la forme de tableaux distincts pour chaque aide et ne consolide donc pas l'ensemble des soutiens directs et indirects.

La transparence de la politique d'aide à la presse écrite passe également par une bonne information budgétaire. Or le présent projet de loi marque une importante régression en ce domaine.

La DGMIC indique en effet que *« par souci de clarification de la maquette budgétaire, la totalité de l'aide au transport postal de la presse est transférée en 2014 au programme 134 « Développement des entreprises et du tourisme » de la mission « Économie », car ce dispositif constitue une aide à La Poste dans l'accomplissement de sa mission de service public du transport postal de la presse, au même titre que ses autres missions de service public. Elle figure à ce titre dans le contrat d'entreprise de la Poste avec l'État, signé en 2013, et dont la mission « Économie » assure le suivi. »*

Cette modification de la maquette budgétaire est d'autant plus surprenante et regrettable qu'en loi de finances initiale pour 2013, l'aide postale, précédemment répartie entre le programme 180 et le programme 134 avait enfin été regroupée en totalité sur le programme « Presse », dans l'objectif louable de *« renforcer la lisibilité de la politique publique de soutien de la presse »*, comme l'indiquait le projet annuel de performance.

Le rapport rendu par la Cour des comptes en juillet 2013 sur les aides à la presse se félicitait d'ailleurs de l'inscription de l'ensemble des crédits de l'aide postale au sein du programme « Presse », clarification qu'appelaient de leurs vœux depuis plusieurs années tant la Cour que les rapporteurs budgétaires du Parlement.

Ce revirement regrettable s'explique sans doute par la diminution drastique des crédits de l'aide au transport postal de la presse, qui recule de près de 100 millions d'euros (près de 40 %), passant de 249 millions d'euros en loi de finances initiale pour 2013 à 150,49 millions d'euros dans le présent projet de loi de finances.

On ne peut que regretter que les impératifs d'affichage des crédits du ministère de la culture l'aient emporté sur l'objectif de lisibilité.

B. LES AIDES À LA DIFFUSION : UNE REMISE EN CAUSE SANS REMISE EN COHÉRENCE

Le Président de la République avait promis de remettre à plat les aides sans les remettre en cause. C'est pourtant exactement le contraire qui est proposé par le présent projet de budget.

1. Les trois canaux de diffusion de la presse en France

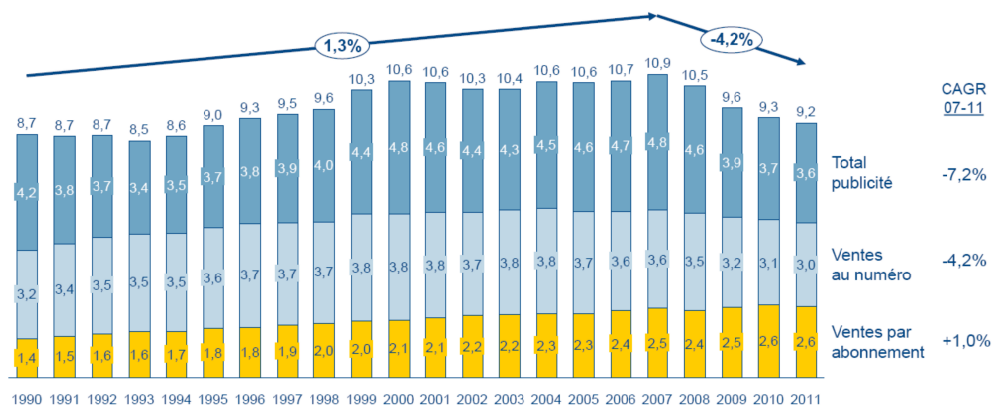
La distribution de la presse en France s'effectue soit par la vente au numéro, soit par l'abonnement, qui peut être acheminé par portage ou par transport postal.

La France se caractérise par la faiblesse relative du nombre de points de vente par habitant : ce ratio est de 1 point de vente pour 2 000 habitants, alors qu'il est respectivement de 1 pour 800 et de 1 pour 1 000 en Allemagne et en Grande-Bretagne. C'est pourquoi **l'abonnement revêt un enjeu essentiel pour l'ensemble du secteur**. L'abonnement est en effet la seule source de revenus en croissance pour l'ensemble de la presse en France (+ 1 % par an) depuis 2007 alors que le chiffre d'affaires de la vente au numéro diminue de 4,2 % et celui de la publicité de 7,2 %, comme le montre le graphique suivant.

CHIFFRE D'AFFAIRES DE L'ENSEMBLE DE LA PRESSE

France, 1990-2011

(en milliards d'euros et %)



Source : DGMIC « Enquête rapide, 2011 », analyse Arthur D. Little.

En ce qui concerne la diffusion par abonnement, tous les acteurs s'accordent à dire que **l'acheminement par portage est l'avenir de la diffusion papier**. Il présente en effet des avantages importants par rapport au postage, tant en termes de service rendu (le journal arrive plus tôt chez l'abonné) qu'en termes de prix.

Les aides à la diffusion par ses différents canaux (portage, postage, vente au numéro) constituent de loin la principale catégorie d'aides au regard de leur montant (308,4 millions d'euros en loi de finances initiale pour 2013).

Alors que les rapports qui se succèdent sur les aides à la presse insistent sur la nécessité de les remettre en cohérence, afin notamment de soutenir le développement du portage, **le présent projet de budget se contente de remettre en cause l'aide postale sans créer les conditions d'un basculement des titres vers le portage.**

2. L'aide au transport postal : une remise en cause brutale que le secteur ne pourra supporter sans dommages

Bien qu'elle soit « évacuée » vers le programme 134, l'aide au transport postal n'en demeure pas moins la principale mesure d'aide au secteur de la presse.

Le transport et la distribution des journaux et revues périodiques par voie postale constituent en effet une mission de service public répondant à un objectif d'intérêt général dont la finalité consiste, aux termes des articles L. 4 et R. 1-1-17 du code des postes et des communications électroniques, à « *favoriser le pluralisme, notamment celui de l'information politique et générale* ».

La principale aide directe : l'aide au transport postal et l'accord tripartite de 2008 entre l'État, La Poste et les entreprises de presse (extrait du rapport de la Cour des comptes sur les aides à la presse)

« L'aide au transport postal consiste en un ensemble de tarifs préférentiels accordés par La Poste au secteur de la presse, en contrepartie desquels l'opérateur reçoit une compensation financière de l'État.

Depuis une trentaine d'années, le dispositif repose, dans ses modalités concrètes, sur des accords tripartites entre l'État, La Poste et les éditeurs de presse, qui ont pour principal objet de répartir la charge financière afférente à ces tarifs préférentiels entre les trois parties prenantes. Les accords de juillet 2008 conclus pour la période 2009-2015 ont représenté une nouvelle étape vers une gestion plus saine du dispositif en prévoyant :

– une baisse globale de l'aide de l'État sur la période 2009-2015, de 242 M€ en 2009 à 180 M€ en 2015, soit une diminution de 62 M€ (– 25 %) ;

– une augmentation des tarifs de service public tenant compte de la spécificité de chaque famille de presse : une différenciation est ainsi faite entre la presse d'information politique et générale, au sein de laquelle les quotidiens à faibles ressources provenant de la publicité ou des petites annonces bénéficient d'un tarif encore plus avantageux, et les autres titres agréés, qui se voient appliquer une progression plus forte des tarifs jusqu'en 2015 ;

– l'établissement d'une offre tarifaire « universelle », distincte des tarifs de service public et destinée aux organes de presse qui ne peuvent ou ne veulent pas bénéficier du régime des aides à la presse et des tarifs de service public qu'il prévoit ;

– enfin, en contrepartie de la hausse progressive des tarifs de service public imposés au secteur de la presse au cours de la période 2009-2015, et grâce aux nouveaux efforts de productivité de l'opérateur, les accords prévoient la disparition du déficit d'exploitation au terme des accords (2015), La Poste étant en tout état de cause réputée faire sien tout éventuel déficit résiduel. »

a. 20 millions d'euros de crédits gelés en 2013

Conformément aux engagements, le montant d'aide postale inscrit en loi de finances initiale pour 2013 était de 143 millions d'euros. **Il est important de noter qu'un montant important de crédits, 20,41 millions d'euros, est actuellement gelé, ce qui correspond à plus de 8 % de la dotation inscrite en loi de finances initiale pour 2013.**

Selon les informations transmises par la DGMIC, *« une demande de dégel de crédits est en cours auprès de la direction du budget car cette contribution annuelle correspond à un engagement contractuel de l'État auquel il ne peut déroger. »*

b. Pour 2014, une réfaction de 50 millions d'euros pour ajuster l'impact du crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi sur La Poste

En application des accords de 2008, l'État devait continuer d'aider financièrement le service du transport postal de la presse, par une contribution de 200 millions d'euros en 2014. Le montant de l'aide postale est néanmoins fixé à 150,5 millions d'euros.

Comme l'indique la DGMIC, *« pour La Poste comme pour d'autres entreprises publiques, car il s'agit d'une mesure « transversale », un ajustement correspondant à une fraction modérée (50 millions d'euros) de l'impact du crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE) sera opéré en PLF 2104 sur la dotation versée par l'État à La Poste au titre de l'aide au transport postal, sans impact sur les tarifs de transport de la presse. Ainsi, le montant des crédits inscrits au titre de l'aide au transport postal de la presse sur le programme 134 « Développement des entreprises et du tourisme » s'élève à 150,5 millions d'euros. »*

c. La suppression brutale de la compensation du moratoire sur les augmentations de tarifs

Prenant acte de l'aggravation soudaine du contexte économique dont ne pouvaient tenir compte les accords presse-Poste-État du 23 juillet 2008, l'ancien Président de la République avait décidé le 23 janvier 2009 que leur mise en œuvre serait *« reportée d'un an, le manque à gagner pour La Poste étant intégralement compensé par l'État »*.

Ce report d'un an, appelé « moratoire », s'est traduit en 2009 par une stabilisation des tarifs préférentiels au niveau de 2008, alors qu'ils devaient augmenter dès 2009. Depuis 2010, les tarifs appliqués sont donc calculés conformément aux termes de l'accord tripartite du 23 juillet 2008, en appliquant le report d'un an de la hausse des tarifs.

Le rapport du groupe de travail sur les aides à la presse de février 2013 avait suggéré de mettre un terme à la compensation par l'État du moratoire, sans indiquer clairement qui de La Poste ou des éditeurs devait en supporter la charge.

Il indiquait néanmoins que cette remise en cause devait tenir compte des augmentations tarifaires prévues jusqu'au 31 décembre 2015 et de l'extension à La Poste du bénéfice du crédit d'impôt compétitivité emploi (CICE) qui était de nature à soulager la pression économique qui pèse sur l'entreprise.

Le groupe recommandait également que l'État, au terme de l'accord tripartite, veille à ce que les tarifs acquittés par les éditeurs de presse d'information politique et générale (IPG) et de la presse spécialisée évoluent, après les augmentations intervenues au cours de la période 2008-2015, de façon modérée (autour de l'inflation).

Conformément à l'annonce faite par la Ministre de la culture et de la communication le 10 juillet 2013, le présent projet de loi de finances prévoit l'arrêt de la compensation du moratoire sur l'aide postale décidée en 2009.

Cette remise en cause, qui se traduira à compter de 2014 par une diminution supplémentaire de 31,8 millions d'euros de l'aide postale, intervient de manière brutale, dans un contexte de crise profonde du secteur et avant même que ne soit envisagée une réforme globale des aides à la distribution.

Le coût du moratoire est actuellement estimé par La Poste à 31,8 millions d'euros pour 2014, dont 13,6 millions d'euros pour La Poste et 18,2 millions d'euros pour les éditeurs.

Il apparaît que cette mesure, qui aura de graves conséquences sur le secteur, a été décidée sans étude d'impact. La DGMIC indique d'ailleurs ne pas disposer de l'impact du moratoire par famille de presse.

Pour les titres ayant largement recours à La Poste et certaines familles de presse comme la presse spécialisée, qui ne peut être acheminée autrement que par voie postale, le choc sera extrêmement violent. Ajoutons que dans certaines zones, notamment les zones rurales, il n'y a pas d'alternative à La Poste.

Selon les informations transmises par la DGMIC, *« le moratoire est composé d'une part de la hausse tarifaire de l'année N issue des accords Schwartz, d'autre part de la hausse au titre de l'inflation 2009. L'arbitrage actuel consiste à lisser la sortie du moratoire sur deux ans pour la presse, celle-ci subissant une première hausse liée aux hausses tarifaires Schwartz en 2014, puis une seconde hausse liée à l'inflation 2009 en 2015. Les hausses tarifaires*

Schwartz différenciées entre la presse CPPAP, IPG et QFRP⁽¹⁾ ont été respectées. »

La ministre de la culture et de la communication a annoncé le 10 juillet une mesure spécifique en faveur de la presse IPG en 2014. Un médiateur doit être nommé « *pour faire des propositions de sortie supportable du moratoire au Gouvernement.* »

**SCÉNARIO ARBITRÉ DE HAUSSE TARIFAIRE 2014-2015
FIN COMPENSATION DU MORATOIRE POSTAL**

	Hausse tarifs postaux 2014					Hausse tarifs postaux 2015				
	Hausse inflation 2014	Hausse tarifs Schwartz 2013	Hausse 2014 Schwartz	Hausse tarifs Schwartz 2014 première partie fin moratoire	Total Hausse 2014	Hausse inflation 2015	Hausse tarifs Schwartz 2015	Hausse 2015 Schwartz	Hausse inflation 2009 deuxième partie fin moratoire	Total Hausse 2015
QFRP/A	0,80 %	1,5 %	2,3 %	1,5 %	3,85 %	1,45 %	1,50 %	2,97 %	3,27 %	6,34 %
PIPG hors QFRP/A	0,80 %	3,5 %	4,3 %	3,5 %	7,98 %	1,45 %	3,50 %	5,00 %	3,27 %	8,43 %
CPPAP hors IPG	0,80 %	5,0 %	5,8 %	5,0 %	11,13 %	1,45 %	5,00 %	6,52 %	3,27 %	10,01 %

Source : DGMIC.

Cette remise en cause risque d'avoir **des conséquences désastreuses sur les entreprises et sur l'emploi**, aucune entreprise n'étant en mesure de supporter sans dommages, dans l'état actuel du marché, largement aggravé depuis 2009, de telles augmentations.

Cette dépense additionnelle n'est par ailleurs pas compatible avec les efforts que requièrent la réforme de la filière et les investissements nécessaires à l'adaptation aux évolutions de la consommation des médias.

3. L'aide au portage de la presse : la diminution de 20 % en deux ans d'une aide capitale pour l'avenir de la presse

L'aide au portage fait partie des dispositifs d'aides fortement renforcés à la suite des États généraux de la presse écrite. Elle est destinée à accompagner le développement d'un mode de distribution dont chacun s'accorde à dire qu'il est l'avenir de la presse papier.

Comme l'a confirmé le bilan de l'aide au portage réalisé en mars 2013 à la demande de la DGMIC par le cabinet Arthur D. Little, le portage est le bon canal de distribution de l'abonnement car il apporte une véritable valeur ajoutée

(1) Presse CPPAP : publications admises par la commission paritaire des publications et agences de presse (CPPAP) à bénéficier du régime économique de la presse. Presse IPG : presse d'information politique et générale. Presse QFRP : titres bénéficiant de l'aide aux quotidiens à faibles ressources publicitaires.

(livraison du quotidien avant 7 heures 30, 7 jours sur 7, y compris les jours fériés) de sorte que pour la majorité des titres, le taux de fidélité des abonnés portés est plus élevé que celui des abonnés postés.

Alors que la logique aurait voulu que les crédits dégagés par la suppression du moratoire soient reversés à l'aide au portage afin d'accompagner la transition vers ce mode de diffusion, cette aide voit la diminution de ses crédits se poursuivre.

La diminution concomitante de l'aide postale et de l'aide au portage entraîne une rupture dans la politique de soutien à la diffusion papier, au moment même où elle s'effondre.

Le montant total de la dotation pour financer le fonds d'aide au portage de la presse est de 36 millions d'euros pour 2014, contre 37,6 millions d'euros en loi de finances initiale pour 2013. **En deux ans la diminution atteint 20 %.**

ÉVOLUTION DE L'AIDE AU PORTAGE

(en millions d'euros)

LFI 2008	LFI 2009	LFI 2010	LFI 2011	LFI 2012	PLF 2013	PLF 2014
8,25	70	70	67,9	45	37,6	36

Surtout, alors que le Président de la République s'est engagé à maintenir cette aide à 37,6 millions jusqu'en 2015, elle a été ramenée à 28,3 millions d'euros en 2013, après mesures de gel budgétaire, ce qui correspond à une diminution de 37 % par rapport à 2012 !

Le rapporteur regrette vivement que le soutien au portage soit en recul au moment même où il s'avère particulièrement indispensable.

4. La compensation de l'exonération de charges patronales pour les vendeurs-colporteurs de presse : une augmentation en trompe-l'œil

En complément de l'aide au portage, le soutien au développement de ce mode de distribution s'est traduit par l'adoption, en loi de finances rectificative du 20 avril 2009, d'un dispositif d'exonération de charges patronales des rémunérations des vendeurs-colporteurs et porteurs de presse afin de développer un réseau structuré de portage.

Cette exonération est applicable aux employeurs pour les porteurs de presse payante mais aussi pour les porteurs de presse gratuite, au titre de leur rémunération effective relative à l'activité de portage de presse.

Le montant de la compensation à la sécurité sociale par le budget général est estimé pour 2014 à 21,2 millions d'euros (contre 16,9 millions d'euros en 2013) dont 13,1 millions d'euros pour les vendeurs-colporteurs et porteurs de

presse payante et 8,1 millions d'euros pour les vendeurs-colporteurs et porteurs de presse gratuite.

Le coût de l'exonération pour 2014 a été revu à la hausse de façon importante par l'ACOSS. **Cette augmentation répond aux critiques répétées de sous-budgétisation de ce dispositif**, qui obligeait à ouvrir des crédits complémentaires en gestion ou à procéder à des reports de charges sur les exercices suivants.

5. L'aide à la distribution de la presse quotidienne nationale d'information politique et générale : le soutien à Presstalis

La dotation budgétaire pour l'aide à la distribution de la presse quotidienne nationale d'information politique et générale est consacrée à la couverture d'une partie des surcoûts liés à la distribution des quotidiens et à la modernisation des structures de distribution de la presse quotidienne.

Presstalis (ex NMPP) est la seule société de messagerie qui distribue sur tout le territoire français les quotidiens nationaux d'information politique et générale, supportant à ce titre les contraintes logistiques et d'urgence spécifiquement attachées à cette activité.

La charge financière qui en résulte fragilise le système coopératif de distribution de la presse, qui repose sur une participation solidaire des éditeurs de quotidiens et de publications.

Les pouvoirs publics ont décidé de soutenir cet effort, dont dépend la pérennité de l'ensemble du système de distribution, en instituant l'aide à la distribution de la presse quotidienne d'information politique et générale en 2002.

Cette aide s'élevait à 11 millions d'euros en loi de finances initiale pour 2009. Du fait de l'aggravation du déficit engendré par la distribution des quotidiens, l'État a décidé de majorer l'aide à 18 millions pour 2009, 2010 et 2011. De surcroît, au titre de l'année 2010, l'État a décidé de verser, sous la forme d'une aide exceptionnelle, une somme de 20 millions d'euros aux éditeurs de quotidiens nationaux.

En 2012, l'État a procédé à une avance sur l'aide à la distribution de 11,9 millions d'euros afin de soulager la trésorerie de Presstalis. Enfin, conformément à l'accord du 30 juillet 2012 sur le sauvetage de Presstalis, l'État a versé 5 millions d'euros supplémentaires à Presstalis en 2012 et 10 millions d'euros en 2013, par redéploiement de crédit au sein du programme 180 « Presse » de la mission Médias.

L'aide à la distribution de la presse quotidienne nationale d'information politique et générale vendue au numéro en France sera dotée de 18 millions d'euros en 2014.

Désormais, en plus du soutien à la distribution de la presse vendue au numéro en France, ce dispositif apporte également un soutien à la distribution de la presse à l'étranger, qui était auparavant soutenue par le fonds d'aide à la distribution et à la promotion de la presse française à l'étranger (décret abrogé n° 2004-1311 du 26 novembre 2004).

La deuxième section de l'aide à la distribution de la presse, qui sera dotée de 0,85 million d'euros en 2014, correspond à l'aide à la distribution de la presse française à l'étranger.

La dotation globale est donc reconduite en valeur en 2014 à 18,9 millions d'euros.

6. La suppression de la réduction du tarif SNCF pour le transport de presse sans reversement des crédits correspondants au fonds stratégique pour le développement de la presse

La presse bénéficie également depuis de nombreuses années de **réductions tarifaires pour son transport ferroviaire**.

Cette aide, qui s'élevait à 4,5 millions d'euros en 2013, est supprimée à compter de 2014, conformément aux préconisations du rapport du groupe de travail sur les aides à la presse d'avril 2013 qui avait relevé qu'elle n'avait aucun effet incitatif et générait un fort effet d'aubaine au profit d'un seul titre, *Le Monde*.

En revanche, le groupe de travail avait préconisé de reverser les crédits correspondants (4,5 millions d'euros) au fonds stratégique pour le développement de la presse (FSDP), préconisation qui n'a pas été suivie d'effet puisque le fonds stratégique pour le développement de la presse passe de 33,48 millions d'euros en loi de finances initiale pour 2013 à 30,94 millions d'euros dans le présent projet de loi de finances.

7. Le soutien aux diffuseurs de presse

Depuis plusieurs années, la vente au numéro est confrontée à une perte de densité et de qualité du réseau des points de vente et l'activité des diffuseurs s'inscrit dans un marché en forte érosion. En 2012, le marché global de la vente au numéro de la presse nationale a reculé de 6 % en valeur par rapport à 2011. Selon le conseil supérieur des messageries de presse (CSMP), il y a consensus dans la filière pour considérer que cette tendance devrait se poursuivre à - 7 % d'ici à 2015, soit une baisse de - 25 % entre 2011 et 2015.

L'aide à la modernisation des points de vente de presse (modernisation de l'espace de vente, du mobilier, et de l'informatique de gestion) instituée par l'article 134 de la loi de finances rectificative pour 2004 a été significativement renforcée à l'issue des États généraux de la presse écrite, passant d'un peu moins de 2 millions d'euros en 2008 à plus de 10 millions d'euros en 2009, 2010 et 2011, parallèlement à une évolution de ses modalités de calcul et d'attribution.

Cette aide a depuis été fortement diminuée. Pour l'année 2013 et 2014, le niveau de financement est **ainsi ramené à 4 millions d'euros**, après une dotation initiale de 6 millions d'euros en 2012.

À côté de cette aide, deux **aides exceptionnelles** ont également été instituées en 2009 et 2011 : la première visait à aider de manière ponctuelle les diffuseurs dont la situation économique était apparue très dégradée à l'issue des travaux des États généraux, la seconde pour aider les diffuseurs à faire face aux conséquences des grèves déclenchées à la suite de la restructuration de la distribution de la presse.

Le mouvement social à Presstalis, qui a commencé à l'automne 2012, a entraîné plus d'une trentaine de journées de blocage de la distribution de divers titres jusqu'à la nomination de M. Raymond Redding, le 8 février 2013, comme médiateur auprès de Presstalis.

Les diffuseurs les plus dépendants de la vente de la presse (kiosquiers et spécialistes en petite superficie de la région parisienne) ont été durement touchés, avec par exemple des pertes d'environ 70 % de chiffre d'affaires par jour de grève pour les kiosquiers parisiens.

La ministre de la culture et de la communication a annoncé au mois de mai 2013, le projet d'une nouvelle aide exceptionnelle, d'un niveau de 1 500 euros par bénéficiaire, ciblée sur les diffuseurs indépendants et spécialistes de la presse qui ont été les plus touchés par ce conflit social.

Selon la DGMIC, la préparation de cette nouvelle aide exceptionnelle est actuellement en cours de finalisation.

Il convient de rappeler que l'objectif de ces aides est d'accorder aux diffuseurs une aide d'urgence en attendant que les réformes du système de distribution permettent de dégager des marges nouvelles qui seraient réaffectées en bout de chaîne aux diffuseurs de presse sous forme d'une augmentation de leur rémunération.

Il ressort en 2013 qu'aucune évolution significative n'est intervenue à cet égard, étant observé que **les trois niveaux de distribution de la presse au numéro (messageries de presse, dépôts territoriaux et points de vente) connaissent une crise aigüe qui n'a pas facilité les évolutions.**

La diminution drastique de l'aide postale ne devrait pas faciliter les évolutions attendues en ce domaine.

C. UNE RÉFACTION SUR LES AIDES AU PLURALISME

Le pluralisme constitue le cœur de la justification constitutionnelle des aides à la presse. Ces aides ont donc joui d'une grande stabilité à la fois dans leur définition et dans les montants alloués.

En 2014, une réfaction de 500 000 euros touche l'aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires, qui s'établit à 8,655 millions d'euros, contre 9,155 millions d'euros en 2013.

Cette aide vise à soutenir les titres qui, du fait de leur positionnement éditorial, bénéficient structurellement de recettes publicitaires faibles.

La DGMIC indique que la réfaction vise à « *tenir compte de la disparition de France-Soir.* » Or, *France-Soir* ne bénéficie plus de l'aide depuis 2012. En outre, comme l'indique le projet annuel de performances, en 2014, 8 publications devraient bénéficier de l'aide octroyée, dont une nouvelle (*L'Opinion*) créée en 2013, contre 7 publications en 2012 et en 2013.

De fait, l'aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires voit son nombre de bénéficiaires passer de 7 à 8 parallèlement à une diminution de son montant. Le montant moyen de l'aide versée devrait donc diminuer de manière significative ⁽¹⁾.

BÉNÉFICIAIRES 2013 DE L'AIDE AUX QFRP

Titres	Aides 2013	Diffusion totale payée (France) 2012	Aide à l'exemplaire
<i>L'Humanité</i>	3 090 913 €	10 950 377	0,28
<i>La Croix</i>	2 949 933 €	28 695 436	0,10
<i>Libération</i>	2 881 041 €	37 366 768	0,08
<i>Présent</i>	212 972 €	716 436	0,30
3 titres <i>Play bac presse</i>	20 141 €	39 322 400	0,00
Total :	9 155 000 €		

Source : DGMIC.

Le fonds d'aide aux quotidiens locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces, qui a pour objet de concourir au maintien du pluralisme et à la préservation de l'indépendance des titres concernés, est doté, comme en loi de finances initiale pour 2013, de 1,4 million d'euros dans le présent projet de loi de finances.

L'aide à la presse hebdomadaire régionale est destinée à conforter les titres de la presse hebdomadaire d'information politique et générale dont le maintien est indispensable au pluralisme d'expression et à la cohésion du tissu

(1) Rappelons que l'aide attribuée au titre de la première section du fonds bénéficie aux quotidiens répondant à certaines conditions relatives au prix de vente, à la diffusion et au tirage moyens et au pourcentage de recettes de publicité dans leurs recettes totales (4 publications en 2012 et en 2013).

L'aide attribuée au titre de la deuxième section bénéficie à des quotidiens qui ne sont pas éligibles à la première section et qui répondent tout de même à un certain nombre de conditions. En 2013, trois publications (*Play bac presse*) bénéficient de l'aide octroyée au titre de cette section.

économique et social. Le montant total des crédits alloués à cette aide en 2014 est maintenu à 1,4 million d'euros.

D. DES AIDES À LA MODERNISATION EN DIMINUTION

1. L'aide à la modernisation sociale de la presse quotidienne d'information politique et générale : un chiffre revu à la baisse

À travers cette aide, mise en place par la loi de finances rectificative pour 2004, l'État apporte un soutien à la résorption des sureffectifs observés dans les services de fabrication des journaux quotidiens ⁽¹⁾.

Pour 2014, le montant inscrit sur le programme 180 a été évalué à 12,6 millions d'euros, contre 18 millions d'euros en loi de finances initiale pour 2013, par les organismes gestionnaires de cette aide sur la base de prévisions de sorties du dispositif et se répartit entre la presse quotidienne nationale à hauteur de 4,4 millions d'euros et la presse quotidienne régionale et départementale (PQR/PQD) à hauteur de 7,6 millions d'euros. 0,6 million d'euros sont provisionnés en prévision de l'impact de la réforme des retraites.

Comme l'indique le rapport précité de la Cour des comptes sur les aides à la presse, en raison de la moindre entrée des potentiels bénéficiaires dans le dispositif, **le chiffre initial du plan a été révisé à la baisse.**

2. Le fonds stratégique pour le développement de la presse : une « priorité budgétaire » en diminution de plus de 20 % en deux ans

Pour 2014, la dotation du fonds est fixée à 30,9 millions d'euros. La DGMIC indique que « *cette priorité budgétaire traduit la réforme des aides engagée qui vise à favoriser l'innovation et la modernisation du secteur.* »

Peut-on vraiment parler de priorité budgétaire s'agissant d'une aide dont 35,8 % des crédits sont gelés en 2013 et dont le montant en autorisations d'engagement est réduit de plus de 20 % en deux ans ?

En effet, la dotation du fonds stratégique, fixée en loi de finances initiale pour 2013 à 33,5 millions d'euros en autorisations d'engagement et en crédits de paiement, a été ramenée en gestion à 21,5 millions d'euros en autorisations d'engagement et en crédits de paiement, après application de la réserve de

(1) Ce fonds d'aide est divisé en deux sections. L'aide attribuée au titre de la première section du fonds bénéficie aux quotidiens locaux répondant à certaines conditions relatives au prix de vente, à la diffusion et au tirage moyens et au pourcentage de recettes de petites annonces dans leurs recettes publicitaires totales. L'aide attribuée au titre de la seconde section bénéficie à des quotidiens locaux qui ne sont pas éligibles à la première section, mais qui répondent tout de même à un certain nombre de conditions relatives au prix de vente, à la diffusion et au tirage moyens ainsi qu'au pourcentage de recettes de petites annonces dans leurs recettes publicitaires totales et dont plus du quart de la diffusion payée est assurée par voie d'abonnement postal.

précaution et du surgel de février 2013, qui ont gelé 35,8 % des crédits inscrits en loi de finances initiale pour 2013 !

Rappelons par ailleurs que l'aide à la reconquête du lectorat jeune, à travers l'opération « Mon quotidien offert » qui était financée à partir du fonds stratégique pour le développement de la presse, a été brutalement arrêtée en 2013.

Le fonds stratégique est constitué de trois sections distinctes :

– la première section permet de soutenir les opérations de mutation et de modernisation industrielles (imprimeries, systèmes rédactionnels), et correspond à l'ancien fonds de modernisation de la presse (FDM). Parallèlement à la diminution des crédits en 2012, la première section a été ouverte à la presse quotidienne gratuite d'information politique et générale pour la part des tirages concernés confiés à une imprimerie de presse ;

– la deuxième section est dédiée au soutien des projets de développement et d'innovations technologiques des services de presse en ligne. Le champ de ses bénéficiaires était jusqu'à présent très large, ce qui a contribué à limiter son efficacité ;

– la troisième section permet de soutenir les projets de conquête de nouveaux lectorats (jeunes, publics à l'étranger) et ceux conduisant à une meilleure prise en compte des publics « empêchés » (en particulier dans les prisons, les hôpitaux, etc.) pour les différentes familles de presse éligibles au fonds.

Le projet annuel de performances indique que le fonds sera *progressivement* recentré sur les seuls titres d'information politique et générale, ce dont on peut se féliciter. Il est également envisagé de fusionner les trois sections afin de « supprimer tout cloisonnement entre les projets aidés ». **Il s'agit là, après une année de réflexion sur la nécessaire « remise à plat des aides à la presse », de l'unique mesure de réforme proposée...**

E. LA DOTATION DE L'AGENCE FRANCE-PRESSE ET LES ENJEUX DU FUTUR CONTRAT D'OBJECTIFS ET DE MOYENS

La subvention allouée par l'État à l'Agence France-Presse (AFP), tant au titre des abonnements que de la compensation de ses missions d'intérêt général, est fixée à 123 millions d'euros. Comme l'indique la DGMIC, par rapport à 2013, « elle intègre une mesure de périmètre de 3,38 millions d'euros au titre du surcoût issu du nouveau statut fiscal de l'AFP, lié à l'assujettissement de l'AFP à la taxe sur les salaires, par suite du non-assujettissement à la TVA des versements de l'État au titre de la compensation des missions d'intérêt général. »

Le contrat d'objectif et de moyens (COM) qui lie l'État et l'Agence France-Presse (AFP) a été signé le 18 décembre 2008 et arrive à échéance fin 2013. L'année 2013 est donc marquée par la préparation d'un nouveau contrat.

L'un des enjeux principaux est de clarifier les relations financières entre l'État et l'Agence, en distinguant ce qui relève des abonnements proprement dits et ce qui relève de la compensation des missions d'intérêt général confiées par le législateur à l'AFP. En effet, à la suite de la plainte déposée le 22 février 2010 auprès de la Commission européenne par l'agence de presse allemande *DPAPD Nachrichten* alléguant que la France aurait accordé des aides d'État illégales à l'AFP, la loi n° 2012-387 du 22 mars 2012 relative à la simplification du droit et à l'allègement des démarches administratives (dite « loi Warsmann ») a modifié l'article 13 du statut de l'AFP pour inclure parmi ses ressources une compensation par l'État des missions d'intérêt général qui sont mentionnées dans son statut.

Selon la DGMIC, l'État devra compenser intégralement ou partiellement ces coûts, selon les modalités qui seront prévues dans le nouveau contrat d'objectifs et de moyens.

DEUXIÈME PARTIE : LA PRESSE QUOTIDIENNE RÉGIONALE

I. ATOUTS ET DIFFICULTÉS DE LA PRESSE CITOYENNE DE PROXIMITÉ

A. DES ATOUTS INCONTESTABLES

1. Le premier vecteur d'information du pays

La presse quotidienne régionale (PQR), qui regroupe 60 titres et emploie 16 000 salariés dont 5 000 journalistes, diffuse chaque jour 5,1 millions d'exemplaires pour une audience quotidienne de 18,6 millions de lecteurs et une audience hebdomadaire de 29,3 millions de lecteurs.

Pour mémoire, en 2012 la meilleure performance télévisée a été de 13,3 millions de téléspectateurs. Le premier journal télévisé de France, celui de TF1, réunit environ 6,7 millions de téléspectateurs.

Chaque année la presse quotidienne régionale diffuse 1,7 milliard d'exemplaires, ce qui représente 70 % du nombre d'exemplaires diffusés par la presse d'information politique générale et 44 % du nombre d'exemplaires diffusés par toute la presse française.

La presse quotidienne régionale constitue donc aujourd'hui le principal vecteur d'information du pays.

L'information de proximité, régionale et locale, demeure l'atout majeur de la PQR. Chaque jour, les quotidiens régionaux rendent compte des événements (quelle que soit leur importance) qui constituent la vie d'une région, d'un département, d'une ville... Pour ce faire, les titres régionaux ont multiplié les éditions locales et très largement développé leurs réseaux de correspondants locaux (20 000 à ce jour).

2. Une presse qui s'adapte aux mutations de son environnement

a. L'adaptation de l'outil de production

Dans un contexte de baisse globale du lectorat, la presse sur support papier doit tout d'abord adapter sa production d'imprimés en termes quantitatifs. Les attentes des lecteurs ont également évolué dans le sens d'une exigence accrue de qualité d'impression et les imprimeries ont dû progressivement délaisser les tirages *offset* en noir et blanc et se doter de machines permettant une production en quadrichromie.

Depuis sa création, le fonds de modernisation, aujourd'hui fusionné au sein du fonds stratégique pour le développement de la presse, a aidé la presse quotidienne régionale à renouveler plus de la moitié de son outil industriel (rotatives, salles d'expédition, tours couleurs, systèmes éditoriaux) et donc à gagner fortement en productivité et en qualité.

Avec une trentaine d'imprimeries réparties sur le territoire français, le maillage des sites industriels de la PQR paraît adapté aux contraintes de bouclage tardif et de distribution matinale.

Le dispositif d'impression de la PQR reste très décentralisé pour des raisons géographiques : tous les titres doivent en effet être tirés entre 23 heures et 4 heures du matin au plus près de leurs lieux de vente. Les imprimeries ne sont jamais éloignées des zones de distribution de plus de 250 kilomètres.

À l'instar des autres formes de presse, la PQR s'est engagée dans la définition d'un plan visant à réduire ses coûts de fabrication. À la suite d'une négociation avec les partenaires sociaux, un accord de gestion prévisionnelle des emplois et des compétences a été signé le 15 décembre 2011. Un accompagnement financier des pouvoirs publics est mis en place pour aides les reconversions et les formations structurantes.

b. La transition numérique

Un autre enjeu central pour l'avenir de la presse réside dans la transition vers la production et la diffusion de l'information sur support numérique. Cette mutation est en cours, avec le développement du bimédia (papier et numérique).

La PQR est un acteur majeur du numérique avec une croissance de 40 % par an de son audience. Les 45 sites d'information de la presse quotidienne régionale totalisent 16 millions de visiteurs uniques par mois (600 millions de pages vues).

Un kiosque numérique national (kiosque presse régional) permet, depuis le lancement de l'iPad, un accès global à ces sites et des offres publicitaires numériques communes (Web 66 et Mob 66) sont par ailleurs en place.

LA PUISSANCE DE LA PQR SUR LE WEB

	Nielsen/Médiamétrie catégorie « Actualités »	Nombre de visiteurs uniques (janvier 2012)	Nombre de pages vues (janvier 2012)
1	Web 66 (offre commune d'information de la PQR)	14 963 000	580 286 000
2	Le Figaro	8 828 000	195 283 000
3	Le nouvel Observateur	7 718 000	93 255 000
4	Le Parisien.fr/Aujourd'hui.fr	7 456 000	92 641 000
5	Le Monde/Huffington Post	7 286 000	149 706 000
6	20 minutes	6 780 000	149 660 000
7	Orange News	6 668 000	147 266 000
8	L'Express.fr	5 421 000	55 999 000
9	Yahoo News	5 362 000	152 057 000
10	Le Point	4 768 000	45 477 000

Source : Nielsen/Médiamétrie.

Ces chiffres montrent une avancée significative sur les marchés numériques. Cependant, ces réalisations génèrent à peine 10 % du chiffre d'affaires. C'est pourquoi la diffusion papier demeure vitale de même que les aides qui l'accompagnent.

3. Une presse favorisée par son modèle de distribution

Autre atout majeur, la presse quotidienne régionale n'est pas soumise au même système coopératif de distribution que la presse quotidienne nationale (PQN), aujourd'hui en grande difficulté.

La presse quotidienne régionale servant par définition un bassin de population beaucoup plus étroit que la presse quotidienne nationale, les journaux régionaux n'ont aucun intérêt à se regrouper pour leur distribution et chaque journal se charge de sa propre distribution. La distribution de la presse quotidienne régionale repose par conséquent sur un réseau de distribution très dense, beaucoup plus dense que celui de la presse quotidienne nationale, avec près de 60 000 points de vente contre moins de la moitié pour la presse quotidienne nationale, son réseau supplétif reposant sur un grand nombre d'acteurs locaux de proximité, comme les boulangeries et les épiceries, et non mutualisé.

La PQR est également avantagée par sa structure de diffusion : le portage représente 52 % de cette dernière, le postage 10 % et la vente au numéro en magasin 38 %. L'évolution de la diffusion par portage a été très soutenue au cours des dix dernières années puisqu'elle a augmenté de 12,1 % entre 2002 et 2012.

La distribution de la PQN par la PQR, piste de réforme de la distribution de la presse

Cette piste étudiée en 2012 est aujourd'hui écartée afin de garantir l'avenir de Presstalis. Les études qui ont été réalisées à la demande du syndicat de la presse quotidienne nationale (SPQN) par le syndicat de la presse quotidienne régionale (SPQR) ont cependant montré que les titres de PQR peuvent réaliser l'ensemble des prestations attendues par la PQN, qu'il s'agisse du groupage en amont de la livraison vers les centres de distribution de la PQR, ou de la distribution de la PQN depuis leurs dépôts vers le réseau des diffuseurs (préparation des paquets et livraison des diffuseurs, collecte, contrôle et saisie des invendus, saisie et transmission des volumes fournis et vendus, facturation des diffuseurs et des dépositaires, collecte des recettes auprès des diffuseurs et des dépositaires, transmission des recettes des éditeurs)... La logistique des éditeurs de PQR leur permet donc de distribuer la PQN, et les études menées ont conclu que l'augmentation des volumes ne perturberait pas la distribution des titres de PQR. La distribution de la PQN par la PQR permettrait d'effectuer des économies non négligeables.

B. DES DIFFICULTÉS CROISSANTES

1. La crise de la diffusion et du marché publicitaire

La crise observée pour l'ensemble de la presse éditeurs ou de la presse payante est accentuée pour la presse quotidienne d'information politique et générale (IPG).

En euros courants, le chiffre d'affaires de la presse quotidienne nationale IPG a fortement diminué depuis 2000, passant de 1,78 milliard d'euros à 1,31 milliard d'euros, soit un niveau inférieur à celui de 1990 (1,48 milliard d'euros).

Pour sa part, le chiffre d'affaires de la presse régionale et locale d'information politique et générale n'a pas connu, en euros courants, la même dégradation que celle de la presse nationale IPG. Cependant son chiffre d'affaires est en diminution : en 2012, il s'établit à 2,5 milliards d'euros, à peine le chiffre d'affaires d'il y a dix ans.

La PQR est confrontée depuis 2009 à une chute brutale de son chiffre d'affaires publicitaire.

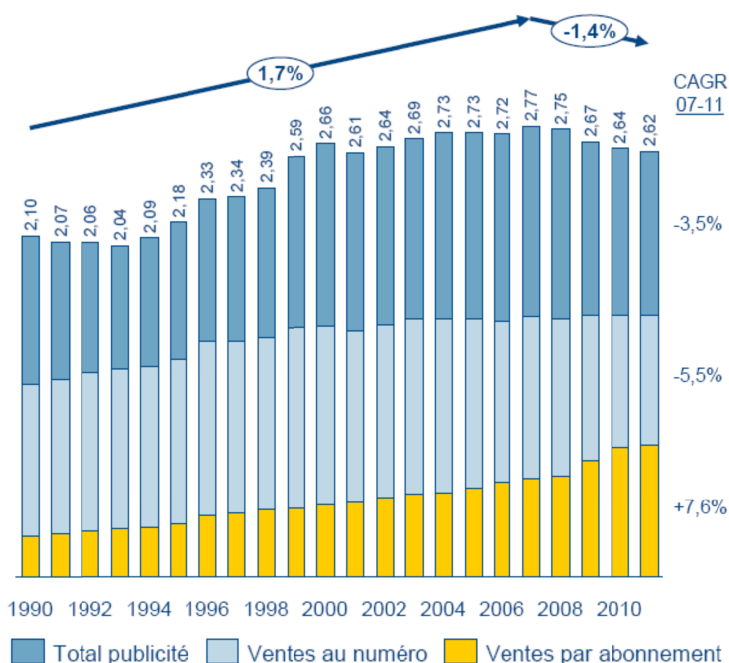
Celui-ci s'établit à 900 millions d'euros en 2012. Entre 2007 et 2012, la perte de chiffre d'affaires publicitaire de la PQR atteint 227 millions d'euros, soit une diminution de - 21 %.

Cette crise est structurelle et durable.

CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA PQR

France, 1990-2011

(en milliards d'euros et en %)



Source : DGMIC « Enquête rapide, 2011 », analyse Arthur D. Little.

La diffusion de la PQR a connu une érosion moyenne de $-1,3\%$ entre 2002 et 2009. Cette érosion s'est accélérée entre 2010 et 2012 puisqu'elle s'établit à $-2,4\%$ sur cette période.

À titre de comparaison, en huit ans, de 2004 à 2012, la diffusion de la PQR a perdu 800 000 exemplaires imprimés, l'équivalent d'*Ouest-France* rayé de la carte.

La tendance s'accroît en 2013 puisque les quotidiens régionaux et départementaux ont vu leur diffusion reculer de 3,65 % entre juillet 2012 et juin 2013.

Globalement, sur la décennie 2002-2012, la baisse de la diffusion résulte principalement d'une diminution de la vente au numéro et, plus marginalement de la diffusion postale. La diffusion par ces deux canaux de distribution a diminué de 37,5 %. C'est grâce à la progression du portage (+12,1 %) que la PQR a pu atténuer la tendance ($-18,3\%$).

Ces données préoccupantes reflètent les mutations qui affectent aujourd'hui le domaine de l'information. Conquis peu à peu par une culture de l'immédiateté et

de la gratuité, les lecteurs se détournent massivement de la presse imprimée payante et s'informent de plus en plus sur Internet. La presse quotidienne régionale payante est par ailleurs concurrencée par la presse gratuite, en particulier chez les jeunes générations.

Dernière venue dans le panorama de la presse française, seule la presse gratuite d'information voit en effet sa diffusion s'accroître sur la décennie écoulée, au détriment du reste de la presse écrite.

Presse gratuite d'information	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Millions d'exemplaires diffusés par an	410	521	630	681	603	638	688
En % de la diffusion totale de la presse	5,8	7,4	8,9	9,8	9,3	10,7	13,5

Source : DGMIC.

Face à la chute des volumes, les éditeurs se sont engagés dans un mouvement de hausse des prix plus rapide que l'inflation générale.

Néanmoins, la hausse du prix des titres, qui avait permis de lisser l'effet de l'érosion de la diffusion sur le chiffre d'affaires, n'est plus en mesure de compenser dans le même temps la chute des revenus publicitaires. Au contraire, le franchissement de prix psychologiques précipite la perte de lecteurs ou d'abonnés. Les titres de presse se trouvent ainsi placés face à la difficulté croissante de déterminer jusqu'où ils peuvent préserver leur chiffre d'affaires en augmentant leurs prix, et à partir de quand une hausse supplémentaire de prix érode leur lectorat.

La crise que traverse la presse doit inviter à la plus grande prudence s'agissant de l'ouverture de la publicité à la télévision pour les secteurs jusqu'alors interdits (opérations de promotion de la grande distribution, cinéma, livre...). Une telle ouverture, sur laquelle la ministre de la culture et de la communication a lancé une consultation, pourrait affecter 8 % des recettes publicitaires de la PQN (soit 14 millions d'euros) alors que pour la PQR, l'enjeu porte sur 22 % de ses recettes publicitaires.

2. Un système d'aides qui n'est pas favorable à la PQR

La PQR, qui diffuse annuellement 1,6 milliard d'exemplaires, soit 70 % du nombre total d'exemplaires diffusés par la presse IPG, ne bénéficie en 2012 que de 25 % des aides directes.

Aide	Montant total	Montant PQR/PQD**	% PQR/PQD**
Fonds stratégique pour le développement de la presse – première section	9 645 288 €	4 765 111 €	49,40 %
Fonds stratégique pour le développement de la presse – deuxième section	7 645 588 €	439 465 €	5,75 %
Fonds stratégique pour le développement de la presse – troisième section	3 662 779 €	0 €	0,00 %
Modernisation distribution	23 850 000 €	0 €	0,00 %
Modernisation sociale	23 701 976 €	15 992 410	67,47 %
Portage	44 243 995 €	30 748 650 €	69,50 %
Postale*	232 013 410 €	35 938 243 €	15,49 %
Quotidiens locaux à faibles ressources de petites annonces	1 400 000 €	1 400 000 €	100,00 %
Presse hebdomadaire régionale	1 420 000 €	0 €	0,00 %
Quotidiens nationaux à faibles ressources publicitaires	9 155 000 €	0 €	0,00 %
Réduction du tarif SNCF	5 000 000 €	335 366 €	6,71 %
TOTAL	361 738 036 €	89 619 245 €	24,7 %

Données 2012. Calculs de la DGMIC.

* Hors compensation du moratoire.

** La presse quotidienne départementale et la presse quotidienne régionale sont regroupées car elles se recoupent largement et n'ont pas de définition univoque.

En particulier, elle ne touche que 15,49 % de la principale aide, l'aide postale, et n'est pas concernée par l'aide à la distribution des quotidiens nationaux. On comprend dès lors l'importance de l'aide au portage pour cette famille de presse qui déclare 85 % des volumes portés.

Comme le montre le tableau ci-après, qui ne tient pas compte de l'impact du taux super-réduit de TVA, les quotidiens nationaux d'information politique et générale (IPG) et la presse magazine IPG (news) sont les familles de presse les plus aidées.

**ESTIMATION DU MONTANT DES AIDES À LA PRESSE, HORS AIDES INDIRECTES,
PAR EXEMPLAIRE DIFFUSÉ
(par montant décroissant)**

Titre de presse	Montant annuel de subventions (moyenne sur la période 2009-2011) (en euros)	Diffusion totale France + Étranger (moyenne annuelle sur la période 2009-2011)	Montant subvention / exemplaire diffusé (moyenne sur la période 2009-2011) (en centimes)
Monde (Le)	18 465 277	97 809 817	19
Figaro (Le)	17 217 154	101 343 030	17
Ouest France	15 784 440	258 956 732	6
Croix (La)	9 988 388	31 656 889	32
Libération	9 908 617	36 533 590	27
Télérama	9 411 822	31 935 825	29
Aujourd'hui en France	9 331 562	61 786 183	15
Nouvel Observateur (Le)	7 800 161	27 071 314	29
Télé 7 Jours	7 279 547	76 126 212	10
Humanité (L')	6 761 434	14 219 917	48
Sud Ouest	6 260 812	106 720 006	6
Express (L')	6 232 242	27 395 244	23
Nouvelle République du Centre	5 645 242	61 530 368	9
Voix du Nord (La)	5 445 430	95 019 897	6
Paris Match	5 151 418	35 760 764	14
Dépêche du Midi (La)	5 014 820	68 764 053	7
Échos (Les)	4 513 559	30 785 702	15
Point (Le)	4 501 245	22 151 130	20
Dauphine Libéré (Le)	4 464 330	90 178 748	5
Télé Star	4 451 357	60 578 404	7
Télé Loisirs	4 390 415	56 121 753	8
Dernières Nouvelles d'Alsace (Les)	4 035 733	60 618 655	7
Progrès (Le)	3 868 585	81 019 183	5
Petit Quotidien (Le)	3 800 067	ND	ND
Parisien (Le)	3 681 247	102 203 217	4
Télé Z	3 669 232	81 667 765	4
Télégramme	3 555 598	73 217 679	5
Elle	3 413 233	21 290 708	16
Télécable Satellite Hebdo	3 390 880	32 635 825	10
Montagne (La)	3 216 097	67 572 258	5
Mon Quotidien	3 139 538	ND	ND
Est Républicain (L')	2 999 986	56 860 210	5
Pèlerin	2 849 399	12 037 997	24
Provence (La)	2 783 573	50 424 722	6
Femme Actuelle	2 749 581	49 857 491	6
Nice-Matin	2 727 086	38 638 289	7
Challenges – Le news de l'économie	2 384 145	10 810 088	22
Midi Libre	2 247 553	53 377 189	4
Télé Poche	1 881 812	28 912 604	7
Courrier De L'ouest	1 853 381	35 940 335	5

Source : Cour des comptes.

Les titres éligibles aux aides au pluralisme, notamment les titres à faibles ressources publicitaires, apparaissent comme les principaux bénéficiaires des aides à la presse : *L'Humanité*, avec une aide représentant 48 centimes d'euro par exemplaire diffusé et *La Croix* et *Libération*, avec respectivement 32 et 27 centimes par exemplaire.

Les quotidiens nationaux IPG non éligibles aux aides au pluralisme comme *Le Monde* ou *Le Figaro* bénéficient d'une aide qui s'élève respectivement à 19 et 17 centimes par exemplaire.

En ce qui concerne les hebdomadaires IPG (News), on relève que *Le Nouvel Observateur* bénéficie d'une aide de 29 centimes par exemplaire, *L'Express* touche 23 centimes par exemplaire, *Challenges* 22 centimes par exemplaire et *Le Point* 20 centimes par exemplaire.

Le magazine *Elle* bénéficie de 16 centimes par exemplaire.

Rapportées à l'exemplaire diffusé, les aides à la presse quotidienne régionale sont d'un niveau très inférieur, puisqu'elles se situent entre 4 et 7 centimes par exemplaire selon les titres.

Fait marquant, les titres de la presse quotidienne régionale apparaissent en particulier moins aidés que les magazines de télévision dont les principaux titres bénéficient d'une aide par exemplaire qui varie entre 4 et 10 centimes.

II. TROIS ENJEUX MAJEURS POUR L'AVENIR

A. LA RECHERCHE D'UN MODÈLE DE DÉVELOPPEMENT DANS L'UNIVERS NUMÉRIQUE QUI PASSE PAR L'APPLICATION D'UN TAUX DE TVA SUPER RÉDUIT

1. Un modèle de développement qui reste à trouver

Aucun grand titre de presse quotidienne, ni en France, ni ailleurs, n'a pour l'instant trouvé la « pierre philosophale » pour assurer sa transition depuis le papier vers l'internet.

La question se pose toutefois de l'investissement que nécessite cette transition technologique, mais également de sa rentabilité pour les entreprises. En effet, en France comme à l'étranger, tant pour les publications bimédia que pour les *pure players*, il n'existe pas aujourd'hui de modèle économique unique et stabilisé garantissant à la fois la pérennité, la qualité et la rentabilité de la presse en ligne.

Les éditeurs tâtonnent notamment pour définir la part de gratuité et de services payants, le bon équilibre entre abonnements, ventes à l'unité et ressources publicitaires. Les éditeurs éprouvent également des difficultés à monétiser leur

contenu sur l'Internet, les systèmes actuels de paiement en ligne n'étant pas adaptés. Enfin, les technologies continuent d'évoluer très vite, de même que l'équipement, les usages et les attentes des lecteurs.

Aussi, rares sont ceux qui se risquent à prédire ce à quoi ressemblera la presse en ligne dans les cinq ans à venir.

Dans les cinq ans qui viennent, la presse quotidienne régionale estime néanmoins qu'elle doit passer d'un modèle tout ou semi-gratuit à un modèle de monétisation de ses contenus. Elle doit également créer de nouveaux produits pour s'adapter aux nouveaux supports ainsi que de nouveaux services (comme les médias sociaux) pour s'adapter aux nouveaux modes de consommation de l'information.

2. Une mutation freinée par le taux de TVA applicable à la presse en ligne

Cependant alors que les ventes de publications imprimées sont assujetties, en France métropolitaine, au taux de TVA super-réduit de 2,1 %, les sites de presse en ligne payants sont soumis, pour leurs abonnements ou pour la vente d'articles à l'unité, au taux normal de 19,6 % (20 % à partir de 2014).

Cela représente à la fois un lourd handicap économique pour la presse payante en ligne et un frein à la migration des abonnés « papier » vers les offres numériques.

Depuis 2006, le gouvernement a souhaité remédier à cette situation et obtenir une modification du droit communautaire. En décembre 2010, le Président de la République avait demandé à M. Jacques Toubon de mener des concertations au niveau européen sur la fiscalité des biens et services culturels fournis par voie électronique. Cette mission a été confirmée par l'actuel Président de la République en août 2012. Dans ce cadre, la position française continue d'être relayée auprès de la Commission européenne et des partenaires de la France au sein de l'Union, tant en bilatéral qu'à l'occasion de débats dans les enceintes de l'Union.

Si ces démarches n'ont pas encore abouti à des décisions, elles ont amené les institutions européennes et les États membres à affirmer ou réaffirmer leurs positions.

Le Parlement européen s'est prononcé en faveur de l'adoption d'un taux réduit de TVA, similaire à celui qui s'applique aux mêmes œuvres sur support physique.

De même, à plusieurs reprises, la Commission européenne a estimé que la révision de la structure actuelle des taux de TVA devrait répondre au principe selon lequel des biens et services similaires devraient être soumis au même taux de TVA. Elle a également lancé en octobre 2012 une consultation publique sur les taux de TVA. La France a répondu à cette consultation fin décembre 2012 en invitant la

Commission à avancer les propositions susceptibles de conduire à un réexamen de la législation existante sur les taux réduits de TVA.

Le Luxembourg, la Suède, les Pays-Bas et l'Italie soutiennent dans son principe la position française. Un autre groupe d'États membres pourrait être favorable à terme ou à tout le moins pourrait ne pas s'opposer à la révision de la directive TVA : Malte, la République tchèque, la Lituanie, la Pologne et l'Espagne. En revanche, l'Allemagne, le Royaume-Uni, le Danemark, l'Autriche, le Portugal et la Finlande semblent à ce stade rester opposés à cette démarche. Or une future révision des structures des taux de TVA devra s'effectuer à l'unanimité des États membres au Conseil, le cas échéant dans le cadre d'un paquet qui peut faciliter les compromis entre États membres.

La direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) évalue à 5 millions d'euros le manque à gagner pour l'État que représenterait, la première année, un passage de la presse en ligne au taux super réduit de TVA à 2,1 %. Cette estimation se fonde sur une étude qui a été réalisée par le cabinet Kurt Salmon en février 2012 pour le compte de syndicats d'éditeurs. Cette étude souligne que le manque à gagner serait compensé par le développement de la filière de la presse en ligne, ce qui induirait corrélativement une hausse de la TVA perçue.

Lors de la présentation de son projet de réforme des aides à la presse, le 10 juillet 2013, la Ministre a affirmé l'engagement du gouvernement à baisser le taux de TVA des services de presse en ligne en intensifiant ses échanges avec ses partenaires et la Commission européenne pour que celle-ci intègre les services de presse en ligne dans la liste des produits pouvant bénéficier du taux de TVA réduit, lors de la réouverture de la directive TVA qui pourrait être décidée en septembre. En fonction de ces échanges, une décision formelle du gouvernement sera prise en 2014.

La situation actuelle est intenable et le rapporteur pour avis souhaite que le Gouvernement prenne ses responsabilités au plus vite.

S'il est important de préparer et d'accompagner la transition vers le numérique, ce dernier demeure un complément du papier. À cet égard, les aides à la diffusion papier demeurent un enjeu majeur pour l'avenir de la presse.

B. UNE RÉFORME GLOBALE DES AIDES À LA DISTRIBUTION VISANT L'EFFICACITÉ, LA TRANSPARENCE ET L'ÉQUITÉ DE L'INTERVENTION DE L'ÉTAT

Comme il a été indiqué précédemment, la rationalisation des aides à la distribution constitue un enjeu majeur pour améliorer l'efficacité, la transparence et l'équité de l'intervention de l'État. En 2013, ces dernières représentent 74 % du total des aides à la presse, soit 308,4 millions d'euros. Leur répartition est très déséquilibrée. En effet, près de 60 % de ce montant est alloué au transport postal alors que l'ensemble des acteurs du secteur de la presse considère aujourd'hui que

le portage constitue la solution d'avenir pour l'acheminement de la presse aux abonnés. En outre, l'aide postale ne bénéficie que pour moitié seulement à la presse d'information politique et générale.

1. L'aide au portage : une aide qui fait l'objet de critiques infondées

L'aide au portage a fait l'objet de nombreuses critiques pour des raisons très discutables, fondées sur son efficacité jugée insuffisante.

ÉVOLUTION DE L'AIDE AU PORTAGE

(en millions d'euros)

LFI 2008	LFI 2009	LFI 2010	LFI 2011	LFI 2012	PLF 2013	PLF 2014
8,25	70	70	67,9	45	37,6	36

a. *Un mode de calcul inutilement complexe et modifié en permanence*

Pour évaluer la pertinence d'une aide, il convient tout d'abord de définir clairement son objectif.

On peut distinguer deux grandes catégories d'aides.

Une première catégorie d'aides répond à un objectif d'intérêt général, qui est de « *favoriser le pluralisme, notamment celui de l'information politique et générale* ». Ces aides viennent notamment compenser des surcoûts structurels. Les aides à la distribution (aide postale, soutien à Presstalis) ou le taux réduit de TVA répondent à cette logique. On peut souhaiter cibler ces aides sur les titres qui participent le plus à l'objectif constitutionnel de pluralisme mais la mesure de leur efficacité n'est pas pertinente. La baisse de la diffusion globale de la presse IPG et la disparition de certains titres ne doivent pas, au contraire, conduire à les remettre en cause.

D'autres aides sont des mesures transitoires de soutien *punctuel* à des mutations technologiques, sociales et de marché conduites dans un contexte contraint. Les aides versées dans le cadre du fonds stratégique pour le développement de la presse ou l'aide à la modernisation sociale obéissent à cette logique. L'efficacité de ces aides a au contraire vocation à être précisément évaluée.

Alors que l'aide au transport postal est depuis toujours définie comme une aide structurelle répondant à un objectif d'intérêt général, l'aide au portage a été conçue comme une mesure de nature hybride, à la fois structurelle et transitoire. Cette contradiction a conduit à des modalités de calcul complexes et alimenté une polémique stérile et inaboutie sur son bilan et sur la bonne répartition entre aide au flux (aide à la transition) et aide au stock (aide structurelle).

Cette aide est en effet **divisée en deux parts**, dont la première dépend de la progression du nombre d'exemplaires portés au cours des deux années précédant celle de l'attribution de l'aide (« aide au flux ») et la seconde dépend du nombre total d'exemplaires portés au cours de l'année précédant celle de l'attribution de l'aide (« aide au stock »).

Les conditions d'attribution de l'aide ont été réformées chaque année, comme le montre le tableau ci-après, afin de limiter l'aide au stock, accusée d'entraîner un « effet d'aubaine » en faveur de la PQR. La part de l'aide accordée au flux est ainsi passée de 11 % en 2009 à 40 % en 2012.

RÉPARTITION DE L'AIDE ENTRE « FLUX » ET « STOCK »

Année	Variables de l'aide	Montant unitaire (en euros)	Rapport flux/stock
2009	Aide au flux	0,27	1 à 4,9
	Aide au stock	0,055	
2010	Aide au flux	0,27	1 à 6
	Aide au stock	0,045	
2011	Aide au flux	0,27	1 à 8,4
	Aide au stock	0,032	
2012	Aide au flux	0,26	1 à 15,2
	Aide au stock	0,0170	

Source : DGMIC.

Ce procès est étonnant : s'agissant des autres aides de soutien structurel au secteur (aide postale ou taux réduit de TVA), on ne saurait évidemment parler d'« effet d'aubaine ».

On ne saurait d'ailleurs parler d'effet d'aubaine en faveur de la PQR alors qu'elle déclare 85 % des volumes portés et a perçu 72 % de l'aide en 2011 et 70 % en 2012.

Ainsi, la politique de soutien au portage a-t-elle été, au cours des dernières années, imprécise dans ses objectifs et excessivement erratique dans ses modalités d'application.

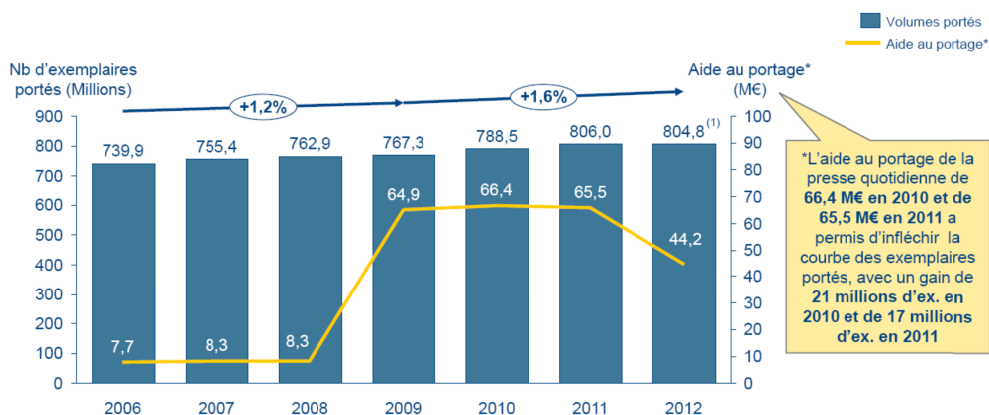
Il n'est pourtant pas possible de conduire une transformation aussi importante de filière lorsque le cadre incitatif qui la sous-tend est imprévisible. Il n'est pas davantage pertinent pour un éditeur de mettre en place un service de portage qu'il ne serait pas assuré de pouvoir le maintenir dans la durée.

b. Un bilan résolument positif en dépit d'un contexte défavorable

Et pourtant, le bilan de l'aide au portage, dans un contexte d'effondrement du marché de la diffusion, est résolument positif.

VOLUMES D'ABONNEMENTS DE LA PRESSE QUOTIDIENNE PORTÉE

- 2006-2011 -



Source : OJD, MCC DGMIC, DMM, DEPS, analyses Arthur D. Little.

* Aide au portage de la presse. Hors exonération / remboursement des charges sociales patronales pour les porteurs

1) 2011: dernière année de diffusion quotidienne de France Soir et la Tribune.

Pour la seule presse quotidienne nationale, le portage individuel a progressé de 27 % entre 2008 et 2011.

La progression relative du portage de la PQR est logiquement plus modeste (+ 5 %) car le portage structure sa diffusion depuis longtemps. Elle est néanmoins importante en volume puisque ces 5 % représentent un gain de 37 millions d'exemplaires en trois ans. Surtout, cette croissance permet de consolider la vente fidélisée dans un contexte de crise préoccupante de l'achat en magasin, qui, dans la même période, connaît une baisse de 16 % pour l'ensemble de la presse quotidienne. Quant à la distribution postale, elle a diminué de 20 % sur cette période.

Le taux de couverture du portage exprimé en nombre de communes a quant à lui augmenté de 13 % en trois ans entre 2009 et 2012 : aujourd'hui 67 % des communes de France sont desservies par le réseau de portage de la PQR.

Les agents de portage sont au nombre de 22 000 (10 000 vendeurs-colporteurs de presse et 12 000 porteurs salariés) et leur nombre a augmenté de 7 % entre 2009 et 2012.

Le bilan de l'aide au portage, pour être pertinent, doit également être réalisé à l'aune des distorsions importantes de coûts qui existent entre le postage et le

portage, au détriment de ce dernier. Cette distorsion de coût est bien le principal frein au développement du portage mutualisé. Cet élément essentiel n'a pourtant pas été pris en compte par l'étude commandée par la DGMIC au cabinet Arthur D. Little en mars 2013 dans le but d'évaluer l'aide au portage.

2. Des aides à la diffusion réparties de manière irrationnelle, opaque et inéquitable

Pour évaluer l'efficacité et l'équité des aides à la distribution, rien ne vaut quelques comparaisons simples.

En 2012, La Poste a perçu une compensation de l'ordre de 40 millions d'euros pour 10 % de la diffusion de la PQR. Dans le même temps, la PQR a perçu, au titre de l'aide au portage, qui concerne 50 % de sa diffusion, une aide de 30 millions d'euros.

L'aide au transport postal représente donc une aide moyenne de 24 centimes d'euro par exemplaire quand l'aide au portage représente une aide moyenne de 5 centimes par exemplaire !

Comme l'indique la Cour des comptes dans son rapport précité, « *D'une manière générale, l'existence d'aides au portage, au transport postal, au transport par la SNCF ou d'aides au système de distribution au numéro, sans conception d'ensemble, ni cohérence globale, a conduit avec le temps à rendre certains modes de diffusion moins chers que d'autres, sans réelle justification, ni considération tenant à la qualité du service rendu. Elle a induit, auprès des éditeurs de presse, des décisions contraires à ce qu'aurait été un choix économiquement rationnel.* »

MONTANT ANNUEL CUMULÉ DES AIDES À LA DIFFUSION PAR TITRE DE LA PRESSE QUOTIDIENNE NATIONALE

Moyenne sur la période 2009 à 2011

Titre de presse	Montant annuel moyen aide à la distribution de la PQN (en euros)	Montant annuel moyen aide au portage (en euros)	Montant annuel moyen aide au transport postal (en euros)	Montant annuel moyen aide au transport SNCF (en euros)	Total Aides (en euros)	Total / Nb ex diffusés (en centimes)
Croix (La)	212 262	700 836	5 423 210	–	6 336 309	20,02
Humanité (L')	368 279	335 178	1 815 159	–	2 518 615	17,71
Monde (Le)	4 958 357	2 111 719	5 696 638	3 989 937	16 756 651	17,13
Libération	2 648 016	2 806 216	680 688	–	6 134 920	16,79
Figaro (Le)	5 077 977	3 680 889	7 949 977	–	16 708 843	16,49
Aujourd'hui en France	9 061 136	2 335 7	247 069	–	9 331 562	15,10
Échos (Les)	923 130	728 762	2 547 283	–	4 199 175	13,64

Source : Cour des comptes (à partir de données transmises par la direction générale des médias et des industries culturelles).

Il ressort de ce tableau que le montant d'aide à la distribution par exemplaire diffusé va de 13,64 centimes d'euro pour *Les Échos* à 20,02 centimes pour *La Croix*, qui privilégie la diffusion par transport postal. On ne peut donc conclure à une stricte neutralité de l'État face aux choix de diffusion des éditeurs de presse.

3. À terme, mettre en place une aide unique et neutre à la distribution, en lieu et place des régimes d'aides existants

L'action de l'État en faveur du secteur de la presse doit être rendue plus transparente, lisible et équitable. Or en l'absence de cohérence et de vision consolidée des aides à la diffusion accordées à chaque titre, le caractère éclaté des aides à la diffusion, instaurées à des périodes différentes, avec des régimes et des bénéficiaires très divers, ne garantit absolument pas la neutralité de l'intervention de l'État vis-à-vis des choix faits par les entreprises de presse dans le mode de diffusion de leurs titres.

Le rapporteur souhaite qu'une politique plus neutre, et partant plus équitable, se substitue à l'actuelle politique de soutien spécifique à chaque mode de diffusion. Cette politique pourrait prendre la forme d'une **aide unique et globale à l'exemplaire diffusé, qui ne porterait pas sur un mode de diffusion particulier mais laisserait les entreprises de presse libres de choisir le mode le plus adapté à leurs besoins. Cette aide aurait vocation être ciblée sur les familles de presse qui ne sont pas purement récréatives.**

Cette réforme doit s'accompagner d'un effort de vérité sur les coûts du postage. En effet, le montant hors aide facturé par La Poste pour servir un quotidien (hors supplément et hors préparation) est affiché en moyenne à 66 centimes d'euro. Ce chiffre est surprenant si on le compare au prix facturé par La Poste aux quotidiens belges, qui est de 20 centimes par exemplaire acheminé. Par comparaison, lorsque la PQR porte un quotidien national sept jours sur sept, le prix moyen facturé hors aide est de 45 centimes.

4. À court terme, la nécessité de garantir un mode de calcul équitable et lisible de l'aide au portage

a. Un mode de calcul qui entraîne des distorsions contraires à l'équité

Il convient tout d'abord de souligner que l'aide au portage ne va pas à celui qui porte mais à l'éditeur du titre porté.

Le mode de calcul de l'aide au portage conduit à des écarts très importants par exemplaire porté : 2,7 centimes en moyenne pour les titres de PQR ne bénéficiant pas de l'aide aux quotidiens locaux à faibles ressources de petites annonces (QFRPA) contre 20,7 centimes en moyenne pour les quotidiens nationaux bénéficiant de l'aide aux quotidiens à faibles ressources publicitaires (QFRP).

SYNTHÈSE AIDE AU PORTAGE 2012

Rappel arrêté 2012		
Aide au flux non QFRP/QFRPA	0,26 €	Écrêtement à 0,27€
Aide au stock non QFRP/QFRPA	0,017 €	
Aide au flux QFRP/QFRPA	0,26 €	Écrêtement à 0,30€
Aide au stock QFRP/QFRPA	0,17 €	

Famille de presse	Volumes portés 2011	%	Aide 2012	%
PQRD non QFRPA	846 282 405	81,5%	24 031 224	54,3%
PQRD QFPA	31 182 856	3,0%	6 777 264	15,3%
PQN non QFRP	125 776 741	12,1%	7 482 487	16,9%
PQN QFRP	22 857 997	2,2%	5 205 605	11,8 %
TOTAL PQ	1 026 099 999	98,8%	43 496 580	98,3%
PHR	3 267 835	0,3%	196 076	0,4%
Hebdo	9 602 394	0,9%	551 339	1,2%
TOTAL	1 038 970 228	100,0%	44 243 995	100,0%

DÉTAIL TITRE À TITRE	AIDE 2012	DIFFUSION TOTALE 2011	PORTAGE INDIVIDUE (VOLUME)	PORTAG INDIVI- (%)	PORTAGE COLLECTI (VOLUME)	PORTAG COLLEC (%)	AIDE À PORTÉ (€)
L'Aine Nouvelle	53 250	19 604	9 854	100%	24	0%	0,026 €
L'Alsace	486 795	99 856	76 314	96%	3 147	4%	0,018 €
Le Berry Républicain	257 437	35 782	12 911	97%	457	3%	0,061 €
Le Bien Public	128 531	44 302	23 511	94%	1 438	6%	0,016 €
Centre Presse Poitiers	33 710	17 806	6 417	91%	609	9%	0,016 €
La Charente Libre	135 249	36 046	20 722	97%	649	3%	0,020 €
Corse Matin	171 556	41 274	15 978	83%	3 305	17%	0,025 €
Le Courrier de l'Ouest	383 536	99 231	62 648	94%	3 764	6%	0,017 €
Le Courrier Picard	213 610	59 786	36 553	98%	739	2%	0,017 €
Le Dauphiné Libéré	808 657	232 876	73 141	93%	5 321	7%	0,029 €
La Dépêche du Midi	759 727	180 969	62 849	87%	9 620	13%	0,031 €
Dernières Nouvelles d'Alsace	859 340	171 470	142 795	97%	4 513	3%	0,017 €
L'Écho Républicain de Chartres	400 315	32 195	18 571	95%	935	5%	0,063 €
L'Est Éclair	138 567	26 882	16 072	99%	223	1%	0,028 €
L'Est Républicain	549 022	155 592	69 236	87%	10 490	13%	0,020 €
L'Eveil de la Haute Loire	51 775	13 923	4 638	93%	355	7%	0,034 €
Havre Libre	30 357	11 77 3	4 534	97%	146	3%	0,021 €
Le Havre Presse Le Progrès de Fécamp	40 146	11 75 3	4 683	96%	200	4%	0,023 €
L'Indépendant	184 899	59 133	24 854	89%	3 224	11%	0,019 €
Le Journal de Saône et Loire	185 586	55 666	26 058	97%	786	3%	0,021 €
Le Journal du Centre	46 452	28 798	6 688	90%	725	10%	0,020 €
Le Maine Libre	373 594	46 145	25 061	91%	2 506	9%	0,040 €
Midi Libre	702 792	136 197	45 229	88%	5 878	12%	0,039 €
La Montagne	266 346	191 927	46 124	92%	4 016	8%	0,016 €
Nice Matin	450 519	104 138	38 488	85%	6 629	15%	0,028 €
Nord Éclair	114 3 64	25 882	17 920	94%	1 212	6%	0,017 €
La Nouvelle République du Centre-Ouest	582 613	187 974	78 601	95%	4 504	5%	0,022 €
Ouest France	6 850 089	766 970	444 987	91%	45 501	9%	0,042 €
Paris Normandie	159 587	54 351	20 692	93%	1 676	7%	0,022 €
Le Parisien	1 198 805	290 348	103 366	90%	11 44 8	10%	0,030 €
Le Populaire du Centre	71 719	42 305	7 721	84%	1 502	16%	0,025 €
Le Progrès - La Tribune/Le Progrès	1 132 698	210 596	57 606	84%	10 901	16%	0,048 €
La Provence	713 372	133 504	32 823	90%	3 651	10%	0,055 €
Le Républicain Lorrain	529 766	127 577	88 171	99%	993	1%	0,017 €
La République du Centre	101 397	41 958	14 914	91%	1 553	9%	0,020 €
Stud Ouest	1 041 881	294 301	11 4 6 88	92%	10 042	8%	0,025 €
Le Télégramme	1 498 106	211 165	155 016	97%	4 750	3%	0,027 €
L'Union-L'Ardenne	328 091	99 471	58 339	100%	243	0%	0,018 €
Var Matin	439 494	71 683	22 656	85%	3 997	15%	0,046 €
La Voix du Nord	1 179 390	266 330	187 300	96%	7 144	4%	0,017 €
Vosges Matin	155 765	45 367	21 032	93%	1 684	7%	0,019 €
L'Yonne Républicaine	80 068	34 022	16 660	98%	294	2%	0,015 €
TOTAL PQRD NON QFRPA	23 888 973	4 816 928	2 316 423	93%	180 793	7%	0,028 €
Centre Presse Aveyron	496 879	19 679	7 417	95%	391	5%	0,186 €
La Dordogne Libre	48 656	6 272	653	77%	192	23%	0,190 €
L'Écho	534 047	-	-	-	-	-	-
L'Éclair des Pyrénées - Pays de l'Adour	237 727	8 386	4 510	87%	670	13%	0,153 €
Le Journal de la Haute-Marne	988 498	25 059	16 787	99%	217	1%	0,168 €
Libération Champagne	182 671	5 520	3 453	100%	14	0%	0,174 €
La Marsellaise	798 669	-	-	-	-	-	-
Nord Littoral	333 059	9 484	5 342	97%	174	3%	0,172 €
La Nouvelle République des Pyrénées	292 672	12 205	5 645	90%	617	10%	0,153 €
Le Petit Bleu du Lot et Garonne	253 028	9 050	3 681	84%	702	16%	0,180 €
La Presse de la Manche	610 534	25 103	8 346	99%	610	83	0,210 €
Presse Océan	1 063 546	34 417	15 762	85%	2 834	15%	0,170 €
La République des Pyrénées	899 079	32 490	16 123	91%	1 664	9%	0,168 €
TOTAL PQRD QFRPA	6 739 065	187 665	87 720	92%	7 557	8%	0,173 €
Aujourd'hui en France	70 205	173 984	1 050	21%	3 973	79%	0,042 €
Les Echos	314 823	124 032	23 087	42%	31 962	58%	0,033 €
L'Équipe	2 184 625	296 239	6 288	12%	44 596	88%	0,126 €
Le Figaro	2 821 026	334 406	67 637	42%	93 140	58%	0,057 €
International Herald Tribune	163 959	226 267	2 686	21%	9 830	79%	0,042 €
Le Monde	1 619 831	325 295	60 717	52%	55 514	48%	0,046 €
Le Journal du Dimanche	308 018	258 215	967	1%	84 813	99%	0,072 €
TOTAL PQN NON QFRP	7 482 487	1 738 438	162 433	40%	323 829	60%	0,059 €
La Croix	1 858 243	107 022	13 454	69%	6 127	31%	0,312 €
L'Humanité	280 998	48 878	3 196	53%	2 860	47%	0,177 €
Libération	3 066 364	125 250	15 638	32%	33 938	68%	0,200 €
TOTAL PQN QFRP	5 205 605	281 151	32 288	43%	42 924	57%	0,228 €
TOTAL PQRD	30 628 038	5 004 593	2 404 143	93 %	188 350	7 %	0,033 €
TOTAL PQN	12 688 092	2 019 590	194 722	41 %	366 753	59 %	0,085 €

Manquant dans cette liste (diffusion non connue) mais qui ont touché une aide pour une valeur cumulée de 180 450 € :
 La Dépêche de Tahiti, Les Nouvelles de Tahiti, Les Nouvelles Caledoniennes, Le Journal de l'île de la Réunion, Le Quotidien de la Réunion.
 Source : PQR

Pourtant, rien ne justifie qu'un éditeur perçoive 2,5 centimes et un autre 25 centimes pour confier sa distribution à un même opérateur de portage qui, lui, assure le développement, la stratégie et la gestion complète du réseau.

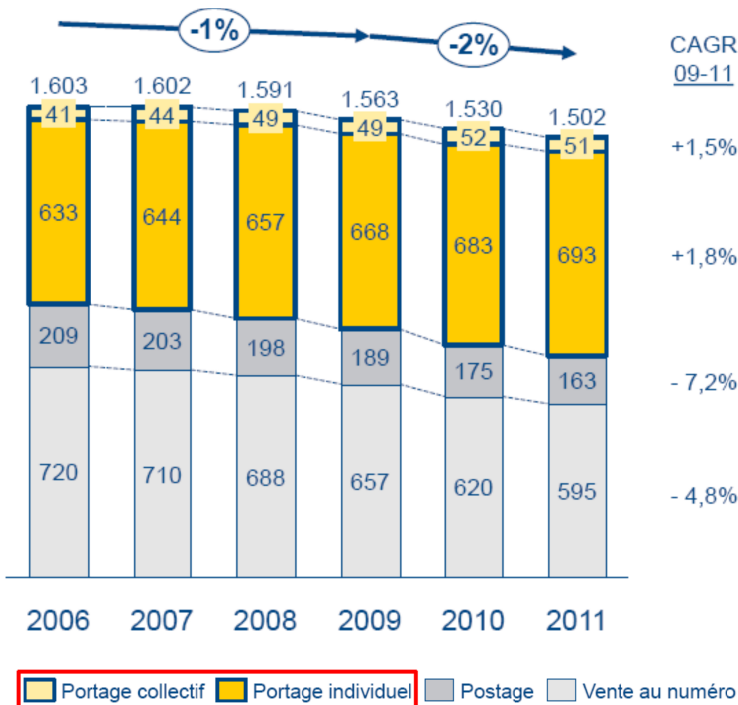
Ces distorsions sont le résultat de mécanismes non justifiés économiquement, notamment la distinction entre le flux et le stock et la prise en compte du portage de journaux par paquets (livrés notamment dans les hôtels et les aéroports).

En effet, il ressort du tableau qui précède et des graphiques ci-après que le principal « effet d'aubaine » résultant du mode de calcul de l'aide au portage n'a pas bénéficié à la PQR mais à la PQN, dont l'essentiel du portage est réalisé non pas de manière individuelle mais par paquets.

PORTAGE COLLECTIF VS. PORTAGE INDIVIDUEL

2006-2011 – Sélection quotidiens régionaux

(en millions d'exemplaires, cumul annuel)

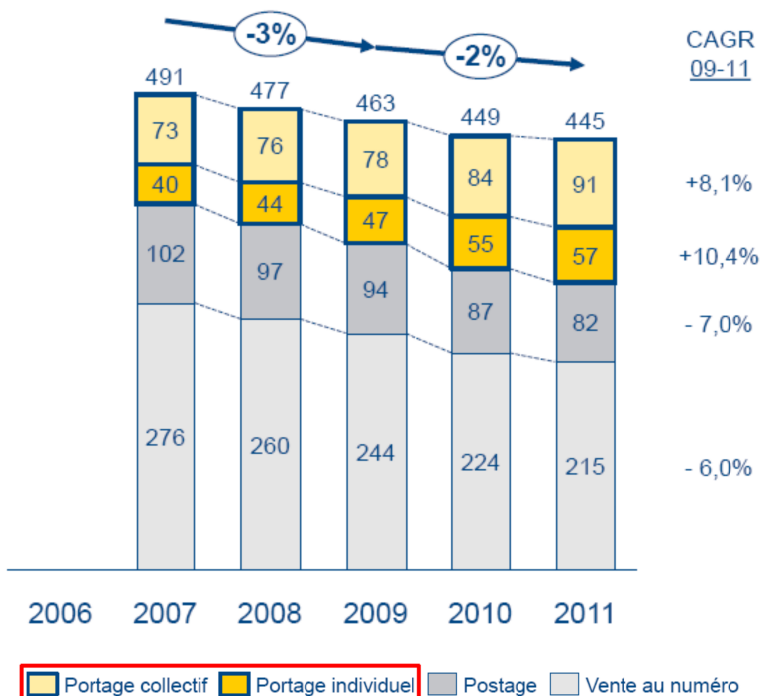


Source : analyse Arthur D. Little.

PORTAGE COLLECTIF VS. PORTAGE INDIVIDUEL

2006-2011 – Quotidiens nationaux

En millions d'exemplaires, cumul annuel



Source : analyse Arthur D. Little.

Pour mettre fin à cette distorsion, il est souhaitable que l'aide au portage soit ciblée sur le portage individuel, effectué au domicile de l'abonné.

b. Les annonces du Gouvernement laissent envisager une forte aggravation de ces distorsions

La ministre de la culture et de la communication a annoncé, le 10 juillet 2013, que les modalités de calcul de l'aide au portage seraient réformées pour encourager le portage dit « multi-titres » (portage de plusieurs titres de presse quotidienne et/ou de presse magazine d'information politique et générale) et le développement des abonnés (le flux). À cet effet, une deuxième étude va être lancée afin d'identifier les paramètres adéquats de réforme de l'aide.

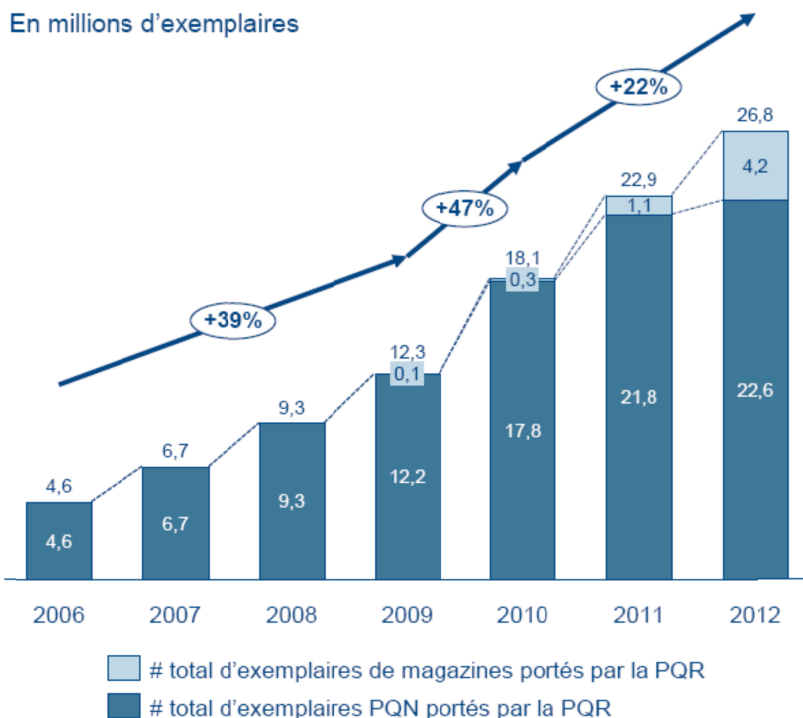
S'agissant de la mise en place d'un encouragement au portage multi-titres, il convient d'être attentif à ne pas complexifier encore davantage le mode de calcul de l'aide et de ne pas créer de nouvelles distorsions inévitables.

En effet, une « bonification » en faveur du portage multi-titres risque d'être aussi inéquitable qu'injustifiée économiquement. En tant qu'opérateur du portage, la PQR a tout intérêt à l'ouverture de son réseau aux autres formes de presse (PQN et magazines), ce qu'elle a fait avant le renforcement de l'aide au portage en 2009.

ÉVOLUTION DU MULTI-TITRES PORTÉS PAR LA PQR

2006-2012 – Sélection de 27 quotidiens régionaux

(en millions d'exemplaires)



Source : OJD, analyse Arthur D. Little.

La PQR achemine ainsi la moitié des exemplaires portés de PQN.

Les freins à une mutualisation plus poussée résident dans des contraintes horaires et de distance qui ne sont pas flexibles en fonction d'incitations financières. Des titres tels que *Le Télégramme* ou *La Montagne* seraient pénalisés par leur seule géographie, qui, en raison de leur éloignement des centres d'impression des titres de la PQN, ne leur permet pas de développer le portage multi-titres.

Par ailleurs, depuis 2012 des actions destinées à favoriser le développement du portage multi-titres peuvent être soutenues dans le cadre de la troisième section du fonds stratégique pour le développement de la presse.

En ce qui concerne la valorisation de l'aide au flux et de l'aide au stock, il serait inéquitable de renforcer encore la part de l'aide au flux au détriment du stock.

Dans un contexte de faible densité du territoire et d'augmentation des coûts logistiques, l'un et l'autre structurels, il est illusoire d'imaginer que, passé le cap du démarrage, le coût du portage devient supportable pour ceux qui en assurent le service.

Le rapporteur souhaite donc que les pouvoirs publics veillent à assurer un équilibre plus juste entre aide au flux et aide au stock lorsque sera publié l'arrêté ministériel fixant les niveaux d'aide attribués pour 2014.

Il convient enfin de veiller à éviter une autre distorsion injustifiable sur le plan de l'efficacité et de l'équité : la prime pluriannuelle dont bénéficient les titres éligibles à l'aide au flux. S'il peut être vertueux d'encourager le développement du portage par l'attribution d'une prime au motif que le recrutement d'un nouvel abonné est très coûteux sur le plan commercial, marketing et logistique, ces coûts de démarrage cessent les années suivantes. Il n'est donc pas légitime qu'un titre nouvellement porté en année « n » soit « primé » les trois années suivantes.

c. Étendre le bénéfice de l'exonération de vendeurs colporteurs au portage des magazines

Lorsqu'un porteur de presse distribue à la fois des quotidiens, y compris des gratuits, et des magazines, seule la part de son activité relative aux quotidiens fait actuellement l'objet d'une exonération partielle de charges sociales (en application de l'article 22 *bis* de la loi n° 91-1 du 3 janvier 1991 modifiée).

Il s'agit là d'un frein au développement du portage multi-titres qu'il serait souhaitable de lever.

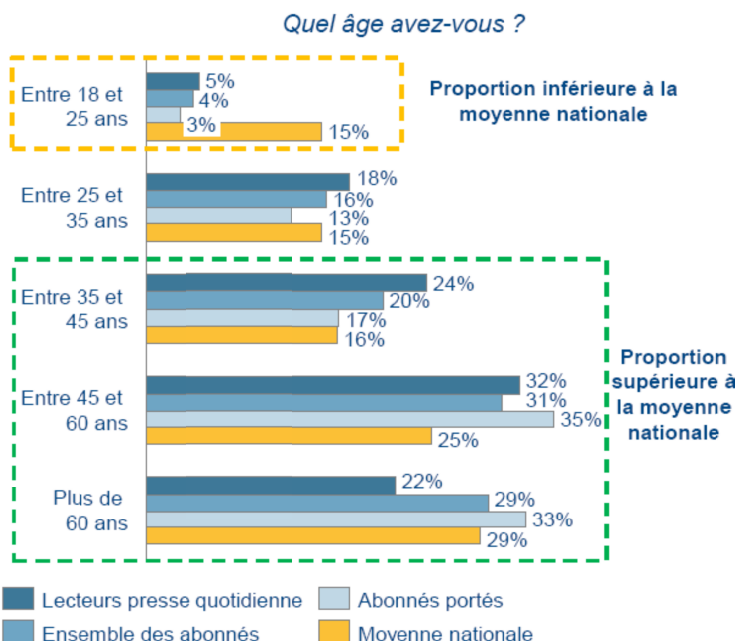
C. LA CONQUÊTE DU LECTORAT JEUNE ET DE NOUVEAUX PUBLICS

La lecture régulière de la presse écrite concerne une population vieillissante. En effet, d'après les données disponibles, dans chaque génération on lit de moins en moins la presse quotidienne payante au cours de sa vie ; d'autre part, les Français lisent de moins en moins les quotidiens, de génération en génération depuis l'après-guerre.

ANALYSE DE LA PYRAMIDE DES ÂGES DU LECTORAT

702 répondants

(% des répondants)



Source : Web Survey Arthur D. Little pour la DGMIC, INSEE 2012.

S'informer par la presse papier, et singulièrement par les quotidiens payants, apparaît donc comme une pratique culturelle fragilisée. Elle a été concurrencée de longue date par la télévision, de manière plus récente, par les quotidiens gratuits, elle l'est désormais, singulièrement pour les plus jeunes, par l'information sur Internet.

À l'issue des états généraux de la presse écrite, le 23 janvier 2009, le Président de la République a annoncé qu'il souhaitait permettre à tout jeune de 18 à 24 ans de bénéficier d'un abonnement gratuit à un quotidien, le journal étant payé par l'éditeur, le transport par l'État. Cette orientation s'est concrétisée par une augmentation de 15 millions d'euros sur trois ans des crédits accordés au fonds de modernisation de la presse afin de financer le projet « Mon Journal Offert ».

Ce projet a consisté à abonner 200 000 jeunes à un quotidien de leur choix, un jour par semaine et pendant un an. L'offre de titres a porté sur 61 quotidiens, soit la quasi-totalité des titres de la presse quotidienne nationale, régionale et départementale. La société A2Presse, spécialisée dans la gestion des abonnements, a été chargée de la collecte et de la redistribution des abonnements vers les différents titres.

Pour la saison 2009-2010, le nombre prévu de bénéficiaires a été dépassé, avec 213 000 abonnements. Une étude avait alors montré que 85 % des jeunes interrogés étaient satisfaits de l'opération. Les trois quarts des abonnements concernaient la presse quotidienne régionale, mais la presse quotidienne nationale avait réalisé une performance supérieure à son poids relatif dans la gamme des titres proposés. Pour la saison 2010-2011, 220 000 abonnements ont été distribués.

L'International Herald Tribune, Le Monde et Le Figaro ont fait l'objet d'une forte demande. Dans la presse régionale, ce sont les titres du groupe Voix du Nord qui ont enregistré les meilleures performances, ainsi que *Ouest-France, Le Midi Libre, Le Dauphiné Libéré*. Certains titres locaux ont été fortement demandés, notamment *Le Petit Bleu de l'Agenais* ou *Le Progrès de Fécamp*.

En 2011, une enquête, intitulée *Bilan d'expérience Mon Journal Offert et perspectives de développement* et réalisée par le cabinet Auxipresse, a montré que l'abonnement avait eu un impact positif sur la fréquence de lecture du quotidien auquel les jeunes s'étaient abonnés : cette fréquence était passée de 23 % à 35 % pour la lecture plus d'une fois par semaine, et de 17 % à 58 % pour la lecture une fois par semaine.

Parmi les jeunes ayant déclaré vouloir poursuivre leur pratique de lecture au-delà de l'opération Mon Journal Offert, 27 % ont indiqué vouloir s'abonner et 32 % vouloir l'acheter en kiosque. Parmi les jeunes ayant déclaré ne pas vouloir poursuivre leur abonnement, 70 % ont signalé que le coût d'un abonnement constituait pour eux un élément dissuasif. Selon les estimations, elle bénéficierait à la presse dite IPG à hauteur de 45 % de son montant.

En dépit de l'enjeu considérable que représente la reconquête du lectorat jeune, la Ministre de la culture et de la communication a mis brutalement fin à cette opération pour 2013.

Le rapporteur souhaite que l'opportunité d'une nouvelle opération en faveur du lectorat jeune soit réexaminée, selon des modalités qui pourraient être ajustées par rapport à l'opération « Mon journal offert » et en intégrant les offres numériques.

TRAVAUX DE LA COMMISSION

AUDITION DE LA MINISTRE

La Commission des affaires culturelles et de l'éducation procède, le mardi 5 novembre 2013, en commission élargie à l'ensemble des députés, dans les conditions fixées à l'article 120 du Règlement, à l'audition de Mme Aurélie Filippetti, ministre de la culture et de la communication, sur les crédits pour 2014 de la mission « Médias, livre et industries culturelles »⁽¹⁾.

EXAMEN DES CRÉDITS

*La Commission des affaires culturelles et de l'éducation examine pour avis, au cours de sa séance du mercredi 6 novembre 2013, les crédits pour 2014 de la mission « Médias, livre et industries culturelles » sur les rapports de **M. Stéphane Travert** (Audiovisuel ; Avances à l'audiovisuel public), de **M. Rudy Salles** (Presse), et de **Mme Brigitte Bourguignon** (Livre et industries culturelles).*

M. Patrick Bloche. Nous risquons d'avoir un débat analogue à celui que nous avons eu hier soir en commission élargie. Aussi, j'évoquerai, avec le bureau de la Commission, les améliorations que nous pourrions apporter à la procédure d'examen du projet de loi de finances (PLF) l'année prochaine.

D'autre part, contrairement à ce qui était prévu, la discussion du budget de la mission « Recherche et enseignement supérieur » en séance publique s'est tenue hier soir en même temps que la réunion de la commission élargie sur les crédits de la mission « Médias, livre et industries culturelles ». Certains de nos collègues ont donc été contraints de faire des allers-retours entre la salle Lamartine et l'hémicycle. De telles situations nuisent à la qualité du travail parlementaire. Je soulèverai cette question lors de la prochaine réunion de la Conférence des présidents : il convient d'éviter, à l'avenir, qu'une commission soit confrontée à l'examen concomitant de deux budgets qui relèvent de sa compétence.

Mme Marie-George Buffet. Je prends bonne note de vos propos, monsieur le président. La situation a en effet été quelque peu compliquée à gérer hier soir. Comme vous, j'estime essentiel que notre Commission écoute les rapporteurs et mène des débats de fond à partir du travail qu'ils ont réalisé. Le problème ne vient pas de notre Commission mais d'une circonstance indépendante de votre volonté, monsieur le président : nous faisons en séance publique exactement le même travail qu'en commission élargie ! Les présidents des groupes politiques devraient évoquer

(1) Cf. compte rendu de la commission élargie :

http://www.assemblee-nationale.fr/14/budget/plf2014/commissions_elargies/cr/C022.asp

cette question avec le président de l'Assemblée nationale, en vue d'améliorer la procédure d'examen du PLF l'année prochaine.

M. le président Patrick Bloche. Nous avons en effet reproduit en séance publique les débats que nous avons eus en commission élargie, en particulier pour les crédits de la mission « Enseignement scolaire » : les mêmes orateurs sont intervenus et les mêmes questions ont été posées au ministre de l'Éducation nationale.

Ce matin, nous examinons trois rapports sur les crédits de la mission « Médias, livre et industries culturelles ». Je remercie les trois rapporteurs pour avis pour leur travail approfondi, en particulier pour les auditions qu'ils ont menées : il est indispensable que notre Commission entende les personnalités responsables dans les différents domaines de sa compétence et que le résultat de ce travail d'écoute se retrouve dans les rapports pour avis.

M. Rudy Salles, rapporteur pour avis. La presse écrite est prise dans une spirale extrêmement préoccupante. La crise semble même s'être récemment aggravée, ce qui laisse craindre les pires difficultés à court et moyen termes.

Or, alors que le Président de la République s'était engagé pendant la campagne électorale à refondre totalement les aides à la presse, non pour les remettre en cause mais pour « *mieux les cibler vers le lecteur citoyen* », le projet de loi de finances pour 2014 fait l'exact inverse. Les aides à la presse subissent ainsi un recul spectaculaire de 27,6 %, passant de 395 millions d'euros en loi de finances initiale pour 2013 à 285 millions d'euros dans le présent projet de loi. Dans le dossier de presse qui accompagne le projet, on peut lire que « *la réforme des aides à la presse se met en place dès 2014 avec pour objectif de mieux accompagner les mutations rapides du secteur et de renforcer le ciblage des aides* ». Affirmation pour le moins surprenante, car le ciblage ne progresse aucunement, comme le montrent clairement les indicateurs, et le projet se borne à réduire brutalement les aides, ce qui se traduira inéluctablement par des arrêts de titres et des suppressions d'emplois.

Cette baisse soudaine touche en particulier l'aide au transport postal de la presse. Pour soutenir celle-ci face à l'aggravation de la situation économique, l'ancien Président de la République avait décidé en janvier 2009 un allègement du coût du transport postal sous la forme d'un moratoire sur les augmentations des tarifs postaux, financé par l'État. La remise en cause de ce moratoire se traduit à compter de 2014 par une diminution brutale de 31,8 millions d'euros de l'aide postale, alors que le secteur connaît une crise profonde et avant même que ne soit envisagée une réforme globale des aides à la distribution. Cette mesure, qui aura de très graves conséquences sur le secteur, a été décidée sans étude d'impact. Le ministère de la culture indique d'ailleurs ne pas en connaître l'impact par famille de presse. Au moment de voter les crédits de ce programme, souvenons-nous qu'aucune entreprise ne saurait sortir indemne de telles augmentations du coût de la distribution dans l'état actuel du marché, très détérioré depuis 2009.

Les crédits de l'aide postale – principale aide à la presse –, en diminution de 40 %, sont intégralement évacués vers la mission « Économie », Mme la ministre l'a confirmé devant nous hier soir. L'on ne peut que déplorer ce tour de passe-passe budgétaire ; il montre que les impératifs d'affichage du ministère de la culture l'ont malheureusement emporté sur l'objectif de transparence et de lisibilité de la politique de soutien à la presse.

Parallèlement au renchérissement du transport postal, le soutien au portage, alternative d'avenir à ce dernier, régresse encore. En deux ans, il aura diminué de 20 %. Alors que le Président de la République s'est engagé à maintenir cette aide cruciale à 37,6 millions d'euros jusqu'en 2015, elle a été ramenée à 28,3 millions en 2013, après mesures de gel budgétaire, ce qui correspond à une diminution de 37 % par rapport à 2012.

L'accompagnement de la mutation numérique est présenté comme une priorité, mais la presse en ligne reste pénalisée par l'application d'une TVA de 19,6 %, qui passera à 20 % à compter de janvier prochain. Il faut remédier au plus vite à cette situation intenable. La ministre a pris hier soir des engagements en ce sens : acceptons-en l'augure.

Alors que le fonds stratégique pour le développement de la presse, principale aide à la modernisation, est également présenté comme une priorité budgétaire, 35,8 % de ses crédits sont gelés en 2013 et son montant baisse de plus de 20 % en deux ans pour être ramené à quelque 30 millions d'euros. Le groupe de travail sur les aides à la presse auquel a participé notre collègue Michel Françaix, et qui a rendu ses conclusions en avril dernier, a préconisé de faire de ce fonds l'instrument central du soutien public à la presse ; on en est loin.

Ce groupe de travail a également proposé de supprimer la réduction du tarif SNCF pour le transport de la presse et d'en reverser les crédits – 4,5 millions d'euros – au fonds stratégique. Or, si la réduction du tarif SNCF est bien supprimée, les crédits correspondants ne bénéficient malheureusement pas à l'aide à la modernisation du secteur.

La fusion annoncée des trois sections du fonds stratégique afin de « supprimer tout cloisonnement entre les projets aidés » constitue une mesure de simplification bienvenue, mais c'est aussi l'unique mesure de réforme issue d'une année de réflexion sur la refonte des aides à la presse.

Quant à la presse quotidienne régionale (PQR), sur laquelle j'ai souhaité faire le point dans le cadre de cet avis, elle bénéficie d'atouts importants mais traverse une crise majeure, comme le reste du secteur.

Chaque année, la PQR diffuse 1,7 milliard d'exemplaires, ce qui représente 70 % des exemplaires diffusés par la presse d'information politique et générale et 44 % des exemplaires diffusés par l'ensemble de la presse française. Ainsi constitue-t-elle, aujourd'hui encore, le principal vecteur d'information du pays.

L'information de proximité, régionale et locale, demeure son principal atout. En outre, elle n'est pas soumise au même système coopératif de distribution que la presse quotidienne nationale, aujourd'hui en grande difficulté. Enfin, contrairement à ce que l'on entend parfois, la PQR a engagé d'importantes réformes pour s'adapter aux mutations de son environnement. Elle représente déjà un acteur majeur du numérique, grâce à une croissance de 40 % par an de l'audience de ses 45 sites, qui totalisent 16 millions de visiteurs uniques par mois.

Néanmoins, sa mutation numérique est lourdement entravée, comme celle des autres familles de presse, par le taux de TVA applicable à la presse en ligne, dont nous pouvons toutefois espérer qu'il évolue. Elle se heurte en outre à l'absence de modèle économique du développement numérique, qui génère à peine 10 % de son chiffre d'affaires. La diffusion papier demeure donc vitale, comme les aides afférentes.

Malgré les atouts dont elle dispose, la PQR traverse une crise grave, qui s'est aggravée au cours des deux dernières années. En huit ans, de 2004 à 2012, sa diffusion a perdu 800 000 exemplaires imprimés – l'équivalent du tirage d'*Ouest-France* – et l'érosion s'accélère depuis 2012. En outre, son chiffre d'affaires publicitaire connaît une baisse brutale depuis 2009 ; il a diminué de 21 % depuis 2007, ce qui représente une perte de 227 millions d'euros.

Or, mon rapport le montre, le système des aides à la presse n'est pas du tout favorable à la PQR. Alors que celle-ci diffuse 70 % des exemplaires de presse d'information politique et générale, elle a bénéficié en 2012 de seulement 25 % des aides directes. En particulier, elle ne touche qu'environ 15 % de l'aide postale, source principale d'aide, et n'est pas concernée par l'aide à la distribution des quotidiens nationaux. C'est dire l'importance de l'aide au portage pour cette famille de presse qui déclare 85 % des volumes portés.

L'Humanité, *La Croix* et *Libération* touchent respectivement 48, 32 et 27 centimes d'aide par exemplaire diffusé ; *Le Monde* et *Le Figaro* bénéficient respectivement de 19 et de 17 centimes, et les hebdomadaires d'information politique touchent de 20 à 30 centimes. Les aides à la PQR sont très inférieures : elles varient de 4 à 7 centimes selon les titres, qui sont donc moins aidés que les magazines de programmes de télévision ou que le magazine *Elle*, par exemple, qui touche 16 centimes par exemplaire.

Cette répartition inéquitable doit être rectifiée d'urgence. En 2012, La Poste a bénéficié d'une compensation d'environ 40 millions d'euros pour diffuser 10 % de la PQR, alors que celle-ci percevait, pour 50 % de sa diffusion, une aide au portage de 30 millions d'euros. L'aide au transport postal représente donc en moyenne 24 centimes par exemplaire, contre 5 centimes pour l'aide au portage.

Comme l'indique la Cour des comptes dans son rapport de juillet 2013 sur les aides de l'État à la presse écrite, « d'une manière générale, l'existence d'aides au portage, au transport postal, au transport par la SNCF ou d'aides au système

de distribution au numéro, sans conception d'ensemble ni cohérence globale, a conduit avec le temps à rendre certains modes de diffusion moins chers que d'autres, sans réelle justification ni considération tenant à la qualité du service rendu. Elle a induit, auprès des éditeurs de presse, des décisions contraires à ce qu'aurait été un choix économiquement rationnel». Une politique plus neutre pourrait donc se substituer à l'actuelle politique de soutien spécifique à chaque mode de diffusion et de tarifs administrés. Elle pourrait prendre la forme d'une aide unique et globale à l'exemplaire diffusé, ne portant pas sur un mode de diffusion particulier mais laissant les entreprises de presse libres de choisir ceux leur paraissant les plus adaptés à leurs besoins. Ces aides pourraient être ciblées sur la presse qui n'est pas purement récréative.

Cette option n'étant pas retenue pour l'instant, il convient à court terme de veiller à tout le moins à ce que le calcul de l'aide au portage n'aggrave pas les défauts du système. Or mon rapport montre que ses modalités, inutilement complexes, induisent d'importantes distorsions contraires à l'équité. Alors que l'aide au transport postal a été d'emblée définie comme une aide structurelle poursuivant un objectif d'intérêt général – la diffusion de la presse –, l'aide au portage a été conçue comme une mesure hybride, à la fois structurelle et transitoire. Cette confusion, qui explique la complexité des modalités de calcul, a nourri une polémique stérile et inaboutie sur son bilan et sur la bonne répartition entre l'aide au flux – l'incitation à la transition du postage au portage – et l'aide au stock – l'aide structurelle à la diffusion par portage. Les conditions d'attribution de l'aide ont ainsi été modifiées chaque année afin de limiter l'aide au stock, accusée d'entraîner un effet d'aubaine au profit de la PQR – ce qui n'a pas de sens puisque celle-ci déclare 85 % des volumes portés mais n'a perçu que 70 % de l'aide en 2012.

Le mode de calcul de l'aide au portage conduit à des écarts très marqués par exemplaire porté qui ne sont pas favorables à la PQR : les titres de PQR qui ne bénéficient pas des aides au pluralisme touchent 2,7 centimes en moyenne, contre 20,7 centimes pour les quotidiens nationaux qui perçoivent ces aides. Ces distorsions résultent notamment de la valorisation excessive du flux et de la prise en considération du portage de journaux par paquets. Si effet d'aubaine il y a, ce n'est pas à la PQR qu'il a bénéficié, mais à la presse quotidienne nationale, dont le portage est effectué en grande partie par paquets dans des hôtels et des aéroports et non au domicile des abonnés.

La ministre a annoncé une revalorisation supplémentaire de l'aide au flux et une bonification en faveur du portage multi-titres. De telles mesures risquent d'accentuer encore les distorsions que je viens d'évoquer et de rendre encore plus inéquitable et illisible la répartition des aides à la diffusion. Comment transformer aussi profondément une filière lorsque le cadre incitatif qui la sous-tend est imprévisible ? Pourquoi un éditeur instaurerait-il un service de portage qu'il ne serait pas assuré de maintenir durablement ?

Enfin, comme les acteurs de la PQR, je regrette vivement la suppression, dans la loi de finances initiale pour 2013, de l'opération « Mon journal offert », qui permettait d'aider la presse citoyenne à relever le défi que constitue la reconquête du jeune public, enjeu majeur.

Pour toutes ces raisons, j'émet un avis défavorable sur les crédits du programme « Presse » de la mission « Médias, livres et industries culturelles ».

M. Michel Pouzol. Le basculement en cours de l'imprimé vers le numérique et la crise larvée que connaît le secteur depuis plusieurs décennies obligent à optimiser les aides de l'État, à l'heure où de plus en plus de lecteurs, saisis par la culture de l'immédiateté, se détournent de la presse traditionnelle, qu'elle soit nationale ou régionale. Le « monde ancien de la presse papier », selon la formule issue du rapport sur les aides à la presse rendu dans le cadre du projet de loi de finances pour 2013 par notre collègue Michel Françaix, subit une mutation profonde et qui perdure. La mission à laquelle notre collègue a participé a dressé un bilan clair de la situation économique du secteur et proposé une évolution des aides d'État dont il bénéficie. Le PLF pour 2014 tient compte de certaines de ses préconisations afin de garantir aux acteurs de la presse le soutien de l'État, qui doit permettre de conforter son pluralisme, de contribuer au développement de sa diffusion et d'encourager la modernisation de ses entreprises.

Nous l'avions constaté l'an dernier : toute tentative de réforme de ces aides, notamment de celles qui touchent à la distribution, se heurte à bien des conservatismes et nourrit un climat anxigène pour un secteur fragilisé jusque dans son modèle. L'une des préconisations de la mission était de soutenir la profession par un régime uniforme de TVA au taux de 2,1 % et d'aligner le régime de la presse en ligne sur celui de la presse imprimée. Le PLF pour 2014 maintient le taux « super-réduit » de TVA dont bénéficie l'ensemble de la presse. Par ailleurs, afin de remédier à une situation paradoxale, le Gouvernement s'est engagé à ramener à 2,1 % en 2014 le taux de TVA appliqué à la presse en ligne, qui s'élève actuellement à 19,6 %. La ministre prouve ainsi sa détermination à soutenir activement un métier en pleine évolution.

L'État continuera également d'accompagner la restructuration de Presstalis, qui aurait sans doute cessé son activité sans son intervention. La médiation qui a été menée et l'accord qui en a découlé l'année dernière ont évité une catastrophe à la filière et préservé les 30 000 marchands de journaux, essentiels au système de vente traditionnel au numéro, qui dépendent de la distribution par Presstalis. Le pluralisme reste donc garanti, de même que la liberté de la presse écrite distribuée sur notre territoire. Toutefois, comme dans tout le secteur de la distribution, la vigilance reste de mise : les équilibres sont fragiles et les dispositifs doivent être clarifiés.

Le rapport de la mission coordonnée par Roch-Olivier Maistre suggérait également de réformer le fonds stratégique pour le développement de la presse, chargé d'attribuer les aides aux investissements, afin de favoriser les projets

d'avenir, l'innovation et la mutualisation. De fait, les différentes sections du fonds seront fusionnées. L'idée est de réunir plusieurs types d'aides, aujourd'hui éparses, pour en faire le principal levier d'aide à la transformation des éditeurs de presse.

J'appelle particulièrement votre attention sur la rémunération des kiosquiers et marchands de journaux, très pénalisés par la baisse des ventes et qui peinent à maintenir leur activité à l'ère du tout numérique. En 2012, 1 182 points de vente – maisons de la presse, kiosques, espaces dédiés à la presse dans les commerces – ont disparu, et les neuf premiers mois de 2013 n'ont pas été plus reluisants. Certes, le solde des fermetures et des ouvertures aboutit à une ouverture nette de 234 points de vente, ce qui laisse entrevoir une inversion de la tendance ; mais, en réalité, les points de vente spécialisés ferment et le phénomène s'aggrave. Ainsi, depuis le début de l'année, 81 librairies-papeteries incluant des espaces presse ont fermé, et les enseignes de presse ont perdu 56 points de vente. Le découragement de la profession, l'une des moins rentables du commerce de détail, appelle des mesures d'urgence. Afin de la soutenir, 4 millions d'euros sont inscrits dans le projet de loi de finances ; c'est une nouvelle encourageante, même s'il faudra réfléchir à des sources de financement plus pérennes.

L'année 2013 est par ailleurs marquée par la renégociation du contrat d'objectifs et de moyens de l'AFP. Il s'agit en particulier de clarifier les relations financières entre l'État et l'Agence, en distinguant, dans le soutien public qui lui est apporté, les abonnements proprement dits de la compensation des missions d'intérêt général que la loi « Warsmann » lui a confiées. Nous attendons donc avec impatience les conclusions du rapport de la mission parlementaire confiée à Michel Françaix en septembre dernier et chargée de proposer un nouveau modèle qui permette à l'AFP de garantir son indépendance éditoriale et de trouver des sources de financement durables.

Nous ne pouvons que nous réjouir d'un budget qui donne toute sa chance au numérique, qui préserve la diffusion de la presse écrite par tous les canaux, encourage l'innovation et la mutualisation, instaure des outils de gestion, améliore la transparence et le contrôle. Il faudra réfléchir plus avant à l'avenir de notre presse, sans idées préconçues ni tabou : c'est le chantier qui nous attend pour les années à venir. Pour l'heure, le groupe SRC votera naturellement ces crédits.

Mme Virginie Duby-Muller. Pour le groupe UMP, la mission « Médias » est victime de la baisse globale du budget du ministère de la culture, qui devait pourtant être sanctuarisé. Le programme 180 n'échappe pas à cette tendance, puisqu'il est doté de 258,06 millions euros en autorisations d'engagement, contre 265,4 millions en 2013. On le voit, les aides à la presse sont dans le viseur du Gouvernement comme de la Cour des comptes. Le Président de la République, qui avait promis de refondre ces aides sans pour autant les remettre en cause, n'a, une fois de plus, pas tenu parole.

Les crédits alloués à l'AFP, versés cette année encore sous la forme d'abonnements souscrits par les administrations, augmentent de 3,4 millions

d'euros et les aides à Presstalis sont sanctuarisées à hauteur de 18,9 millions environ. Mais il ne s'agit que d'exceptions. L'exercice 2014 est marqué par la fin de la compensation par l'État du moratoire sur l'augmentation des tarifs postaux issue des accords Schwartz, ainsi que par la fin des aides SNCF, ce qui représente une baisse de près de 55 millions d'euros de crédits.

L'ouverture d'une réflexion sur la complémentarité des modes de diffusion – postage, portage et vente au numéro – ne compensera nullement la hausse considérable du coût du postage pour un grand nombre de parutions qui ne peuvent être acheminées autrement que par voie postale, notamment dans les zones rurales. La suppression annoncée va donc se traduire par une hausse prohibitive du coût du postage rapporté au chiffre d'affaires de ces parutions. C'est notamment le cas de la presse d'information spécialisée, presque entièrement diffusée par voie postale dans le cadre d'abonnements. Nous regrettons que cette décision, dont les conséquences pour l'emploi risquent d'être lourdes alors que le secteur est déjà en crise, n'ait fait l'objet d'aucune étude d'impact. La diffusion a diminué de 4,4 % en un an et le mois d'octobre s'est révélé particulièrement sombre pour le secteur des médias où, si l'on cumule les annonces récentes, au moins un millier d'emplois sont menacés, selon un article paru dans *Le Monde* le 26 octobre dernier.

Le Gouvernement prend également acte de la fin de la politique de soutien au portage. Pourtant, à en croire le rapport sur les aides à la presse remis à la ministre le 2 mai dernier par un groupe d'experts animé par M. Roch-Olivier Maistre, « *le basculement vers le portage constitue l'un des changements majeurs à réussir, au même titre que la mutualisation ou la mutation numérique* ». L'étude sur le bilan de l'aide au portage commandée en mars dernier par la Direction générale des médias et des industries culturelles au cabinet Arthur D. Little et citée par Rudy Salles dans son rapport confirme que le portage est le meilleur canal de distribution de l'abonnement, offrant un meilleur taux de fidélisation qu'auprès des abonnés postés. Mais l'aide au portage diminue et ne bénéficie pas des crédits issus de la suppression du moratoire. Cela témoigne d'une profonde incohérence.

La presse papier a pourtant fait des efforts considérables en s'adaptant à l'apparition du numérique, qui apporte plus d'interactivité et correspond aux nouvelles exigences du lectorat. De multiples offres d'abonnement fondées sur le principe de la complémentarité éditoriale sont désormais proposées, au-delà d'une simple présentation du format papier sous format PDF.

Comme le montre très bien le rapport, la presse quotidienne régionale, premier vecteur d'information de proximité, subit elle aussi la baisse des recettes publicitaires et du nombre de lecteurs, mais a su s'adapter aux mutations de son environnement. Toutefois, le système d'aide actuel, rapporté à l'exemplaire diffusé, lui est très défavorable : les aides devraient être plus équitablement réparties, car les disparités sont importantes, comme en attestent les exemples cités par notre rapporteur.

En conclusion, la crise de la presse et le développement d'Internet appellent un nouveau modèle, propre à garantir la survie du secteur. Le gel et le surgel de l'aide au portage, canal incontournable d'acheminement de la presse, révèlent l'absence de stratégie et l'incohérence du ministère de la culture : pour protéger l'avenir de la presse écrite, il aurait fallu au contraire assurer au portage un financement pérenne et pluriannuel.

M. Thierry Braillard. Au nom du groupe RRD, je félicite M. Rudy Salles pour son rapport, et je m'émerveille de son art consommé du maniement des chiffres.

Selon une étude récente, pour s'informer, les Français âgés de plus de 40 ans combinent presse écrite, télévision et Internet ; ceux qui sont âgés de 20 à 40 ans s'en tiennent principalement à la télévision et à Internet, les moins de 20 ans se contentant d'Internet. Ces résultats ne peuvent qu'inquiéter les défenseurs de la presse écrite que nous sommes.

Certains estiment que la presse écrite ne serait pas assez rentable parce qu'elle ne se serait pas tournée assez rapidement vers l'Internet ; mais, en réalité les sites Internet des journaux, certes indispensables pour répondre à la demande des lecteurs, ne sont pas rentables. En effet, le manque de flexibilité de la convention collective nationale des journalistes conduit souvent à confier à de nouvelles recrues la rédaction des contenus en ligne, ce qui engendre un coût que les recettes publicitaires supplémentaires suffisent rarement à couvrir.

En d'autres termes, toute la presse est fragilisée, ce qui justifie pleinement l'aide que nous lui apportons. À ce sujet, le rapporteur pour avis signale à nouveau l'opacité de la répartition des aides. Elle est effectivement opaque, au point que j'ai dû renoncer à m'en procurer la liste, mais les chiffres cités montrent qu'elle n'est ni juste ni équitable. Toutefois, si l'aide à la presse quotidienne nationale perd 500 000 euros, le montant de l'aide à la presse quotidienne régionale reste stable. Elle ne représente toutefois que 12,5 % de l'aide au pluralisme – 25 % si l'on y ajoute l'aide aux hebdomadaires régionaux, ce qui montre le peu de considération dont bénéficie la presse régionale dans son ensemble.

Nous voterons en faveur des crédits du programme, mais les questions soulevées par le présent rapport et par celui de Michel Françaix devront être débattues.

Mme Marie-George Buffet. Au nom du groupe GDR, je félicite à mon tour le rapporteur pour avis de son travail et de son choix d'étudier plus particulièrement la PQR à l'heure où des journaux aussi anciens que *Nice Matin* sont touchés et alors que le groupe Centre France-*La Montagne* vient d'annoncer la suppression de 230 emplois.

La presse écrite n'est pas un malade condamné dont nous devrions accompagner la longue agonie : notre rôle est d'aider la profession à identifier les complémentarités entre le journal écrit, porté, acheté, et le numérique.

Nous devrions agir plus particulièrement dans trois domaines. Premièrement, l'accord relatif à Presstalis a permis d'éviter la disparition de l'entreprise, qui aurait porté un coup fatal à la distribution, mais l'équilibre sera impossible à atteindre aussi longtemps que coexisteront deux messageries concurrentes dont l'une choisit les magazines les plus rentables pendant que l'autre est astreinte à distribuer la presse quotidienne. Il faut aller vers la constitution d'une coopérative unique.

Ensuite, comme l'a dit le rapporteur pour avis, il faut cibler les aides : on ne peut continuer d'aider de la même manière les magazines de télévision et la presse citoyenne d'intérêt général. Il convient donc de réaffecter les aides sans en réduire le montant global.

Enfin, nous devons aider les diffuseurs – ce qui n'est pas contradictoire avec l'aide au portage –, notamment en rapprochant points de vente et clients.

Avec notre collègue Michel Françaix et toutes les organisations professionnelles et syndicales du secteur, j'ai organisé à l'auditorium du *Monde*, au printemps, une réunion qui a permis d'élaborer une proposition de loi sur le sujet. J'en appelle au Gouvernement afin que notre réflexion débouche sur un texte législatif réformant les aides en vigueur.

M. Hervé Féron. Le contraste entre l'ancrage territorial de la PQR et l'audience mondiale d'Internet suffit-il à expliquer les difficultés de ce secteur à passer au numérique ? Comment lui permettre de retrouver en ligne les spécificités qui ont fait son succès ?

Vous proposez, monsieur le rapporteur, de reconquérir le lectorat jeune par une nouvelle opération aménageant les modalités du projet « Mon journal offert ». Ne peut-on le faire par d'autres moyens ?

Mme Dominique Nachury. Le PLF pour 2014 met fin à la compensation du moratoire sur l'augmentation du coût du transport postal décidé en 2009. Le 10 juillet dernier, la ministre a annoncé une mesure spécifique de sortie supportable du moratoire pour la presse d'information politique et générale. De quoi s'agit-il ? N'aurait-il pas été logique de reverser à l'aide au portage les crédits dégagés par la suppression du moratoire ?

M. Rudy Salles, rapporteur pour avis. Monsieur Pouzol, notre collègue Michel Françaix, qui appartient à votre groupe, a dressé l'année dernière un état des lieux intéressant, au terme duquel il appelait avec raison à une refonte totale du dispositif. Or le PLF ne prévoit aucune réforme, se contentant de réduire le montant des aides. Quant à la fusion des trois sections du fonds stratégique, c'est une

mesure de simplification qui est surtout cosmétique, hélas. Enfin, la situation des diffuseurs est préoccupante, comme en atteste la fermeture de nombreux points de vente, mais la réduction de l'aide postale ne contribuera pas à revaloriser leur rémunération, qui pâtit de la crise des niveaux 1 et 2 du système de distribution. Sur ce point, notre inquiétude demeure donc vive.

S'agissant du basculement vers l'Internet, la presse est au milieu du gué, contrainte de se moderniser et d'être inventive pour préserver l'attrait du journal papier, mais aussi de proposer des sites Internet performants, ce qui suppose des investissements considérables, sans la moindre garantie de rentabilité, faute de modèle économique. En outre, les recettes publicitaires de la presse papier baissent et la publicité en ligne est faiblement rémunérée. La presse papier va-t-elle disparaître ? Nul ne le sait, nul ne maîtrise le calendrier.

La ministre nous a assuré hier soir que l'on irait vers une TVA à 2,1 %, sur la presse en ligne ce qui résorbera fort heureusement un écart considérable.

La nécessité d'une plus grande transparence dans la répartition des aides a été évoquée. Des efforts ont été réalisés – ainsi la direction générale des médias et des industries culturelles du ministère publie-t-elle désormais en ligne le montant des aides directes par titre – mais il faut aller plus loin et rendre public les montants des aides indirectes et les montants rapportés au nombre d'exemplaires diffusés. Cela mettrait en évidence les distorsions que j'ai évoquées précédemment.

Je ne peux conclure sans lancer l'alarme. Les entreprises de presse sont extrêmement inquiètes quant à leur avenir et nous avons lieu de l'être également. La presse, fenêtre de la démocratie, est en danger. Elle affronte la révolution numérique et son lectorat vieillit sans que nul ne sache s'il se renouvellera. Nous devons faire preuve de la plus grande vigilance pour que la presse française continue d'exister.

M. le président Patrick Bloche. Je vous remercie, monsieur Salles, d'avoir mis en exergue ce sujet fédérateur, qui doit nous mobiliser tous, quelles que soient nos appartenances politiques.

La commission donne un avis favorable à l'adoption des crédits pour 2014 de la mission Médias, livre et industries culturelles.

ANNEXE : LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES

(par ordre chronologique)

- **Autorité de régulation de la distribution de la presse (ARDP)** – **M. Roch-Olivier Maistre**, président
- **Direction générale des médias et des industries culturelles du ministère de la culture et de la communication (DGMIC)** – **Mme Laurence Franceschini**, directrice générale, **Mme Sylvie Clément Cuzin**, directrice de la presse écrite, et **Mme Sophie Faure-Wharton**, chef du bureau du régime économique de la presse et des métiers de l’information
- **M. Jean-Marie Charon**, sociologue, spécialiste des médias
- **Fédération des entreprises de veille media (FEVEM)** – **M. Alexis Donot**, président, président d’Argus de la presse, **Mme Stéphanie Hatte**, membre de la Fevem, Argus de la presse, **M. Christophe Dickès**, trésorier, Kantar media, et **Mme Valérie Jarry**, consultante
- **Syndicat de la presse indépendante d’information en ligne (SPIIL)** – **M. Maurice Botbol**, président et président d’Indigo publications, et **M. Edwy Plenel**, secrétaire général et président de Médiapart
- **Agence France Presse (AFP)** – **M. Emmanuel Hoog**, président
- **Syndicat national des journalistes (SNJ)** – **Mme Dominique Pradalié**, porte-parole, **M. François Ollier**, secrétaire général, et **M. Jean-Pierre Frappier**, membre du bureau national
- **Syndicat de la presse quotidienne régionale (SPQR)** – **M. Jean Viansson Ponté**, président, et **Mme Haude d’Harcourt**, conseillère chargée des relations avec les pouvoirs publics
- **M. Patrick Eveno**, professeur à l’université de Paris I Panthéon-Sorbonne en histoire des médias
- **Syndicat de la presse hebdomadaire régionale (SPHR)** – **M. Bruno Hocquart de Turtot**, directeur
- **Syndicat de la presse quotidienne nationale (SPQN)** – **M. Marc Feuillée**, président, et **M. Denis Bouchez**, directeur
- **Fédération nationale de la presse spécialisée (FNPS)** – **M. Christian Bruneau**, président, **Mme Catherine Chagniot**, directrice, **M. Charles Vallée**, premier vice-président, **Mme Marianne Bérard-Quélin**, vice-présidente, et **M. Jacques Louvet**, trésorier et président d’honneur
- **Metronews** – **M. Edouard Boccon-Gibod**, président
- **Messageries lyonnaises de presse (MLP)** – **M. Leonidas Kalogeropoulos**, président du cabinet *Médiation et arguments*, conseil des messageries lyonnaises de presse