



N° 256

ASSEMBLÉE NATIONALE

CONSTITUTION DU 4 OCTOBRE 1958

DOUZIÈME LÉGISLATURE

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 10 octobre 2002

RAPPORT

FAIT

AU NOM DE LA COMMISSION DES FINANCES, DE L'ÉCONOMIE GÉNÉRALE ET DU PLAN SUR
LE PROJET DE **loi de finances pour 2003** (n° 230),

PAR M. GILLES CARREZ,
Rapporteur Général,
Député.

ANNEXE N° 12 – 2^{ème} partie

CULTURE ET COMMUNICATION : COMMUNICATION

Rapporteur spécial : M. PATRICE MARTIN-LALANDE

Député

SOMMAIRE

	Pages
INTRODUCTION	
LES PRINCIPAUX POINTS DU RAPPORT	
CHAPITRE PREMIER – AUDIOVISUEL PUBLIC : UNE ANNEE DE CONSOLIDATION BUDGETAIRE POUR MIEUX PREPARER L'AVENIR	
I.– LE BUDGET DE L'AUDIOVISUEL PUBLIC POUR 2003 : LA CONSOLIDATION	
II.– DES BUDGETS DE TRANSITION POUR LES DIFFERENTES SOCIETES AUDIOVISUELLES	
III.– 2003, ANNÉE RICHE D'ENJEUX POUR L'AUDIOVISUEL	
CHAPITRE II – PRESSE : LE SOUTIEN DE L'ÉTAT PLUS NÉCESSAIRE QUE JAMAIS.....	7
I.– UN SECTEUR QUI SUBIT DES DIFFICULTÉS STRUCTURELLES ET CONJONCTURELLES IMPORTANTES	7
A.– UNE TENDANCE DE FOND A LA DIMINUTION DU LECTORAT.....	7
B.– UNE ÉVOLUTION ÉCONOMIQUE PRÉOCCUPANTE EN 2001 ET 2002	8
II.– LA CONSOLIDATION DES AIDES DIRECTES	10
A.– UN FINANCEMENT GLOBALEMENT MAINTENU GRACE A UN REDEPLOIEMENT DE RESSOURCES	11
1.– Une présentation des crédits perfectible.....	11
2.– Les aides à la diffusion et à la distribution : la préservation des moyens grâce à l'utilisation des reports du fonds de modernisation.....	14
a) <i>Les compensations des réductions tarifaires accordées par la SNCF</i>	<i>14</i>
b) <i>L'aide à la transmission par fac-similé.....</i>	<i>15</i>
c) <i>Le Fonds d'aide à l'expansion de la presse à l'étranger</i>	<i>16</i>
d) <i>L'aide au portage.....</i>	<i>16</i>
e) <i>L'aide à la distribution des quotidiens nationaux d'information générale et politique</i>	<i>19</i>
• <i>L'accord de cessation anticipée d'activité de certains travailleurs salariés</i>	<i>19</i>

• <i>Une mobilisation complémentaire des aides à la presse</i>	20
• <i>Les résultats obtenus.....</i>	20
• <i>Le maintien de l'effort prévu en 2003.....</i>	21
• <i>Un problème qui demeure : la situation préoccupante des diffuseurs.....</i>	22
<i>f) L'aide à la diffusion de la presse hebdomadaire régionale d'information politique et générale</i>	22
3.– Une amélioration ciblée des aides concourrant au maintien du pluralisme de la presse	23
<i>a) Les quotidiens nationaux à faibles ressources publicitaires</i>	23
<i>b) Les quotidiens régionaux à faibles ressources de petites annonces.....</i>	25
4.– L'aide au multimédia : des crédits qui restent limités, et une gestion à régulariser	27
B.– UNE MEILLEURE MOBILISATION DES RESSOURCES DU FONDS DE MODERNISATION DE LA PRESSE QUOTIDIENNE	29
1.– Des perspectives de recettes plutôt favorables.....	29
2.– Le bilan satisfaisant de l'utilisation des fonds.....	30
3.– Quelles perspectives pour l'évolution du fonds ?	32
III.– LES INTERROGATIONS QUI PESENT SUR LES AIDES INDIRECTES À LA PRESSE	33
A.– UN MONTANT GLOBAL EN PROGRESSION.....	33
B.– L'AIDE POSTALE : UNE RENÉGOCIATION INÉLUCTABLE DU PARTAGE DES COUTS, QUI DOIT RESPECTER LES CONTRAINTES DE CHACUN DES ACTEURS.....	34
C.– DES AIDES FISCALES DEVENUES TRADITIONNELLES	38
1.– Le régime spécial des provisions pour investissement des entreprises de presse.....	38
2.– L'exonération de taxe professionnelle.....	39
3.– Le régime particulier de la TVA sur la presse	39
IV.– L'AFP : UNE PRIORITÉ RECONNUE ET SOUTENUE EN 2003.....	40
1.– DES CONDITIONS DE GESTION DIFFICILES.....	40
2.– UN EFFORT BUDGÉTAIRE AU RENDEZ-VOUS EN 2003	42
3.– DES ÉVOLUTIONS NÉCESSAIRES A MOYEN ET PLUS LONG TERMES.....	42
V.– LES AGENCES DE PHOTOS : UNE MUTATION TRES BRUTALE	43
CHAPITRE III – INTERNET : UN RETARD A COMBLER	44
I.– UN CONTEXTE APPAREMMENT DIFFICILE, MAIS DES PERSPECTIVES QUI TENDENT A S'ÉCLAIRCIR.....	44
A.– UNE INTERACTION CROISSANTE ET INCONTOURNABLE AVEC LES QUESTION DE COMMUNICATION	44
B.– UN CONTEXTE GLOBAL ORIENTÉ VERS LA FIN DE LA CONVERGENCE ?	45

C.- DES PERSPECTIVES FAVORABLES AU DÉVELOPPEMENT DU COMMERCE LECTRONIQUE.....	46
II.- DES ATTENTES FORTES QUANT À L'ACTION DU GOUVERNEMENT.....	46
A.- LE BILAN DE L'ACCES A L'INTERNET N'EST PAS SATISFAISANT	46
B.- QUELLES PERSPECTIVES LÉGISLATIVES ET RÉGLEMENTAIRES ?.....	48
C.- UNE FISCALITÉ CONTRE-PRODUCTIVE ET PARADOXALE DES PRODUITS ÉLECTRONIQUES ET DE L'INTERNET	50
D.- LES DROITS D'AUTEURS : UN PROBLEME DIFFICILE QUI EXIGE POURTANT UNE RÉPONSE RAPIDE.....	51
EXAMEN EN COMMISSION.....	53
Article 48.....	56
<i>Autorisation de perception des taxes parafiscales rattachées.</i>	56
<i>(ligne n° 35 de l'état E annexé)</i>	56
<i>Répartition, entre les organismes du secteur public de la communication audiovisuelle, des ressources publiques affectées au compte spécial n° 902-15.</i>	57
ANNEXE 1 : LE PERIMETRE DE FRANCE-TÉLÉVISIONS	58
ANNEXE 2 : LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES	59

CHAPITRE II – PRESSE : LE SOUTIEN DE L’ÉTAT PLUS NECESSAIRE QUE JAMAIS

La construction des aides à la presse ne se singularise pas en France par la simplicité. Elles prennent en effet trois formes très différentes :

– des aides budgétaires directes aux entreprises de presse ou de diffusion (sur crédits budgétaires ou sur le compte d’affectation spéciale pour la modernisation de la presse) ;

– des aides indirectes, notamment fiscales, et surtout postales dans le cadre du soutien à la diffusion des abonnements par courrier ;

– enfin, la prise en charge d’une partie des abonnements de l’AFP, qui ne peut, à l’évidence, s’analyser simplement comme une aide à la presse française. Les abonnements de l’administration représente pourtant le plus important montant de crédits publics consacrés, directement ou non, à l’action de l’État en faveur de la presse.

Cette relative complexité, que des « esprits chagrins» pourraient appartenir à une certaine forme de saupoudrage, n’a toutefois pas permis de pallier l’ensemble des difficultés que doit affronter la presse française, ou, du moins, une certaine partie de la presse française : celle, précisément, qu’il convient sans doute le plus d’aider pour des raisons de pluralisme démocratique et d’indépendance de l’information.

I.– UN SECTEUR QUI SUBIT DES DIFFICULTÉS STRUCTURELLES ET CONJONCTURELLES IMPORTANTES

A.– UNE TENDANCE DE FOND A LA DIMINUTION DU LECTORAT

La lecture de la presse connaît en France une évolution tendancielle préoccupante. En effet, **si la lecture des livres et des magazines s’avère relativement stable en longue période, celle des quotidiens, et en particulier leur lecture régulière, s’effrite considérablement**. La proportion de lecteurs de quotidiens est ainsi passée de 55 % en 1973, à 43 % en 1988, puis à 36 % en 1997. Cette tendance de fond n’a sans doute guère été modifiée depuis les cinq dernières années, d’autant que la propension à la lecture de la presse décroît très fortement pour les générations les plus jeunes. La génération des 15 à 35 ans lit ainsi, en proportion, deux fois moins que les plus de 55 ans⁽¹⁾. Si cet écart se justifie partiellement par l’importance respective des loisirs, il ne peut cependant guère, mécaniquement, conduire à un renouvellement systématique du lectorat.

⁽¹⁾ La proportion des 16-34 ans lisant un quotidien tous les jours ou presque s’élèvait en 1997 à moins de 25 %, contre plus de 50 % pour les plus de 55 ans.

ÉVOLUTION DE LA LECTURE EN FRANCE

(en %)	1989	1997
Lisent un quotidien	79	73
<i>Dont tous les jours ou presque</i>	- 43	- 36
<i>Dont quotidiens nationaux (au moins 3 fois par semaine)</i>	- 17	- 13
<i>Dont quotidiens régionaux (au moins 3 fois par semaine)</i>	- 43	- 38
Lisent régulièrement un magazine	86	84
Ont lu au moins un livre dans les 12 derniers mois	75	74
<i>Dont de 1 à 24 (soit 2 par mois)</i>	57	57

Source : Ministère de la Culture et de la Communication

Par ailleurs, l'évolution des **prix de vente**, en conséquence en partie de la baisse de la diffusion, ne peut pas, à moyen et à long termes, conduire à relever le niveau de lecture des quotidiens. En effet, en 2001, le prix moyen de vente au numéro des quotidiens locaux français⁽²⁾ s'élevait à 67 centimes, et à 1,07 euro pour les quotidiens nationaux. Ces montants doivent être comparés aux 36 centimes du quotidien allemand, 59 centimes du quotidien britannique, et, *a contrario*, aux 1,55 euro du quotidien danois, le seul plus cher que le français parmi les membres de l'Union européenne.

Aussi l'intervention des pouvoirs publics paraît-elle **amplement justifiée**, pour tenter de contrecarrer une évolution qui pourrait apparaître comme fatale pour le secteur, dans les deux sens du mot.

B.- UNE ÉVOLUTION ÉCONOMIQUE PRÉOCCUPANTE EN 2001 ET 2002

Les éditeurs de presse écrite ont réalisé, en 2001, un chiffre d'affaires de 10,6 milliards d'euros pour la presse, en diminution de 1 % par rapport à 2000.

Les recettes de ventes se sont, pour leur part, avérées en progrès (de + 1,9 %), grâce à la croissance très soutenue des ventes par abonnements (+ 5,9 %). En revanche, les ventes au numéro poursuivent leur lente érosion (- 0,2 %).

Mais la **publicité**, qui constitue la deuxième source de financement (43,6 %) après les ventes, a connu un recul marqué, pour la première fois depuis 1994, avec une baisse, très sensible, de 4,5 %. **Cette diminution, faisant suite à deux années exceptionnellement favorables**, doit cependant être relativisée : les ressources publicitaires sont, en effet, demeurées supérieures de 13,8 % au niveau constaté en 1998.

⁽²⁾) Données de la direction du développement des médias, Info-médias juin 2002 n°6.

La faiblesse du marché publicitaire est imputable à plusieurs facteurs, dont trois principaux, qui font encore sentir leurs effets aujourd’hui :

- les déconvenues boursières des entreprises de la nouvelle économie, qui avaient précisément beaucoup investi dans la communication en 1999 et 2000 ;
- les incertitudes consécutives aux événements du 11 septembre 2001, qui ont amené certains secteurs (tourisme, transports, ...), à revoir drastiquement à la baisse leurs dépenses publicitaires ;
- la baisse des recettes d’annonces d’offres d’emplois, consécutive au ralentissement conjoncturel.

Par ailleurs, la **concentration importante du marché publicitaire, notamment des petites annonces, sur un nombre de groupes qui se restreint progressivement**, peut avoir des conséquences différentes suivant l’équilibre des ressources des titres et leur dépendance économique à ces recettes commerciales.

Le fort recul du marché publicitaire a **particulièrement affecté la presse nationale** générale, en particulier quotidienne, dont le modèle économique est, de manière générale, le plus fragile. Pour celle-ci, le chiffre d’affaires a baissé de 8,9 %, la hausse des ventes, pourtant significative (+ 2,1 %), ne suffisant pas à compenser l’effondrement des petites annonces (de 21 %) et de la publicité commerciale (– 16 %). Les autres segments ont mieux supporté l’année 2001, qu’il s’agisse de la presse quotidienne locale (+ 0,7 % de chiffre d’affaires), de la presse spécialisée grand public (0 %), de la presse spécialisée technique et professionnelle (– 1,5 %), ou de la presse gratuite d’annonces (+ 3,9 %). Le **développement des gratuits, qui drainent une partie des recettes publicitaires**, participe ainsi, pour une part sans doute non négligeable, des difficultés des quotidiens classiques.

L’année 2002 ne se présente pas véritablement sous de meilleurs augures, avec la poursuite des tendances constatées l’an passé. Les difficultés, pour la première fois, affecteraient également la presse générale régionale. En effet, l’année **2002 va s’avérer difficile pour cette dernière**, puisqu’elle doit subir, exceptionnellement, à la fois la poursuite de la baisse tendancielle de ses ventes (– 2,5 % depuis le début de l’année 2002), et la diminution exceptionnelle de ses recettes commerciales (– 2,3 % de chiffre d’affaires sur le premier semestre 2002, en raison de la forte baisse des petites annonces). Ces perspectives difficiles font suite à un exercice 2001 lui-même peu favorable, avec un résultat d’ensemble positif mais réduit à 36 millions d’euros sur un chiffre d’affaires de 2,4 milliards d’euros. L’année 2002 devrait ainsi se traduire pour le secteur, au mieux, par un équilibre sans profit, et plus vraisemblablement par un déficit, ce qui **remettrait en question la solidité présumée du modèle économique de la PQR**. Les prévisions pour 2003 ne sont guère plus favorables.

II.- LA CONSOLIDATION DES AIDES DIRECTES

Les aides budgétaires directes ont **deux sources budgétaires**, liées à leur mode de financement :

– d'une part, les subventions et avances financées sur un chapitre spécifique du budget des Services généraux du Premier ministre, c'est-à-dire financées par la mutualisation budgétaire et donc la **fiscalité générale de l'État** ;

– d'autre part, les subventions et avances financées par le fonds de modernisation et de diffusion de la presse, c'est-à-dire supportées, ou permises, par le **produit d'une taxe spécifique**, d'ailleurs créée à cet effet, et **perçue au taux de 1 % sur la publicité hors médias**.

Cette dualité, qui n'est d'ailleurs pas spécifique à la presse puisqu'elle se retrouve par exemple pour le sport⁽³⁾ ou le petit commerce⁽⁴⁾, pourrait conduire à un tassement progressif des subventions budgétaires, en particulier dans des circonstances économiques et budgétaires relativement tendues. Une telle pratique est en effet assez classique, comme en attestent les deux cas précités : les autorités budgétaires tendent en effet alors à considérer que, bien qu'opposées par principe à l'affectation de ressources à des dépenses données, quelle que soit leur noblesse et leur justification, ces ressources affectées peuvent utilement se substituer progressivement aux ressources rares du budget général, fût-ce, parfois, au prix d'un relèvement de la fiscalité spécifique ainsi affectée.

Il y a lieu, s'agissant de la presse, de constater que tel est bien le cas dans le projet de budget proposé pour 2003. Votre Rapporteur spécial se doit de relever ce paradoxe budgétaire, tout en constatant que, **sur le fond, le projet du Gouvernement permet de financer ce qu'il considère comme ses priorités réelles**. Toutefois, au-delà de ce premier constat positif portant sur les montants impartis aux aides directes à la presse, il est loisible de s'interroger sur la rationalité et la lisibilité de l'ensemble du dispositif. En effet, comme c'est souvent le cas lorsque l'État combine deux ou plusieurs sources de financement pour un même objectif ou une même mission, les mêmes dépenses peuvent être progressivement imputées sur les deux instruments budgétaires, sans logique clairement identifiable autre que celle de la disponibilité des ressources. Ainsi, les aides à la diffusion, financées jusqu'en 2001 par le budget général, seront-elles financées, en 2003, principalement par le compte d'affectation spéciale, dont l'objet a été élargi à cet effet en 2002.

Par ailleurs, et sur un plan beaucoup plus général, l'analyse, même sommaire, du dispositif d'aides à la presse laisse effectivement penser, comme

⁽³⁾ *Le budget des sports est financé à la fois par le budget général, et par un compte d'affectation spécial : le FNDS (Fonds national de développement du sport).*

⁽⁴⁾ *Le soutien au petit commerce et à l'artisanat a, jusqu'en 2002, été financé par des crédits budgétaires, et par un fonds extra-budgétaire, le FISAC. Le PLF 2003 a cependant prévu de le rebudgétiser.*

d'autres l'ont récemment écrit, que « *beaucoup d'entre elles résultent plus d'occasions ou de contraintes circonstancielles que d'un plan d'ensemble* »⁽⁵⁾. Ainsi, l'État aide plus ou moins toutes les familles de presse, –dont les intérêts sont souvent divergents–, tous les modes de diffusion, –qui peuvent se développer de manière complémentaires et positive pour tous, ou en substitution l'un à l'autre, à volume de lectorat donné–, **suivant un équilibre résultant souvent des capacités de négociations des différents acteurs, autant sinon plus que d'une vision et d'une analyse précise de la situation économique du secteur.**

En particulier, sur le long terme, on ne peut que constater que les aides publiques, et l'appareil de soutien à la presse, est, en tout état de cause, **incapable de permettre, ou même d'accompagner, le lancement d'un nouveau titre de quotidien** d'information générale, toutes les tentatives du passé récent s'étant soldées par des échecs plus ou moins rapides. **L'objectif de pluralisme n'est donc, en pratique, atteint que sous une forme défensive, et, même sous cette forme, avec un succès relatif.** Certains ont pu se demander (*cf.* rapport précité) si le dispositif d'aides publiques ne pouvait pas, d'une certaine manière, avoir des effets contreproductifs, en ne protégeant que les titres existants. Cette critique n'est évidemment pas absolue : ainsi, c'est bien l'État et les fonds publics qui ont encouragé la presse à se tourner vers le multimédia, et permis de « boucler » le financement de la modernisation du système de distribution de la presse quotidienne en 2002. En revanche, **la forte présence de l'État dans l'audiovisuel a sans doute durablement contribué à empêcher la diversification de la presse dans ce secteur, qui, notamment aux États-Unis, a permis une consolidation économique réelle.**

Votre Rapporteur spécial estime que **le moment est venu**, au début d'une nouvelle législature ambitieuse, **d'une réflexion à la fois prospective et évaluative sur l'effet de levier et les résultats, à moyen et long termes, des multiples dispositifs d'aides publiques à la presse.** Seule une analyse dégagée des contingences budgétaires immédiates permettrait d'envisager, si cela s'avérait nécessaire, une évolution de l'allocation des ressources publiques disponibles, rares par nature.

A.— UN FINANCEMENT GLOBALEMENT MAINTENU GRACE A UN REDEPLOIEMENT DE RESSOURCES

1.— Une présentation des crédits perfectible

La **présentation des crédits budgétaires** en faveur de la presse demeure critiquable dans ses principes mêmes : en effet, tous les crédits concernés sont **inscrits au budget des services généraux du Premier ministre**, en conséquence du maintien d'un rattachement de la DDM (Direction du développement des médias) au chef du Gouvernement.

⁽⁵⁾ *Rapport du groupe de travail sur la presse écrite, présidé par M. Jacques Leprette, sur les Tendances économiques de la presse quotidienne, rapport de l'Académie des sciences politiques et morales, octobre 2001, Rapporteurs : Henri Pigeat et Jean-Charles Paracuellos.*

Cette structure ne correspond pourtant ni à la réalité des responsabilités politiques et administratives, – puisque les crédits sont **ordonnancés par le ministre chargé de la communication** –, ni à la logique des intitulés respectifs des fascicules budgétaires. En effet, le fascicule Culture et communication ne comprend aucun des crédits consacrés à la communication, qui se trouvent tous sur le budget du Premier ministre, –y compris les compensations d'exonérations de redevance, qui ne présentent qu'un rapport assez lointain avec le Premier ministre–, ou sur celui des comptes spéciaux du Trésor.

A un deuxième niveau, la **présentation d'ensemble des crédits par agrégats**, retenue par le projet de loi de finances pour 2003, **ne donne qu'une image incomplète** des crédits budgétaires effectivement consacrés à la communication. L'agrégat n°22, intitulé « *Communication* », ne comprend ni les crédits de la Direction du développement des médias, administration dont la communication constitue la principale, sinon la seule mission, ni ceux du CSA. Pour ces deux structures administratives, c'est la logique organique qui prévaut, puisque la DDM est rattachée à l'agrégat intitulé « *Administration générale* », et le CSA à celui des « *Autorités administratives indépendantes* ». **Un tel choix ne paraît pas cohérent avec les orientations posées par la loi organique du 1^{er} août 2001** relative aux lois de finances, dont l'article 7 prévoit que, à compter du PLF 2006, les crédits devront être présentés exclusivement par missions et par programmes, la mission étant déterminée comme « *un ensemble de programmes concourant à une politique publique définie* ». Dans cette perspective, les crédits d'intervention et ceux de la structure chargée de les gérer ou de les réguler devraient logiquement être rapprochés.

A cet égard, il y a lieu d'ajouter que le même article 7 prévoit que chaque programme regroupe des crédits destinés à mettre en oeuvre une action ou un ensemble cohérent d'actions, auquel sont associés des objectifs précis, ainsi que des résultats attendus et faisant l'objet d'une évaluation, mais relevant d'un même ministère. La logique d'une DDM interministérielle pourrait donc, au plus tard à cet horizon, devoir être adaptée à cette nouvelle contrainte.

Enfin, la **nomenclature comptable des crédits budgétaires a en principe été clarifiée et simplifiée l'an dernier**, avec un chapitre unique (41-10), doté de trois articles, concourant respectivement aux objectifs de soutien de la diffusion et de la distribution (article 10), de maintien de la diversité des titres et de pluralisme de la presse (article 20), enfin de développement du multimédia (article 30).

NOMENCLATURE DU CHAPITRE 41-10
SERVICES GÉNÉRAUX DU PREMIER MINISTRE

(en millions d'euros)

	Intitulé	Loi de finances 2002	Projet de loi de finances 2003	Différence PLF 2003/LF 2002 (en %)
Article 10	Aides à la diffusion	32,96	28,60	- 13,2
Article 20	Aides à la presse à faibles ressources publicitaires	6,02	6,07	+ 0,8
Article 30	Aides au développement du multimédia	-	-	ns
Total		38,98	34,67	- 11,1

Votre Rapporteur spécial observera que le chapitre 41-10, comme beaucoup d'autres chapitres de subventions de fonctionnement ou d'exploitation, peut voir sa physionomie **en gestion** sensiblement modifiée par rapport aux crédits ouverts en loi de finances initiale.

En effet, il fait régulièrement l'objet de **reports** : 1,57 million d'euros en 2000 au titre de 1999, 3,98 millions d'euros en 2001 au titre de 2000, 3,9 millions d'euros en 2002 au titre de 2001.

En 2001, il a également fait l'objet **d'annulations** importantes, à hauteur de 5 millions d'euros⁽⁶⁾, qui ont plus que compensé les reports, et ont conduit à une baisse nette des crédits disponibles de 1,02 million d'euros par rapport aux crédits ouverts par la loi de finances initiale. Les crédits réellement consommés en 2001 sur ce chapitre pourtant sensible ne se sont en fin d'année élevés qu'à 34 millions d'euros, à comparer aux 43,9 millions d'euros de crédits résultant de la loi de finances initiale et des reports (soit 79 % seulement des crédits disponibles en début d'année 2001). Les annulations, en 2001, ont été imputées pour l'essentiel sur la réduction du tarif SNCF (-17 %), l'aide à la transmission par fac-similé (-50 %), et le fonds multimédia (-100 %). En revanche, ont été préservées les aides aux journaux à faibles ressources publicitaires, l'aide au portage, l'aide à la presse hebdomadaire régionale, et le remboursement des cotisations sociales de portage⁽⁷⁾.

En 2002, les mises en réserve de crédits, succédant au « gel républicain » du printemps, ont porté, pour leur part, sur un montant de 860.000 euros, sur les 38,98 millions d'euros de crédits initiaux. En revanche, le chapitre 41-10 n'a pas fait l'objet d' « objectifs de reports » particuliers.

⁽⁶⁾ Avec les deux arrêtés du 21 mai et du 15 novembre 2001.

⁽⁷⁾ Pour lequel ont d'ailleurs pu être mobilisés d'importants reports de crédits, qui ont permis une consommation de 1,7 million d'euros, à comparer au 1,14 million d'euros ouverts par la loi de finances.

2.- Les aides à la diffusion et à la distribution : la préservation des moyens grâce à l'utilisation des reports du fonds de modernisation

Les crédits de l'article 10, qui reprennent des dispositifs assez hétérogènes ayant pour objet commun de soutenir la diffusion et la distribution, sont retracés par l'article 10 du chapitre 44-10 du budget des Services généraux du Premier ministre.

ÉVOLUTION DES CRÉDITS DE L'ARTICLE 10

(en millions d'euros)

Paragraphes de l'article 10	Loi de finances 2002	Projet de loi de finances pour 2003	2003/2002 (en %)
Aide au transport SNCF	13,72	13,72	-
Remboursement des charges de fac similé	0,6	0,6	-
Aide à l'expansion de la presse française à l'étranger	3,7	3,7	-
Aide au développement du portage	8,1	8,25	+ 1,8
Remboursement des cotisations sociales de portage	1,06	0	- 100
Aide à la diffusion de la presse hebdomadaire régionale	1,41	1,42	ns
Aide à la distribution des quotidiens nationaux d'information générale et politique	4,34	0,9	- 79,3
Total	32,96	28,61	- 13,2

a) *Les compensations des réductions tarifaires accordées par la SNCF*

Objet de l'aide : La SNCF accorde, pour leur transport, des réductions de tarifs aux publications de presse, compensées par le budget de l'État. En 2000, la convention passée avec la SNCF a fixé, depuis 2000, le taux de prise en charge par l'État à 60 % pour les quotidiens et à 19 % pour les périodiques.

L'aide à la SNCF, fixée depuis 1999 par des conventions annuelles transitoires, signée tardivement dans l'année, est **la plus importante des aides** à la diffusion et au transport, dont elle **représentera 48 % en 2003**. L'aide bénéficie pour l'essentiel (96 %) **aux magazines**. Les quotidiens concernés sont peu nombreux (Le Monde, seul grand quotidien national du soir, ainsi que quelques titres de presse régionale). En revanche, les taux de prise en charge sont très supérieurs pour les quotidiens. En conséquence, le poids des quotidiens dans le montant de l'aide versée (dont il représente 25 %) excède sensiblement la proportion des tonnages transportés.

L'état de l'exécution de la convention avec la SNCF est retracé par le tableau ci-après :

EXÉCUTION DE LA CONVENTION AVEC LA SNCF

(en millions d'euros)

Année budgétaire	Dotation budgétaire votée (loi de finances)	Montant réellement versé	Montant dû (constaté par la SNCF)	Solde dû	Solde à reporter	Tonnage global	Évolution du tonnage (en %)
1997	21,41	21,41	19,20	- 2,21	6,86	243.018	- 0,6
1998	14,48	14,48	14,48	0,00	6,86	230.508	- 1,4
1999	15,55	16,01	13,72	- 2,29	4,57	236.511	- 1,3
2000	15,40	16,61	11,97	- 3,61	0,96	216.800	- 8,3
2001	15,17	12,56	11,69	0,87	0,1	214.542	- 1,0

Source : Direction du développement des médias (DDM)

Comme chaque année depuis le passage de conventions triennales à des conventions annuelles, la convention pour l'année 2001, qui a arrêté définitivement les taux de prise en charge applicables à l'exercice, n'a été signée qu'à l'automne dernier, ce qui témoigne d'une certaine légèreté dans la gestion du dossier.

Pour l'année 2002, la convention demeure en négociation. Le principe de réalisation d'un audit comptable établissant la réalité des coûts supportés par la SNCF, « acté » dans la convention pour 2001, est jusqu'à présent demeuré virtuel, même s'il reste d'actualité et pourrait raisonnablement être effectué au début de l'année 2003. Dans l'attente, le montant prévu dans le projet de loi de finances pour 2003 a été maintenu strictement constant, en euros courants.

Par ailleurs, il convient de souligner que, en retenant le principe de taux de prise en charge en forte décroissance, les subventions budgétaires disponibles ont permis, malgré leur diminution sur la dernière année, à la fois de financer les besoins annuels nouveaux, et le remboursement de la dette contractée, au fil des ans, avec l'opérateur ferroviaire. Le collectif budgétaire n'a été mis à contribution qu'une seule fois à cet effet, en 1996, à hauteur de 9,15 millions d'euros. Avec le versement par le budget, en 2002, de 101.689 euros correspondant au remboursement d'un trop-perçu par la SNCF au titre de journaux ne bénéficiant pas d'un numéro de commission paritaire, contrairement aux exigences des conventions, la dette de l'État envers la SNCF a été annulée.

b) L'aide à la transmission par fac-similé

*Objet de l'aide : Cette aide est destinée aux quotidiens, ainsi qu'aux titres qui bénéficiaient antérieurement de l'allégement des charges de transmission par fac-similé (notamment *Le Canard enchaîné*, pour un montant très limité). Elle permet de rembourser jusqu'à 50 % des dépenses de transmission par fax vers les imprimés décentralisées de province.*

Ce fonds bénéficie, au total, à 9 quotidiens et hebdomadaires nationaux regroupés au sein de la Nouvelle société d'exploitation des réseaux fac-similé (Serefax), ainsi qu'à onze quotidiens régionaux et départementaux individuels. La transmission par fac-similé a permis, en 2001, de transmettre 445.000 pages de journaux, soit **262 millions d'exemplaires**.

Le montant prévu en 2003 reconduit celui de 2002, soit 610.000 euros. Il convient cependant de souligner que le fait que le groupe éditant *Le parisien* et *Aujourd'hui* en France ait décidé de construire ses propres imprimeries pourrait remettre en question l'actuel système coopératif d'impression décentralisé qu'est Serefax.

c) Le Fonds d'aide à l'expansion de la presse à l'étranger

Objet de l'aide : Le Fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger vise à faciliter la diffusion des publications contribuant au rayonnement de la langue, de la pensée et de la culture françaises, en attribuant des subventions permettant d'abaisser le prix de vente par la prise en compte partielle des frais de transport, de prospection et de promotion, ainsi que des abonnements gratuits ou à prix réduit.

Les bénéficiaires de ce fonds peuvent être des éditeurs individuels ou des organismes collectifs de promotion des ventes. Le fonds est ouvert aux magazines.

En 2002, 56 éditeurs individuels ont bénéficié de subventions pour un total de 0,985 million d'euros (26,6 % du fonds), les NMPP (Nouvelles messageries de la presse parisienne) de 2,05 millions d'euros (55,2 % du fonds) pour abaisser les coûts de transport, et l'association Unipresse, qui collecte des abonnements lors des manifestations auxquelles elle participe, de 673.000 euros (18,2 % du fonds). Cette répartition est relativement stable dans le temps, avec une augmentation légèrement plus forte de l'enveloppe consentie aux individuels, même si la croissance du nombre de bénéficiaires a conduit à modérer l'aide moyenne.

Le projet de budget pour 2003 consolide l'augmentation de 1,1 % consentie en 2002.

Les résultats apparaissent pour leur part plus **contrastés** :

– 26.334 abonnements ont été souscrits en 2001 par l'intermédiaire d'Unipresse sur la zone du fonds, soit plus de 80 % de la zone export, en augmentation de 13 % par rapport à 2000. Cette forte croissance n'est toutefois qu'à peine supérieure à celle de l'ensemble de la zone export ;

– 26 millions d'exemplaires ont été vendus à l'étranger dans la zone couverte par le fonds⁽⁸⁾, sur un total de ventes au numéro à l'étranger de 115 millions d'exemplaires. Mais les ventes au numéro sont en diminution, en 2001, de près de 2 % sur la zone du fonds (soit un peu moins que sur l'ensemble de l'export, en diminution de 2,5 %), et le chiffre d'affaires est en baisse de 4,5 % sur la zone aidée, (contre 1,3 % de baisse sur l'ensemble de l'export).

d) L'aide au portage

⁽⁸⁾ Soit l'Afrique, l'Amérique centrale, du Sud, du Nord, le Moyen-Orient, , les pays européens hors Union européenne et pays francophones.

Objet de l'aide : le fonds d'aide au portage est régi par le décret n° 98-1009 du 6 novembre 1998. L'aide est réservée aux journaux d'information politique et générale, de langue française, paraissant au moins 250 fois par an et imprimés sur papier journal. 25 % de la dotation sont calculés sur la base du nombre d'exemplaires portés, et les 75 % autres sur celle de la progression sur les deux années antérieures à l'année d'attribution de l'aide.

Le portage acquiert une importance croissante dans la distribution de la presse écrite et constitue indéniablement une composante forte de la modernisation du secteur, notamment du fait des difficultés rencontrées par La Poste pour assurer une distribution régulière et très matinale de la presse quotidienne.

La situation du secteur de la presse écrite au regard du portage est toutefois très **contrastée**. La diffusion par portage connaît en effet de fortes disparités selon les familles de presse et les zones géographiques. Alors que dans l'Est, notamment en Alsace, et le Nord de la France, ce mode de diffusion est bien implanté, voire très majoritaire, il demeure encore marginal sur le reste du territoire et peu développé pour la presse quotidienne nationale. Hors presse gratuite, 15,6 % des exemplaires diffusés sont portés, parmi lesquels les quotidiens comptent pour 97 %, presque exclusivement pour la presse d'information générale et politique.

PROPORTION DU PORTAGE EN 2000

(en %)

	Part du portage dans la diffusion annuelle	Part du portage dans la diffusion annuelle des quotidiens
Information générale et politique nationale	7,5	9,6
Information générale et politique locale	32,2	34,1
Presse spécialisée grand public	1,4	0,1
Ensemble	15,6	26,2

Source : Direction du développement des Médias

Dans la mesure où le portage est, par nature, une activité pour laquelle l'initiative privée doit s'exercer librement et relève du secteur concurrentiel, l'action de l'État se devait d'être **neutre** à l'égard des différents intervenants possibles (indépendants, éditeurs eux-mêmes, sociétés de messageries, La Poste ...).

Dans cette optique, une **action sur les charges sociales** appliquées au portage, dans le prolongement de la loi n° 91-1 du 3 janvier 1991 fondant le statut actuel des porteurs de presse et des vendeurs-colporteurs, a semblé à la fois la plus efficace, la plus aisée à mettre en œuvre, et la mieux à même de préserver les conditions équitables de la concurrence entre les prestataires potentiels. Depuis la loi du 3 janvier 1991, le montant des cotisations de sécurité sociale dues par les vendeurs-colporteurs et les porteurs de presse est assis sur une assiette forfaitaire très minorée par rapport au droit commun de la sécurité sociale. Un arrêté du 30 juillet 1996 a fixé celle-ci à 4 % du plafond journalier de la sécurité sociale. Les taux

varient selon la nature de la presse distribuée : 4 % pour la presse départementale, 6 % pour la presse régionale et 8 % pour la presse nationale. Le coût de cette mesure est actuellement évalué à environ 11 millions d'euros par an.

Par ailleurs, le décret n° 96-678 du 30 juillet 1996 avait institué un fonds de remboursement des charges sociales acquittées par les entreprises de presse pour le portage des seuls **quotidiens nationaux**, doté de 7,5 millions de francs en 2001 comme en 2000. Ce dispositif avait pour objectif affiché de permettre à la presse quotidienne parisienne de **combler son retard** sur la presse quotidienne régionale, dont la diffusion par portage représente environ 34 % du total de ses ventes annuelles.

Le décret précité est arrivé à son terme le 31 juillet 2001. Le Gouvernement de l'époque a considéré que l'objectif de rééquilibrage avait été atteint, compte tenu de ce que la diffusion par portage des titres bénéficiaires de l'aide étant passée de 16,5 % en 1996 à près de 25 % de leur diffusion totale en 2000. Votre Rapporteur spécial soulignera cependant que **les résultats atteints ne justifient pas l'extinction complète du dispositif** :

– le rééquilibrage n'est manifestement pas total, et en réalité n'a été atteint que pour moitié ;

– l'aide au portage doit **avoir un caractère de permanence, car le « turn-over » des abonnés par portage est de l'ordre de 20 % par an**. En cinq ans, on pourrait considérer que tous les abonnés par portage ont été perdus. Pour cette même raison, il est loin d'être certain que la répartition 75/25 entre soutien de la progression et soutien du « stock » dans le calcul de l'aide au portage soit réellement représentative de la difficulté relative des deux objectifs d'accroître et de simplement maintenir le nombre de clients « portés ». **Le retour à une répartition égale 50/50 serait sans doute préférable** ;

– l'aide au portage est en réalité un soutien à des emplois peu qualifiés, dont la raréfaction progressive dans l'économie française appelle un effort de la collectivité. De plus, les exigences du portage des quotidiens imposant des tournées tôt le matin, ne peuvent conduire qu'à des emplois à temps partiel, ou complémentaires d'une activité principale. Des emplois à temps plein, avec des gains de productivité sensibles, pourraient sans doute être créés par le développement du portage de la presse périodique, généralement disponible la veille au soir du jour de sa diffusion, et complémentaire de celui de la presse quotidienne ;

– l'aide au portage n'est que marginale en montant, notamment par rapport à l'aide à La Poste qui représente 290 millions d'euros. Pour 2003, les crédits prévus s'élèvent à 8,3 millions d'euros, en légère croissance, de 1,8 %.

A tout le moins, votre Rapporteur spécial soulignera qu'une réflexion d'ensemble devrait être menée sur l'évaluation et l'optimisation des aides publiques aux différents moyens de distribution de la presse quotidienne.

e) L'aide à la distribution des quotidiens nationaux d'information générale et politique

Objet de l'aide : il s'agit de participer à la prise en charge des coûts spécifiques des circuits de distribution des quotidiens. Cette aide est allouée aux quotidiens nationaux d'information politique et générale, de langue française paraissant au moins cinq fois par semaine, inscrits à la commission paritaire des publications et agences de presse.

L'aide budgétaire directe serait fortement réduite en 2003, puisqu'elle passerait de 4,34 millions d'euros à seulement 900.000 euros. Toutefois, cette **diminution apparente** a été décidée en considération du fait que l'essentiel des moyens consacrés à cette action proviendra en réalité du fonds de modernisation de la presse, comme en 2002, mais pour une proportion sensiblement supérieure.

Comme en 2002, les crédits inscrits au **budget** auront pour seul objet de financer une partie de l'aide aux quotidiens nationaux pour faciliter les conséquences, dans leurs comptes, du plan social des NMPP (Nouvelles messageries de la presse parisienne).

Le 25 février 2000, le conseil de gérance des Nouvelles messageries de la presse parisienne (NMPP) a approuvé un **plan quadriennal (2000-2003) de modernisation** de l'entreprise qui a recueilli un large accord des éditeurs de quotidiens et de publications. Ce plan porte notamment, et de manière indissociable, sur la réorganisation opérationnelle de l'entreprise, sur la mise en place d'une comptabilité analytique permettant un ajustement adapté de la structure des tarifs, sur le calendrier d'une baisse des barèmes, sur la réforme de la logistique du « niveau 1 » (traitement des invendus,...) et du « niveau 2 », tant en ce qui concerne le nombre et la tarification des dépositaires de province que la structure de PDP (« Paris Diffusion Presse »), ainsi que sur le départ volontaire des différentes catégories de personnels.

L'État a souhaité accompagner ce plan sous plusieurs formes, avec **l'objectif global de compenser, au moins partiellement, les surcoûts générés par la distribution de la presse nationale d'information.**

• *L'accord de cessation anticipée d'activité de certains travailleurs salariés*

Le 13 juin 2001, les NMPP ont signé avec leurs organisations syndicales un accord de cessation anticipée d'activité de certains travailleurs salariés (CATS), conformément à l'accord de branche applicable à la presse parisienne. En application du décret du 9 février 2000, cet accord, qui s'applique aux salariés âgés de plus de 55 ans, bénéficie d'une prise en charge partielle de l'État. En fonction de l'âge d'entrée dans le dispositif des bénéficiaires, l'État finance ainsi de 20 % à 50 % de l'allocation de ressource prévue par la réglementation. Le nombre de salariés potentiellement bénéficiaires est de 650 personnes, dont 240 cadres.

- ***Une mobilisation complémentaire des aides à la presse***

La loi de finances pour 2002 a prévu d'apporter un soutien à ce plan de modernisation par un **apport, nouveau, du fonds de modernisation** pour 4,57 millions d'euros, et par la mobilisation complémentaire des dotations inscrites à l'article 10 du chapitre 41-10 des **aides à la presse**, à hauteur de 7,62 millions d'euros.

L'aide n'est, en droit, destinée qu'aux seules entreprises assumant la distribution des quotidiens nationaux d'information, ce qui exclut les titres d'information dont la périodicité n'est pas quotidienne et notamment les « *news* » hebdomadaires, mais aussi les titres quotidiens dont l'objet principal n'est pas l'information générale et politique (sports, hippisme) et les titres quotidiens d'information dont la diffusion n'est pas nationale (presse quotidienne régionale). Ainsi définie, l'aide ne bénéficiera donc qu'à la presse diffusée par l'entreprise des Nouvelles messageries de la presse parisienne (NMPP) puisque celle-ci est la seule en France à exercer l'activité de distribution des quotidiens nationaux.

Ce ciblage sur les titres nationaux d'information générale et politique, qui s'inscrit dans la politique des aides à la presse menée depuis 1997 (modulation de l'aide ferroviaire, de l'aide postale, création du fonds de modernisation, abondement du fonds de soutien aux quotidiens à faibles ressources publicitaires), peut s'analyser comme une contribution à la **défense du pluralisme, objectif à valeur constitutionnelle**.

- ***Les résultats obtenus***

A mi-parcours du plan, la réforme a été menée conformément aux prévisions. Ainsi, sur les 149 dépositaires qui doivent à terme être rattachés à d'autres pour obtenir *in fine* un nombre limité à 200, de façon à réaliser des gains de productivité, 120 ont déjà donné leur accord.

La baisse de rémunération fixe des dépositaires, en contrepartie d'un complément variable en fonction des performances, a également été signée en mai 2001. Globalement, selon les informations transmises par l'administration, près de 50 % des économies prévues d'ici la fin du plan ont effectivement été réalisées. Le plan social s'applique également de manière régulière : plus de 400 départs ont été obtenus en 2000 et 2001 sur les 800 prévus en quatre ans, dont les $\frac{3}{4}$ dans le cadre des CATS⁽⁹⁾. La baisse des barèmes à mi-plan était d'environ 1,5 point, à comparer à l'objectif de 3 points d'ici à la fin 2003. En revanche, si le démarrage officiel de la réforme de PDP a également été lancé, il s'est récemment singularisé par quelques difficultés.

⁽⁹⁾) Les effectifs des NMPP sont passés, entre 1999 et 2001, de 2.390 à 2.089.

- *Le maintien de l'effort prévu en 2003*

Compte tenu de l'ampleur du besoin et de l'origine des ressources mobilisables à cet effet, **trois mécanismes d'aides complémentaires mais faisant l'objet d'une gestion distincte sont proposés pour 2003** :

- le premier repose sur une mobilisation des ressources nouvelles pour 2003 du compte d'affectation spéciale recueillant le produit de la taxe de **1 % sur le « hors médias »** à hauteur de 4,6 millions d'euros ;
- le second est fondé sur l'utilisation d'une partie des 18 millions d'euros de reports demeurant disponibles, avant le conseil de gestion de la fin octobre 2002, sur la section des **avances du fonds**, qui ne font l'objet que d'une consommation très réduite faute de besoins exprimés. Ce prélèvement, sur une ressource initialement prévue à un autre effet, s'élèverait à 6,7 millions d'euros ;
- le troisième, devenu marginal, est imputé sur les **crédits budgétaires** du chapitre 41-10, à hauteur de 900.000 euros.

Au total, et comme en 2002, les ressources disponibles en gestion 2003 en faveur de la distribution des quotidiens nationaux pourraient avoisiner 12,2 millions d'euros, mais en ne mobilisant le budget général que pour un montant quasi-symbolique en proportion du total.

Le succès de la modernisation des NMPP reposera toutefois sur le partage équitable des efforts. **Celui de l'État ne peut être durablement unilatéral**. L'opérateur des NMPP a, pour sa part, momentanément renoncé à sa redevance. Il conviendrait que les organes de presse bénéficiaires du dispositif consentent également le minimum de sacrifices nécessaires, fussent-ils symboliques.

Par ailleurs, la consolidation de l'aide destinée *in fine* à permettre aux quotidiens de supporter les charges liées au plan sociale des NMPP, doit éviter de générer des effets pervers sur le second opérateur de messageries, les Messageries lyonnaises de presse. **L'effort budgétaire en faveur des NMPP ne doit pas, en effet, avoir pour conséquence de perturber les conditions d'une concurrence fragile** parce que déséquilibrée, mais pourtant indispensable pour inciter à une modernisation et à une adaptation qui bousculent toujours des habitudes trop immuables, et qui s'est effectivement traduite par une baisse très significative des tarifs d'intervention des messageries. Peut-être d'ailleurs l'organisation de cette concurrence, à défaut de sa régulation, pourrait-elle justifier que le Conseil supérieur des messageries de presse soit doté de moyens à la hauteur de sa mission, au-delà de la création d'une association pour son financement, déjà décidée. Il serait en effet opportun de garantir l'indépendance de son rôle d'une manière qui ne soit contestable par aucun des acteurs concernés, et qui puisse préserver les intérêts complémentaires des messageries, comme ceux des éditeurs.

Dans cette perspective, et notamment compte tenu de l'importance de l'aide accordée par l'État aux quotidiens nationaux pour compenser le maintien des

barèmes des NMPP, il y lieu de se demander si le moment ne serait pas venu pour le Gouvernement de recourir à la possibilité de faire procéder au contrôle externe des comptes des messageries, et en l'occurrence à **l'évaluation de l'utilisation de l'aide publique, par des magistrats de la Cour des comptes, comme l'a prévu, dès l'origine, l'article 16 de la loi Bichet** de 1947. Cette décision, qui n'appartient qu'aux ministres de tutelle, permettrait de doter l'organe de régulation des professionnels par les professionnels d'une aide, indépendante des opérateurs comme du Gouvernement, au moins pour la période couverte par le plan social des NMPP. Cette éventuelle décision irait d'ailleurs dans le sens de ce qui existe aussi bien pour l'AFP que pour le contrôle des nouvelles aides à la presse financées par le fonds de modernisation, confié à une commission de contrôle composée de membres de la Cour des comptes.

- ***Un problème qui demeure : la situation préoccupante des diffuseurs***

Le nombre des diffuseurs a recommencé à diminuer, particulièrement en Ile-de-France, après une stabilisation sur la période 1995-1998 à environ 32.000. La revitalisation du réseau de détail constitue sans doute, aujourd'hui, pour la diffusion au numéro, une préoccupation majeure, qui peut s'articuler sur plusieurs axes :

– améliorer la rémunération, dans le sens prévu par les NMPP, avec une part complémentaire récompensant les efforts de modernisation consentis par les diffuseurs. Des mesures fiscales d'une portée financière limitée, mais à forte charge symbolique, comme l'exonération de taxe professionnelle, pourraient également contribuer utilement à améliorer la rémunération nette d'impôt ;

– une réflexion sur le « désengorgement des linéaires » pourrait utilement être menée. Sans conduire à supprimer un nombre trop important de publications diffusés en kiosque, elle pourrait notamment s'interroger sur la place prise par des articles qui ne font que s'apparenter à la presse, mais qui présentent l'intérêt d'un prix de vente unitaire beaucoup plus élevé que les journaux ;

– enfin, mais l'exercice est sans doute difficile, les fastidieuses tâches de manipulations d'invendus, qui ne génèrent pas de véritable plus-values, bien au contraire, pour les diffuseurs, devraient être réduites au minimum. Des expériences ont été tentées en ce sens, pour mieux approcher les volumes distribués des volumes effectivement vendus. La réduction du taux d'invendus constitue sans doute une voie difficile, mais intuitivement intéressante, tant pour les éditeurs, que pour les messageries et les diffuseurs.

f) L'aide à la diffusion de la presse hebdomadaire régionale d'information politique et générale

Objet de l'aide : Soutenir la diffusion de la presse d'information politique et générale, sous sa forme hebdomadaire régionale, départementale ou locale, pour les journaux dont le prix de vente est compris entre 50 % et 180 % du prix de vente

moyen des quotidiens de la même famille. L'aide n'est ciblée que par la nature de ses destinataires.

Comme pour plusieurs autres fonds, celui-ci est composé, depuis 1997, de deux sections, la seconde, plus récente, ne pouvant excéder 15 % du total. Cette seconde section a pour objet de permettre une attribution plus sélective, au bénéfice de journaux légers (50 % au moins des exemplaires devant peser moins de 100 grammes), et dont la diffusion postale payée est majoritaire dans l'ensemble des ventes. La deuxième section permet donc d'élargir, marginalement, le soutien à la PHR fonctionnement principalement par abonnements postés.

La répartition des crédits disponibles par titre est fondée sur un prorata, calculé en fonction du nombre d'exemplaires vendus au numéro, dans les limites de 2.000 à 20.000 exemplaires. Pour la première section, l'aide par exemplaire est calculée en divisant le montant des crédits disponibles par le nombre moyen d'exemplaires effectivement vendus au numéro. Pour la deuxième section, le taux de subvention par exemplaire est égal au rapport des crédits disponibles sur la section sur le nombre d'exemplaires effectivement vendus par abonnement postal.

En 2002, sur les 192 demandes de publications, 186 ont été reconnues éligibles à la première section, et 37 également à la seconde (sur 44 demandes relatives à la seconde section). Les taux de subvention se sont élevés à environ 2 centimes par exemplaire hebdomadaire pour la première section, et à 3 centimes par exemplaire pour la seconde.

Les crédits prévus pour l'aide à la diffusion de la PHR (presse hebdomadaire régionale) sont maintenus en euros courants en 2003, à hauteur de 1,4 millions d'euros.

3.— Une amélioration ciblée des aides concourrant au maintien du pluralisme de la presse

Les aides destinées à concourir au maintien du pluralisme, c'est-à-dire à vocation défensive pour des publications à l'équilibre économique fragile, sont inscrites sur l'article 20 du chapitre des aides à la presse, dont l'évolution des crédits est retracée dans le tableau ci-dessous.

ÉVOLUTION DES CRÉDITS DE L'ARTICLE 20

(en millions d'euros)

Paragraphes de l'article 20	Loi de finances 2002	Projet de loi de finances pour 2003	2003/2002 (en %)
Aide aux quotidiens nationaux d'information générale et politique à faibles ressources publicitaires	4,62	4,62	-
Aide aux quotidiens régionaux et locaux à faibles ressources de petites annonces	1,38	1,44	+ 4,3
Total	6,02	6,07	+ 0,8

a) Les quotidiens nationaux à faibles ressources publicitaires

Objet de l'aide : il s'agit de soutenir les quotidiens de langue française d'information politique et générale à diffusion nationale, paraissant cinq jours au moins par semaine, dont le prix de vente n'est pas trop élevé par rapport à la moyenne, mais dont les recettes publicitaires sont proportionnellement faibles.

Le fonds est divisé en deux sections, dont la première ne peut être inférieure à 85 % de la dotation globale du fonds.

Les conditions d'éligibilité au titre de la première section sont les suivantes : être un quotidien de langue française d'information politique et générale à diffusion nationale, paraissant cinq jours au moins par semaine, imprimé sur papier journal et dont le prix de vente est compris dans une fourchette de - 10 % à + 30 % du prix de vente moyen pondéré des quotidiens nationaux d'information politique et générale. La diffusion et le tirage ne doivent pas excéder, respectivement, 150.000 et 250.000 exemplaires. Enfin, les recettes publicitaires ne peuvent excéder 25 % des recettes totales. Ces conditions sont vérifiées sur les données de l'année précédent celle de l'attribution de l'aide.

Le bénéfice de la seconde section est accordé aux journaux répondant aux mêmes conditions, mais dont le prix de vente ne dépasse pas 130 % du prix de vente moyen pondéré par la diffusion annuelle en France des quotidiens nationaux d'information politique et générale, sans plancher.

Le décret n° 2000-1050 du 25 octobre 2000 a modifié le mode de calcul du taux unitaire de subvention afin de prendre en compte le volume des ventes effectives des quotidiens éligibles à l'aide. Pour la première section, le taux d'aide unitaire est obtenu en divisant les crédits disponibles au titre de la première section par le chiffre de diffusion, en données corrigées, de l'ensemble des quotidiens éligibles. Pour chaque quotidien, le chiffre de diffusion, en données corrigées correspond à la différence entre deux fois une valeur de référence et le nombre d'exemplaires effectivement vendu par ce quotidien au cours de l'exercice précédent l'année d'attribution de l'aide. L'aide attribuée à chaque quotidien est égale au taux unitaire multiplié par son chiffre de diffusion.

Pour la deuxième section, le taux unitaire est obtenu en divisant les crédits disponibles au titre de la deuxième section par le nombre d'exemplaires effectivement vendus, au cours de l'exercice précédent l'année d'attribution de l'aide, par l'ensemble des quotidiens éligibles. L'aide attribuée à chaque quotidien est égale au taux unitaire multiplié par le nombre d'exemplaires effectivement vendus par ce quotidien.

En pratique, en dépit, ou grâce à, ce mécanisme relativement complexe, seuls deux quotidiens importants bénéficiaient jusqu'à présent de ce soutien, essentiel à leur survie. Compte tenu de leur ligne éditoriale, il est manifeste que le fonds qui les soutient concourt clairement à l'objectif constitutionnel de pluralisme de la presse.

Pourrait également s'y ajouter en 2002, puis 2003, le journal France Soir, en raison de la diminution de ses recettes publicitaires. Pour l'exercice en cours, le versement de l'aide aux titres éligibles, compte tenu de l'irruption de France soir, s'opérerait par redéploiement au sein du chapitre 41-10.

Toutefois, le sort de ce journal demeure incertain. Si son existence n'était plus menacée, ce que votre Rapporteur spécial ne peut que souhaiter au regard de l'importance de ce quotidien dans l'histoire et le patrimoine de la presse française, il faut cependant relever que l'aide unitaire serait nécessairement diminuée, du moins sur la seule base des crédits actuellement inscrits pour 2003. En effet, ceux-ci sont maintenus strictement inchangés par rapport à 2002, en euros courants, à 4,62 millions d'euros. Dans ce cas, il sera nécessaire de prévoir un supplément de dotation, par exemple en loi de finances rectificative, de façon à conserver aux actuels bénéficiaires le volant d'aide indispensable à leur pérennité.

**RÉCAPITULATIF DU FONDS D'AIDE AUX QUOTIDIENS NATIONAUX
À FAIBLES RESSOURCES PUBLICITAIRES**

(en millions d'euros)

Exercices budgétaires	1995	1999	2000	2001
La Croix	1,06	1,73	2,13	2,21
L'Humanité	0,75	1,27	2,25	2,34
Play Bac Presse	—	0,03	0,03	0,03
Dotation budgétaire	1,91	3,05	4,42	4,57

Source : DDM

b) Les quotidiens régionaux à faibles ressources de petites annonces

Objet de l'aide : cette aide a le même objet que la précédente, mais est destinée aux quotidiens d'information politique et générale régionaux, départementaux et locaux.

La première section de l'aide est réservée aux quotidiens de langue française, remplissant de multiples conditions : parution cinq jours au moins par semaine et imprimés sur papier journal ; tirage et diffusion payante respectivement inférieurs, en moyenne, à 70.000 et 60.000 exemplaires ; édition locale la plus diffusée vendue à un prix inférieur à 130 % du prix de vente moyen des quotidiens régionaux, départementaux ou locaux d'information politique et générale ; recettes de petites annonces n'excédant pas 5 % de leurs recettes publicitaires totales ; enfin, absence de position dominante de diffusion dans la région ou le département où ils sont diffusés.

Depuis 1997, une deuxième section, toujours dans un plafond de 15 % du total des crédits du fonds, a été ouverte en faveur des quotidiens ne pouvant pas bénéficier des aides attribuées au titre de la première section. Cette nouvelle section a pour but d'apporter une aide aux quotidiens qui subiraient de fortes augmentations de leurs abonnements postaux en conséquence du relèvement des tarifs prévu par les accords Galmot. Elle est allouée dans les mêmes conditions que la première part, à l'exclusion des différences suivantes : pas de prix minimum de vente ; diffusion

payante inférieure à 50.000 exemplaires ; recettes de petites annonces n'excédant pas 15 % des recettes publicitaires totales ; plus du quart de la diffusion payée assurée par voie d'abonnement postal ; 40 % des abonnements postaux concernant des publications de moins de 100 grammes. Sont par ailleurs exclues du bénéfice de cette aide les entreprises de presse qui éditent également des publications gratuites.

Pour chaque section, la répartition du montant global annuel de l'aide est définie proportionnellement au nombre d'exemplaires vendus et dans la limite d'un plafond de subvention par exemplaire vendu, égal à 6 % du prix de vente moyen des quotidiens régionaux, départementaux ou locaux d'information politique et générale.

Le nombre de bénéficiaires est passé, entre 2001 et 2002, de 12 à 14, suivant une répartition qui n'a pas pu être communiquée par l'administration, faute d'être achevée. En 2001, 11 quotidiens ont bénéficié de la première section, pour un montant allant de 218.400 F à 1,464 million de francs, et se sont répartis 93 % du fonds. Un seul titre était éligible à la seconde section (Centre-Presse Rodez), ce qui laisse supposer que les critères en sont peut-être un peu trop restrictifs.

Les crédits inscrits pour 2003 reprennent l'augmentation continue depuis 1996, interrompue seulement en 2002, avec un supplément de crédits de 4,3 % par rapport à la loi de finances pour 2002. En sept ans, l'augmentation des crédits de ce fonds se sera ainsi élevée à 37 %, soit 2,6 millions d'euros.

Cette croissance des moyens contribue à l'équilibre, que doit rechercher l'État, dans ses aides aux différentes familles de presse, et notamment en faveur de la presse départementale et locale, qui n'a pas toujours la même capacité de se faire entendre au plan national que les autres segments de la presse.

4.– L'aide au multimédia : des crédits qui restent limités, et une gestion à régulariser

Objet de l'aide : Le fonds multimédias est destiné à sous forme d'avances financer les investissements en équipements (matériels informatiques ou de numérisation, constitution de banques de données numérisées...) et les investissements immatériels (logiciels, frais de R & D, recours au conseil, recrutement de cadres et techniciens, promotion et marketing ...), à raison d'un seul projet par an et par entreprise de presse, et dans la limite d'un plafond de 50 % de dépenses d'investissement elles-mêmes plafonnées à 300.000 euros. Le remboursement intervient sur une durée de 9 à 48 mois. En cas de bonne fin du projet, un allègement peut être consenti sur le remboursement, à hauteur de 40 % au maximum. En pratique, il va de 5 à 20 %.

Aux termes de la convention du 8 janvier 1997, la gestion du fonds multimédia a été confiée conjointement à l'institut de financement du cinéma et des industries culturelles (IFCIC), établissement de crédit spécialisé au sein duquel l'État est représenté, et au service juridique et technique de l'information et de la communication, devenu depuis Direction du développement des médias.

En dépit de la modestie de son montant⁽¹⁰⁾, ce fonds revêt une importance qu'il convient de ne pas més估imer : d'une part, il constitue le **seul instrument d'aide à la presse accessible à toutes les familles de presse, en particulier aux projets de taille modeste, le fonds de modernisation ayant pris le relais après 1999 pour les projets les plus importants** ; d'autre part, il a pour objet d'inciter la

⁽¹⁰⁾ 3 millions d'euros à la création du fonds en 1997, puis 1,5 million d'euros en 1998 et 1999.

presse à développer des projets qui, seuls, sans doute, par leur nature, lui permettraient d'envisager d'inverser la tendance historique de fond à la baisse de la lecture de la presse, alors même que les autres paramètres, notamment fiscaux, tendraient plutôt à obérer toute tentative de développement de modèles de presse économiquement rentables sur l'internet (cf. *infra*).

Depuis sa création, le fonds a permis de consentir 90 avances⁽¹¹⁾, pour un montant total de 9,65 millions d'euros, soit une moyenne de 107.000 euros finançant des investissements eux-mêmes en moyenne de 560.000 euros. Le fonds présente donc un fort effet de levier. Aujourd'hui, les besoins demeurent importants pour la **presse départementale**. Par ailleurs, les sites existants exigent maintenant des dépenses d'optimisation technique, d'enrichissement en contenu, et de promotion éditoriale. Par ailleurs, la France ne se singularise pas, au plan international, par un nombre de sites en ligne de quotidiens particulièrement élevé : ce nombre n'est passé, entre 1997 et 2001, que de 17 à 39, quand, en Italie, il passait de 17 à 89, en Espagne de 16 à 100, et que, en Allemagne, il a atteint, en 2001, 256⁽¹²⁾.

Mais le fonds a hérité du précédent Gouvernement de lourdes difficultés de gestion dues aux lacunes de la procédure d'appel d'offres, la dernière convention passée avec l'IFCIC ayant expiré le 8 janvier 2002⁽¹³⁾. Ces difficultés, qui interdisent de maintenir telle quelle l'organisation de la gestion des avances et des remboursements par l'IFCIC, apparaissent comme particulièrement critiquables, alors même que le contrôleur financier près les services généraux du Premier ministre avait soulevé dès 2000 l'insuffisance de fondement juridique pour opérer les versements à l'IFCIC sans avoir procédé préalablement à un appel d'offres.

La présentation, dans le projet de budget pour 2003, d'une ligne budgétaire qui demeure vide de crédits nouveaux, et qui ne pourra être alimentée que par les seuls remboursements des avances consenties par le passé, sous réserve de l'ouverture dans un délai raisonnable du fonds de concours promis par le Gouvernement, apparaît comme une solution de pis-aller insatisfaisante.

En effet, en tout état de cause, le montant des remboursements ne dépassera pas 1,6 million d'euros en 2003, ce qui ne permettra de financer qu'un nombre réduit de nouveaux projets. De plus, les incertitudes juridiques sur la procédure ne paraissent pas garantir de manière certaine que l'IFCIC puisse effectivement accorder aucune nouvelle avance à compter du 1^{er} janvier 2003.

Il est donc urgent que la procédure d'appel d'offres soit enfin lancée, de façon à sécuriser le dispositif du fonds multimédia, et que les hésitations relatives à la qualification du service, – marché public ou délégation de service public –, soient rapidement levées.

⁽¹¹⁾ 75 % de création de sites, 21 % de refontes.

⁽¹²⁾ Données WAN (World association of newspapers).

⁽¹³⁾ Ce n'est que par une simple lettre des ministres de la Culture et des Finances en date du 25 avril 2002, que l'IFCIC s'est vu confier, à titre temporaire, la gestion du fonds, dans l'attente du lancement d'une procédure adéquate.

B.— UNE MEILLEURE MOBILISATION DES RESSOURCES DU FONDS DE MODERNISATION DE LA PRESSE QUOTIDIENNE

Issu d'une initiative du prédécesseur de votre actuel Rapporteur spécial, l'article 62 de la loi de finances pour 1998 a créé un compte d'affectation spéciale n° 902-32, intitulé « Fonds de modernisation de la presse quotidienne et assimilée d'information politique et générale ». L'article 25 du projet de loi de finances pour 2003, adopté en première lecture par l'Assemblée nationale le 22 octobre dernier, a prévu de transformer ce fonds en une section d'un compte d'affectation spéciale plus large, étendu au financement du FSER (Fonds de soutien à l'expression radiophonique locale) par la taxe sur la publicité radiodiffusée et télévisée, substituée par le même article à la taxe parafiscale du même nom. Cette modification est sans effet sur le fonds de modernisation de la presse, car les deux sections du nouveau compte d'affectation spéciale seront intégralement disjointes en gestion pour leurs recettes, comme pour leurs dépenses.

1.— Des perspectives de recettes plutôt favorables

Les principales recettes du fonds sont constituées par le produit de la taxe instituée à l'article 302 bis MA du code général des impôts, ainsi que par le remboursement par les bénéficiaires des avances consenties par le fonds.

La taxe qui alimente le fonds de modernisation de la presse est due par toute personne assujettie à la TVA dont le chiffre d'affaires de l'année civile précédente est supérieur à 5 millions de francs hors TVA. Son taux est de 1 % et elle est assise sur les dépenses engagées au cours de l'année civile précédente et ayant pour objet la réalisation ou la distribution d'imprimés publicitaires, ainsi que les annonces et insertions dans les journaux mis gratuitement à la disposition du public.

Sont exclues de l'assiette de la taxe les dépenses engagées par les associations à but non lucratif en application des dispositions des articles 256 B, 261 (9° du 4 ou 1° du 7) du code général des impôts, et celles afférentes à la réalisation ou à la distribution de catalogues adressés, destinés à des opérations de vente par correspondance ou à distance.

Le rendement de la taxe est généralement considéré comme relativement décevant, y compris après le démarrage un peu lent du départ. Certes, les évaluations initiales du produit ont pu, à l'origine, pécher par un excès d'optimisme, en citant, sans trop de prudence, un montant annuel de 400 millions de francs. Mais celui-ci, fondé sur des données macro-sectorielles trop larges, aurait dû écarter des prévisions de l'assiette différentes formes de publicités exonérées, notamment certaines formes de publicité imprimée comme la presse payante, les annuaires et l'affichage, la part représentée par les entreprises non concernées du fait de leur taille (au maximum 30 %, soit quelques 15 milliards de francs), ainsi que les catalogues de la vente par correspondance. Selon les estimations du précédent Rapporteur spécial, l'assiette théorique plausible de la taxe pouvait être estimée à environ 33 milliards de francs, soit un produit théorique d'environ 45 millions d'euros.

Les efforts de l'administration fiscale, qui a accepté d'adoindre au formulaire de déclaration de TVA d'avril 2001 une mention additionnelle rappelant l'obligation, pour les entreprises concernées, de déclarer leurs dépenses taxables, se sont accompagnés d'un rendement effectif supérieur de 2,6 millions d'euros aux prévisions (soit + 10,8 %).

RENDEMENT DE LA TAXE SUR LES IMPRIMÉS PUBLICITAIRES

Exercices	(en millions d'euros)					
	1998 exécution	1999 exécution	2000 exécution	2001 -prévisions -exécution	2002 prévisions	2003 prévision
Recettes	21,5	24	24,8	- 24,4 - 27,02	29	29

Source : DDM

Pour 2002, le produit attendu de la taxe a été estimé à 29 millions d'euros, soit une hausse très marquée par rapport aux prévisions de 2001 (+ 19 %), et encore sensible par rapport aux réalisations pour la même année (+ 7 %). Ce montant a été reconduit sans changement pour 2003.

2.— Le bilan satisfaisant de l'utilisation des fonds

Le fonds a été élargi par la précédente loi de finances à l'aide à la distribution des quotidiens nationaux d'information politique et générale, ainsi qu'il a été précédemment indiqué.

En ce qui concerne l'aide à la modernisation à proprement parler, c'est-à-dire l'objet initial du fonds, les bénéficiaires sont :

– les entreprises de presse éditrices d'au moins un quotidien ou d'une publication hebdomadaire régionale ayant obtenu la certification d'inscription délivrée par la commission paritaire des publications et agences de presse et relevant de la presse d'information politique et générale ;

– les agences de presse inscrites sur la liste prévue à l'article 1^{er} de l'ordonnance n° 45-2646 du 2 novembre 1945 portant réglementation provisoire des agences de presse.

Les aides accordées prennent la forme de subventions, d'avances remboursables ou de dépenses d'études. Les décisions d'attribution sont prises par le ministre chargé de la Communication après avis d'un comité d'orientation paritaire présidé par un membre du Conseil d'État. L'utilisation des fonds par les entreprises fera l'objet d'un contrôle par une commission spécialisée présidée par un magistrat de la Cour des comptes.

Le fonds doit évidemment permettre aux entreprises de presse de se moderniser et de se développer. Divers investissements peuvent ainsi être aidés, qu'il s'agisse d'équipements tels l'achat de nouvelles rotatives, ou de dépenses liées

au multimédia (numérisation des archives, création de sites Internet) pour les projets importants.

Les conditions d'application du dispositif ont été précisées par un décret n° 99-79 en date du 5 février 1999 modifié par un premier décret n° 99-356 du 7 mai 1999, puis par un second du 3 mai 2002.

Les critères d'attribution des aides accordées au titre du fonds sont la « situation de l'entreprise », l'ensemble des aides publiques dont elle est susceptible de bénéficier, la nature et la qualité du projet, la contribution du projet à la modernisation de l'entreprise, son coût net pour celle-ci ainsi que l'effet du projet sur l'emploi. Il est aussi tenu compte de la nature et des caractéristiques de la catégorie de publication concernée. Les subventions et avances sont soumises, par projet, à des plafonds et des taux maxima par famille de presse. Le montant total de l'aide accordée à un projet, sous forme de subvention et d'avance, ne peut dépasser 40 % du montant des dépenses éligibles. Le taux peut cependant être porté à 50 % des dépenses éligibles pour les projets collectifs.

Les modifications réglementaires introduites en 2002 ont eu pour effet de préciser la notion de dépenses éligibles. De même, le rôle de la commission de contrôle a été élargi et renforcé. En outre, le début d'exécution des projets, qui n'était possible qu'après la décision ministérielle d'attribution, est désormais autorisé dès lors que l'entreprise est informée du caractère complet de son dossier de demande d'aide ou si aucune demande de pièce manquante n'est formulée dans un délai de deux mois. Cette disposition permet aux entreprises d'anticiper la mise en œuvre effective de leur projet, mais sans, naturellement, avoir l'assurance d'obtenir la subvention ou l'avance sollicitées, ce qui serait contraire à la règle administrative de paiement sur service fait..

La loi de finances pour 2001 avait ventilé 24,39 millions d'euros de ressources prévues en 17,07 millions d'euros de subventions et 7,32 millions d'euros d'avances. Le surplus de ressources constatées en 2001 sur le compte d'affectation spéciale a été affecté, en 2002, au chapitre des subventions. La loi de finances pour 2002 a ensuite ventilé 28,993 millions d'euros de ressources prévues en 19,92 millions d'euros de subventions, 4,5 millions d'euros d'avances, et 4,573 millions d'euros pour les aides à la distribution des quotidiens nationaux.

En 2003, le projet de loi de finances prévoit de ventiler les 28,993 millions d'euros de ressources prévues en 22 millions d'euros de subventions, 2,4 millions d'euros d'avances et 4,573 millions d'euros pour les aides à la distribution des quotidiens nationaux. Ce faisant, le projet fixe une nouvelle clé de répartition des ressources entre subventions et avances, plus favorable aux entreprises : 90 % seront destinées aux subventions et 10 % aux avances (la clé de répartition était de 80/20 en 2002 et de 70/30 en 2001). Le mouvement de transformation des avances en subventions, dans les crédits nouvellement ouverts, aura ainsi sans doute trouvé sa limite. Il conviendrait alors, en conséquence, pour conserver le caractère vertueux des avances, fût-elle d'un niveau proportionnellement symboliques, de lier systématiquement pour un même dossier, 90 % de subvention et 10 % d'avances.

Ainsi sera-t-il possible de contribuer à réalimenter, même de manière limitée, le fonds pour l'avenir, tout en évitant de laisser apparaître un montant de crédits d'avances systématiquement inutilisées.

À la fin 2001, les décisions d'aides se sont traduites par l'octroi au total de 69,05 millions d'euros de subventions et 3,72 millions d'euros d'avances. La presse quotidienne nationale a bénéficié de 25 % des aides (subventions + avances), soit 18,18 millions d'euros, la presse quotidienne régionale de 51,52 %, soit 37,50 millions d'euros, la presse quotidienne départementale de 10,07 %, soit 7,33 millions d'euros, la presse hebdomadaire régionale de 10,56 %, soit 7,69 millions d'euros, enfin les agences de presse de 2,85 %, soit 2,08 millions d'euros.

Selon les informations transmises à votre Rapporteur spécial, après le dernier conseil de gestion de juin 2002, et avant celui du 20 octobre prochain, restaient libres de tout engagement déjà donnés, au titre des subventions, 21,3 millions d'euros, et au titre des avances (fort peu susceptibles de diminuer, pour des raisons bien connues) 16,8 millions d'euros.

3.– Quelles perspectives pour l'évolution du fonds ?

Votre Rapporteur spécial tient à souligner que :

– les ressources du fonds ont été mobilisées en 2003 pour un objet légèrement différent de celui originellement prévu, mais néanmoins assimilable à celui-ci dans le sens où le **financement du plan de modernisation des NMPP** peut s'assimiler à une forme d'investissement dégageant une rentabilité ultérieure pour les quotidiens nationaux ;

– le soutien public à la presse doit, dans un souci d'équilibre, également chercher à un exercer un effet de levier sur les ventes au titre du portage, plus particulièrement intéressant pour la presse régionale, et qui peut également nécessiter des dépenses s'apparentant à des investissements durables, (véhicules de transport, formations, logiciels, ...). Ces dépenses devraient en conséquence pouvoir être prises en compte au titre de l'aide à la modernisation, à la condition, naturellement, que cet élargissement ne s'opère pas à enveloppe constante, c'est-à-dire aux dépens des actuels bénéficiaires légitimes. Cette utilisation nouvelle pourrait mobiliser en partie les fonds actuellement disponibles au titre des **avances non consommées des exercices précédents**, restant en attente, très hypothétique, d'utilisation.

En revanche, la question de l'élargissement du périmètre des bénéficiaires du fonds aux quotidiens d'information nationale, autre que politique et générale, – c'est-à-dire aux quotidiens sportifs, pour l'essentiel, selon une liste incluant L'Équipe, mais aussi les quotidiens hippiques–, se pose sans doute avec moins d'acuité. Certes, on ne peut demeurer insensible aux deux arguments suivant lesquels, d'une part, l'information sportive généraliste peut partiellement

contribuer à la vie de la Cité, – à un degré moindre cependant que les quotidiens d'information économique – , et, d'autre part, il ne faut pas défavoriser un groupe au dynamisme économique incontestable. Pour autant, l'élargissement ne paraît pas nécessairement justifié économiquement, compte tenu du caractère rare de la ressource publique disponible au regard des montants des investissements lourds (115 millions d'euros) prévus et d'ores et déjà programmés pour financer la création d'imprimeries, en tout état de cause, par le principal groupe concerné. Par ailleurs, un tel élargissement, qui se heurterait sans doute, en tout état de cause, s'il provenait d'un parlementaire, aux contraintes imposées par l'application à l'Assemblée nationale de l'article 40 de la Constitution, aurait vraisemblablement des répercussions importantes et difficilement prévisibles sur les conditions d'éligibilité aux autres dispositifs d'aides en faveur de la presse d'information politique et générale.

III.– LES INTERROGATIONS QUI PESENT SUR LES AIDES INDIRECTES À LA PRESSE

A.– UN MONTANT GLOBAL EN PROGRESSION

Les différentes aides indirectes et dépenses fiscales bénéficiant à la presse sont retracées dans le tableau ci-après. Leur montant total s'élève à environ 680 millions d'euros, soit sensiblement plus que les aides budgétaires directes ciblées sur un objet spécifique.

La principale aide indirecte, -mais aussi directe-, est celle versée à La Poste, sur le budget des Poste et Télécommunications, pour compenser la partie du surcoût de ses prestations de transport de la presse que l'État accepte de prendre en charge.

Les autres aides indirectes sont des dépenses fiscales, de montant et d'objet très différents :

– le taux réduit de TVA a pour objet de réduire le prix de vente au détail, sans empêcher les entreprises de presse de récupérer la TVA qui a gêné leurs achats. Compte tenu du taux super-réduit de la TVA sur les publications, le dispositif fonctionne en quelque sorte comme une aide budgétaire, avec d'importants remboursements de crédits de TVA ;

– l'exonération de taxe professionnelle bénéficie, pour sa part, aux éditeurs, aux agences de presse et, plus marginalement, aux correspondants ;

– enfin, pour un montant devenu progressivement quasi-symbolique, mais fortement réhaussé en prévisions pour 2002, la provision pour investissement bénéficie aux entreprises, dont les résultats sont positifs, qui réalisent certains types d'investissement, ce qui recoupe, d'une certaine manière, le champ du fonds de modernisation.

AIDES INDIRECTES À LA PRESSE

(en millions d'euros)

Nature de l'aide	1999	2000	2001	2002
Contribution du budget général à la Poste	282	290	290	290
Moins-values de recettes du Trésor public en raison d'allégements et de régimes fiscaux particuliers aux entreprises de presse				
-Allégement des taux de TVA (1)	183	183	193	197
-Exonération de la taxe professionnelle	184	184	180	175
-Régime spécial des provisions pour investissements (article 39 bis du CGI)	8,4	7,7	4,00	20
Total	657,4	664,7	667	682

(1) *Perte de recettes par rapport à un taux de 5,5 %, et non de 19,6 %. Par rapport à ce dernier taux, la dépense fiscale serait mécaniquement multipliée par 5,15.*

Source : DDM

B.- L'AIDE POSTALE : UNE RENÉGOCIATION INÉLUCTABLE DU PARTAGE DES COUTS, QUI DOIT RESPECTER LES CONTRAINTES DE CHACUN DES ACTEURS

La contribution de l'État au service obligatoire du transport et de la distribution de la presse constitue le principal soutien que l'État accorde à celle-ci. Son principe est affirmé par l'article 38 du cahier des charges de La Poste, qui dispose que l'État participe à la prise en charge du coût du service obligatoire du transport et de l'acheminement de la presse.

Les accords du 4 juillet 1996 et du 10 janvier 1997, dits Galmot, du nom de l'animateur de la table ronde qui les a négociés avec les trois parties en présence, étaient destinés à contribuer à la maîtrise des dépenses publiques. Ils se sont traduits par une revalorisation de la contribution assumée par la presse de 50 % sur cinq ans (correspondant à un montant de l'ordre de 850 millions de francs) en contrepartie d'améliorations de la qualité du service, et un engagement de La Poste de réaliser des gains de productivité de 1,5 % par an sur cette activité.

Cette participation était toutefois déterminée pour la durée du contrat d'objectif et de progrès de La Poste, c'est-à-dire jusqu'en 2001. Fixée à 282 millions d'euros pour 1998 et 1999, la contribution annuelle de l'État a été portée à 290 millions d'euros en 2000 et 2001.

Parallèlement, la réglementation du transport et de la distribution de la presse par La Poste a été assouplie, s'agissant notamment des conditions de présentation des publications. Les mesures prises permettent également aux éditeurs de tirer profit des évolutions technologiques et de mieux cibler leur clientèle en effectuant, s'ils le souhaitent, une segmentation régionale ou professionnelle de leurs publications.

Mieux orientée vers les coûts, la nouvelle grille tarifaire postale proposée intègre des principes de neutralité économique : ainsi, la tarification est linéarisée en fonction du poids, et prend en compte le degré de préparation et le critère d'urgence des livraisons pour la presse.

Afin de limiter l'impact économique du nouveau dispositif, plusieurs mesures ont par ailleurs été prises. Parmi celles-ci, un dispositif de plafonnement et d'étalement des hausses devait permettre de lisser dans le temps les ressauts tarifaires les plus importants. Ce dispositif prévoyait que :

- les publications dont le poids était supérieur à 100 grammes bénéficiaient d'un écrêttement exprimé en pourcentage (augmentation maximale de 20 % en 1997 et 25 % les années suivantes) ;
- les publications plus légères bénéficiaient d'un écrêttement exprimé en montant (augmentation maximale de 15 centimes en 1997 et 20 centimes les années suivantes).

Cette mesure générale de plafonnement maximal des hausses tarifaires s'accompagnait de mesures financières particulières pour les publications les plus fragilisées par l'application de la nouvelle tarification. L'Observatoire des tarifs postaux de presse, composé de représentants de l'État, de La Poste et des organisations professionnelles de la presse mais présidé par l'État, joue en principe un rôle central dans la mise en œuvre de ces mécanismes. En effet, il lui revient de déterminer les publications les plus fragilisées, éligibles aux mesures particulières transitoires, ainsi que le montant de chacune de ces mesures dont le financement est assuré par La Poste. Celles-ci représentaient 4,5 millions d'euros entre 1997 et 2000.

Par ailleurs, le Gouvernement a souhaité que la presse concourrant prioritairement au pluralisme d'expression bénéficie d'un soutien particulier. Pour ce faire, il a été décidé de moduler le supplément de charges prévu en 1997 entre les catégories de presse concernées, et les autres. C'est pourquoi les publications d'information politique et générale paraissant au moins une fois par semaine bénéficient d'un tarif postal inférieur de 28 % à celui des autres publications. En conséquence, ces dernières ont dû, en contrepartie, supporter une hausse de leur contribution postale supérieure aux 50 % globalisés sur l'ensemble de la profession. Compte tenu de l'importance des coûts du transport postal pour la presse, en particulier quotidienne, l'ampleur de cette modulation permet de comprendre le caractère stratégique de la définition de la ligne de partage entre les bénéficiaires de la modulation et les autres.

Afin d'assurer la transparence et la neutralité de ce dispositif, le Gouvernement a déterminé, dans le cadre global préfixé de l'information politique et générale, la liste des publications éligibles à ce titre, après avis d'une commission de magistrats. Les publications concernées ont été informées des décisions prises par l'État au début du mois de juin 1997. Pour les nouvelles publications concernées par ce dispositif, c'est la commission paritaire des publications et agences de presse qui décide de leur éligibilité.

Enfin, les publications à faibles ressources publicitaires, qu'elles soient nationales (*L'Humanité*, *La Croix* ...) ou locales, continuent de bénéficier d'un abattement supplémentaire sur les tarifs. Une réfaction de l'ordre de deux tiers par rapport aux tarifs postaux de référence leur a été appliquée.

Ce « ciblage » a été validé par la justice administrative, par un arrêt du Conseil d'État⁽¹⁴⁾ confirmant la légalité du décret postal du 17 janvier 1997. La juridiction a notamment retenu que « *le principe d'égalité devant le service public ne s'oppose pas à ce qu'un traitement différent soit réservé aux usagers qui sont placés dans des situations différentes ; que, compte tenu des difficultés particulières rencontrées par la presse d'information politique et générale, le gouvernement a pu légalement prévoir que cette dernière bénéficierait, dans les conditions qu'il détermine, d'un abattement supplémentaire sur les tarifs postaux, lequel, loin de porter atteinte au pluralisme de la presse écrite, tend au contraire à le rendre plus effectif ; (...)* ». Par la même occasion, le Conseil d'État a également validé le principe de l'extension des avantages tarifaires accordés à la presse d'information général et politique à ses suppléments et hors séries.

Le tableau ci-après donne des évaluations provisoires du partage des coûts du transport postal de la presse entre l'État, La Poste, et la presse depuis 1997, actualisées pour 2001 par les résultats des nouvelles procédures de la comptabilité analytique mise en place au sein du groupe La Poste et présentés devant l'Observatoire le 27 septembre dernier. Les résultats confirment, et même amplifient, l'analyse de La Poste suivant laquelle l'entreprise supporterait une charge considérable au titre de l'acheminement de la presse, ce que la presse conteste fermement. Selon ces données, la presse ne couvrirait en effet que 35 % des coûts à la charge de La Poste, contre 27 % en 1996, malgré le relèvement tarifaire de 50 % et une contribution de l'établissement public passée de 300 à 436 millions d'euros. Les charges de presse seraient, pour 81 %, dues à la distribution, et pour 18,5 % à l'acheminement (tri, transit, transport).

FINANCEMENT DU COUT DU SERVICE OBLIGATOIRE DU TRANSPORT DE LA PRESSE

(en millions d'euros)

	1997	1998	1999	2000	2001
Coût global	1.126	1.132	1.137	1.143	1.208
Recettes	326	372	396	419	436
Contribution de l'État	290	282	282	290	290
Contribution de La Poste	511	478	459	434	482

Source : La Poste

Les représentants de la presse considèrent que les résultats qui leur ont été communiqués manquent de vraisemblance. Il s'appuient notamment sur le fait que l'imputation de 30 % du coût total de la distribution de la presse ne leur paraît pas cohérente avec sa part en nombre d'objets transportés (8 %), alors que, depuis plusieurs années, La Poste faisait valoir que le poids ne constituait pas un paramètre déterminant du coût global de l'acheminement de la presse.

De même, la presse a fait valoir, par une lettre adressée à Mme Nicole Fontaine, ministre déléguée à l'Industrie chargée de la tutelle de La Poste, que certains des résultats analytiques présentés, notamment le surcoût important de la distribution en zone rurale des journaux et publications à la fois urgents et lourds (ce qui vise directement les quotidiens avec suppléments du week-end), risquait de conduire La Poste à une demande de modulation de ses tarifs incompatible avec les principes de péréquation géographique.

⁽¹⁴⁾ Arrêt du 29 septembre 1999 (CE – Syndicat de la presse périodique, culturelle et scientifique).

Par ailleurs, si l'État a bien respecté ses engagements en contribuant au transport postal de la presse à hauteur des montants fixés par le contrat de plan et en procédant aux assouplissements réglementaires demandés par la presse pour l'accès au tarif préférentiel fixé pour le transport de la presse, il n'en demeure pas moins que le précédent Gouvernement a laissé se creuser un vide contractuel fortement préjudiciable à la visibilité de moyen, voire de court terme, des entreprises de presse.

En effet, les accords Galmot sont arrivés à échéance il y a maintenant dix mois, sans que le Gouvernement ne fasse le nécessaire pour mettre en place un nouvel espace de négociation et de dialogue sur ce sujet aussi essentiel pour l'équilibre financier de la presse, qu'important budgétairement pour l'État et La Poste. Il importe de combler cette négligence aussi rapidement que possible, faute de quoi des positions beaucoup plus brutales et déséquilibrées pourraient être décidées de manière unilatérale, sans considération de la nécessité de soutenir la diffusion de la presse par les abonnements postés.

Dans l'attente, il ne devrait pas y avoir en 2003 de reconduction des hausses tarifaires annuelles prévues par les accords Galmot, puisque ceux-ci ne s'appliquent plus. Pour sa part, et après quelques hésitations des autorités chargées de l'élaborer, le projet de budget prévoit finalement, de manière raisonnable, de reconduire en 2003 la participation de l'État à la prise en charge du coût du service obligatoire du transport de presse au niveau de 290 millions d'euros.

Votre Rapporteur spécial estime que, sur ce sujet, les certitudes des uns et des autres ont quelque difficulté à laisser place à une discussion raisonnée et raisonnable, tenant compte des contraintes économiques de tous les acteurs. L'équilibre global des comptes de La Poste devient progressivement une exigence qui ne pourra plus durablement être écartée, dans un contexte de libéralisation progressive. Inversement, La Poste ne doit pas être conduite, pour autant, à réduire **sa présence en milieu rural, souvent déterminante pour les habitants de zones faiblement peuplées**. Mais, dans le même temps, la situation économique de la presse lui interdit, en tout état de cause, **de relever sa contribution à son propre transport postal au niveau considéré comme équilibrant les comptes** de La Poste (ce qui correspondrait à un doublement de sa contribution actuelle). Enfin, l'État n'est pas en mesure de prendre en charge la différence intégrale entre ce que paie la presse, et ce que supporte La Poste.

Il devient donc urgent **de relancer un processus de discussion associant les trois parties**, dans laquelle l'État sera à même de placer le curseur de ce qu'il considère comme le service public postal au niveau adéquat, et où l'équilibre recherché entre les différents modes de transport (postal, porté, distribué), pourra constituer un élément rationnel de la discussion.

C.- DES AIDES FISCALES DEVENUES TRADITIONNELLES

1.- Le régime spécial des provisions pour investissement des entreprises de presse

L'article 118 de la loi de finances pour 1997 a reconduit, jusqu'en 2001, en les aménageant, les dispositions de l'article 39 bis du CGI (code général des impôts). Ce dispositif a de nouveau été reconduit pour cinq années à compter de 2002. Il permet aux entreprises de presse, éditant soit un quotidien ou un hebdomadaire départemental ou régional consacré principalement à l'information politique et générale, soit une publication mensuelle ou bimensuelle consacrée pour une large part à l'information politique, d'affecter en franchise d'impôt une partie de leurs profits à des investissements nécessaires à leur exploitation. Les entreprises concernées peuvent ainsi retrancher de leur bénéfice imposable, dans certaines limites, soit les dépenses effectuées au cours de l'exercice pour l'acquisition de tels équipements, soit une provision destinée à leur permettre de faire face au financement ultérieur d'investissements de cette nature.

Votre Rapporteur spécial relèvera que la portée de ce régime fiscal dérogatoire est en pratique fortement réduite. En premier lieu, il est évidemment limité aux seules entreprises réalisant des bénéfices, ce qui n'est pas si fréquent dans ce secteur, et le sera sans doute encore moins en 2002 et surtout en 2003. Par ailleurs, la limitation du champ d'application aux seules entreprises éditrices favorise les structures intégrées, susceptibles de procéder à des investissements significatifs. Enfin, les dépenses éligibles ne concernent qu'une partie des actions de modernisation envisageables. Il convient toutefois de constater que n'est pas exclue la constitution de bases de données, extraites du journal ou de la publication éligible ainsi que l'acquisition du matériel informatique nécessaire à leur exploitation ou à la transmission de ces données.

Ces diverses limites expliquent sans doute le fait que la moins-value fiscale pour le budget de l'État, estimée à 150 millions de francs en 1998, a fortement baissé depuis pour ne plus représenter que 25 millions de francs en 2001. selon les estimations de l'administration , ce montant se relèverait sensiblement, en 2002, à hauteur de 20 millions d'euros.

La reconduction de ce dispositif pour cinq ans sans réflexion réelle sur l'évaluation de son efficacité témoigne du manque de réflexion transversale sur l'ensemble de l'aide à la presse. Reconduire un dispositif devenu quasi-marginal ne présentait d'intérêt réel que pour autant que l'occasion soit saisie de l'améliorer ou, au moins de l'évaluer précisément, d'autant que le fonds de modernisation de la presse a en réalité été créé avec le même objectif, mais avec des moyens plus importants, et des conditions de mise en œuvre nettement plus souples.

2.– L'exonération de taxe professionnelle

Aux termes de l'article 1458 du CGI, les éditeurs de feuilles périodiques dont la partie littéraire, scientifique ou d'information au sens large forme le corps même de leurs publications et dont, inversement, les annonces et la publicité ne constituent que l'accessoire et, sous certaines conditions, les agences de presse ainsi que les correspondants locaux de presse régionale et départementale, sont exonérés de taxe professionnelle.

Le champ d'application de cette exonération de taxe professionnelle est relativement large puisqu'il comprend non seulement les éditeurs de feuilles périodiques (journaux ou revues), les établissements procédant à l'impression et à la diffusion des périodiques lorsque celles-ci sont effectuées par les éditeurs des publications eux-mêmes ou par des sociétés coopératives de presse, mais aussi les agences de presse choisis par arrêté sur proposition d'une commission paritaire.

Le coût de l'exonération est supporté par les collectivités locales, sans compensation par l'État. Celles-ci participent ainsi à l'effort commun en faveur de la presse, à hauteur d'un montant de 180 millions d'euros en 2001, et de 174 millions d'euros en 2002. La dépense fiscale se réduit, mécaniquement, avec la baisse du poids de la taxe professionnelle de droit commun consécutive à la suppression progressive de la part salariale de l'assiette. Cette réduction ne correspond évidemment pas pour autant à une dégradation des conditions de l'exonération spécifique à la presse, mais à une simple diminution de l'avantage relatif : la baisse de la dépense fiscale ne correspond qu'à la réduction de l'écart entre l'application du droit fiscal commun et du droit dérogatoire.

3.– Le régime particulier de la TVA sur la presse

Le taux super-réduit de la TVA réservé depuis 1977 aux quotidiens et assimilés a été étendu à tous les périodiques, à compter du 1er janvier 1989, par l'article 88 de la loi n° 87-1060 du 30 décembre 1987. Cette mesure a été, jusqu'à il y a encore peu, mise en cause à plusieurs reprises par la politique communautaire de rapprochement des taux de TVA.

Certes, la directive 92/77/CEE du 19 octobre 1992 relative au rapprochement des taux de TVA permet le maintien des taux super-réduits, c'est-à-dire inférieurs au taux réduit minimal de 5 %⁽¹⁵⁾ dès lors qu'ils existaient avant le 1er janvier 1991 et ce, jusqu'à la fin de la période transitoire, fixée initialement au 1er janvier 1997. Ainsi, la France peut-elle maintenir le taux de 2,10 % applicable notamment à la presse pendant toute la durée de la période provisoire.

Dans le cadre de la mise en place du marché unique et du passage à la monnaie unique, la Commission européenne avait adopté, en juillet 1996, un programme de travail pour l'instauration d'un système commun définitif de TVA

⁽¹⁵⁾ En France 5,5 %.

intracommunautaire⁽¹⁶⁾. Mais, constatant la quasi-impossibilité de parvenir à imposer son modèle et régime définitif, la Commission semble, sans en avoir irrémédiablement abandonné le principe, y avoir renoncé à court et moyen termes ainsi que le laisse supposer son nouveau programme de travail publié en 2000. Dans l'immédiat, et pour plusieurs années, le régime actuel de TVA de la presse est donc prorogé.

L'imposition à la TVA au taux de 2,10 % des publications de presse représente, par rapport à l'assujettissement au taux réduit de 5,5 %, une dépense fiscale de 193 millions d'euros en 2001, et de 197 millions d'euros en 2002. En l'occurrence, votre Rapporteur spécial observera que la croissance de la dépense fiscale ne témoigne d'aucun volontarisme particulier de la part des pouvoirs publics, mais traduit uniquement la croissance du chiffre d'affaires de la presse vendue, lequel n'est, bien évidemment, pas contingenté *a priori* en fonction des disponibilités budgétaires.

IV.— L'AFP : UNE PRIORITE RECONNUE ET SOUTENUE EN 2003

L'Agence France-presse (AFP) est présente dans 165 pays, avec 110 bureaux et plus de 50 correspondants locaux. Elle emploie 2.240 salariés, dont 1.360 journalistes, et 200 photographes, auxquels s'ajoutent 2.000 pigistes. Son chiffre d'affaires s'est élevé à 244 millions d'euros en 2001.

1.— DES CONDITIONS DE GESTION DIFFICILES

L'Agence France-presse **fait partie des « joyaux » français dans le domaine de l'information**, et constitue un outil essentiel pour l'ensemble de la presse française, et plus généralement francophone. De surcroît, elle a été capable, jusqu'à présent, d'accroître son chiffre d'affaires, certes à un rythme irrégulier, mais toujours positif et en moyenne très significatif, ce qui témoigne de la **qualité reconnue de ses prestations**. Cette croissance des recettes n'a pas été gagnée uniquement sur les tarifs des clients français effectivement en hausse régulière, mais à un niveau inférieur à la croissance des recettes. En tout état de cause, la hausse des recettes commerciales a permis à l'AFP de dépendre de moins en moins des abonnements de l'État, dont la part du chiffre d'affaires est revenue de 48,2 % en 1993 à 37,2 % en 2002.

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE L'AFP

(en %)	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Taux de croissance du chiffre d'affaires AFP	1,8	4,6	1,7	8,6	11,1	4,0
Relèvement du tarif (hors tarif indexé sur Syntec)	2,0	1,0 ou 2,0	2,5	2,0	1,2	2,0

⁽¹⁶⁾ Le système provisoire consiste à taxer les livraisons de biens entre des États membres dans le pays d'arrivée. Le système dit définitif vise à les taxer dans le pays de départ, suivant le schéma de TVA appliqué à l'intérieur d'un État. Mais ce système, outre les difficultés liées à la répartition équitable de la recette entre les États, pose le problème de la convergence préalable des taux de TVA, pour éviter de faire apparaître, ensuite, des distorsions de concurrence et de trafic.

Source : AFP

De même, l'AFP a su prendre le virage du numérique, et s'imposer dans le domaine de la photo.

Troisième agence mondiale, et seule agence francophone réellement mondiale, elle constitue non seulement un outil de travail fondamental de la presse française, mais aussi un **instrument du rayonnement de la France**, à l'instar, d'une certaine manière et dans un autre ordre d'idées, du siège permanent au Conseil de Sécurité de l'ONU ou de la possession de l'arme nucléaire. Beaucoup d'autres États peuvent envier cet héritage aussi prestigieux qu'essentiel.

Mais la **gestion de la précédente direction et de la précédente majorité s'est avérée laxiste et mal ordonnée**, ce qui a conduit l'agence, aujourd'hui, à des difficultés qui peuvent durablement nuire non seulement à son développement, mais aussi à son bon fonctionnement.

L'AFP doit ainsi gérer encore aujourd'hui les conséquences lourdes de la **création globale de 218 postes en 18 mois, représentant 10 % des effectifs**, résultant à la fois du lancement d'un plan de développement finalement avorté, et des modalités du passage aux 35 heures. Le ratio de la masse salariale sur le chiffre d'affaires s'en est trouvé porté de 65,6 % en 1998 à 70,4 % en 2000, pénalisant d'autant la marge d'exploitation⁽¹⁷⁾ et induisant une surconsommation de trésorerie de 26 millions d'euros en deux ans. S'y ajoutent des conséquences indirectes, dues aux mécanismes d'automaticité de déroulement des carrières des journalistes arrêtés dans le cadre de l'accord datant de l'été 2000, qui représentent une augmentation moyenne de 3,9 % par an, ainsi qu'au GVT (glissement-vieillesse-technicité) structurel d'environ 1,5 %. Ainsi, les efforts consentis sur la période 1991-1995 sur le personnel ont été totalement annulés par la gestion de la période 1997-2001. De plus, les effectifs supplémentaires ont malheureusement été répartis essentiellement en France, de manière disséminée et peu productive, et non à l'étranger, où ils auraient pourtant été plus rentables.

La commission financière chargée du contrôle de l'AFP a elle-même clairement demandé, en janvier 2002, « *une réflexion sur les mesures à mettre en œuvre pour infléchir une dérive des charges de personnel sans commune mesure avec l'évolution des produits de l'agence* »⁽¹⁸⁾.

En 2001 et 2002, les difficultés ont été gérées par abandons de créances de l'État sur des prêts participatifs, et par des cessions d'actifs non-stratégiques, évidemment non reconductibles, à hauteur de 10 millions d'euros. Ceux-ci n'ont d'ailleurs pas encore été intégralement réalisés (notamment pour la filiale économique AFX). La dégradation de la conjoncture en 2002, avec des désabonnements et des réductions de tarifs, n'a été que très partiellement compensée par les recettes supplémentaires provenant du développement des quotidiens gratuits. En conséquence, la marge nette de l'agence devrait être nulle en 2002, au lieu des 5 millions d'euros d'excédents initialement prévus. Hors cessions, le résultat 2002 atteindrait donc 15 millions d'euros de déficit. Les résultats nets actuellement prévus par l'agence sont négatifs de 6 millions d'euros.

En exploitation, selon les informations communiquées à votre Rapporteur spécial, le **retour à l'équilibre durable exigerait un apurement global d'environ 10 millions d'euros, et de 40 à 50 millions d'euros en trésorerie et en recapitalisation**.

⁽¹⁷⁾ En 2000, le résultat d'exploitation est devenu quasiment nul (2 millions d'euros), le résultat net étant négatif de 14 millions d'euros, malgré un abandon de créance de près de 7 millions d'euros par l'État au titre d'un prêt participatif.

⁽¹⁸⁾ Lettre du président de la commission financière adressée au Président-directeur général de l'AFP le 8 janvier 2002.

2.- UN EFFORT BUDGÉTAIRE AU RENDEZ-VOUS EN 2003

L'actuelle direction est contrainte d'affronter aujourd'hui les difficultés, dont elle a héritées, dans la gestion du socle national de son activité, et faire en sorte que les suppléments de charges de fonctionnement engendrés par la gestion précédente n'obéissent pas excessivement les résultats de l'agence. Elle doit, pour ce faire, bénéficier du soutien de la presse, y compris, sinon surtout, dans un contexte économiquement difficile pour elle.

En revanche, **c'est bien à l'État que revient la responsabilité de contribuer à la mission extérieure de l'agence, dans la durée et dans un cadre contractuel. De surcroît, le maintien de la croissance du chiffre d'affaires de l'agence ne peut réellement provenir que des marchés étrangers**, en particulier des fils anglais et arabes qui bénéficient d'une forte croissance tendancielle, et des fils spécialisés, notamment économiques, et de la filière photo, le « socle » du fil général en français ne pouvant plus croître que modérément.

L'AFP fait l'objet, dans le projet de budget pour 2003, d'une attention particulière du Gouvernement, dont votre Rapporteur spécial se réjouit. Celle-ci répond en effet aux préoccupations qu'il a régulièrement fait valoir dans le passé lors des précédentes discussions budgétaires, et plus récemment.

Ainsi, en passant de 95,89 millions d'euros à 100,2 millions d'euros, les crédits prévus au chapitre 34-95 des abonnements de l'État bénéficieront l'an prochain d'une **hausse substantielle**, de 4,5 %, avec deux composantes :

- une indexation simple sur l'évolution des prix, soit **1,5 %** ;
- -un **complément d'abonnements**, très significatif puisque double de l'indexation simple, à hauteur de **3 %**, soit un volume de 2,84 millions d'euros, au titre d'une aide à l'amélioration de la qualité de service de l'agence. Ce complément de moyens devrait s'inscrire **dans le cadre d'une démarche contractuelle inspirée de celle des contrats d'objectifs et de moyens des sociétés de l'audiovisuel public**.

Cette décision, dans un projet de loi de finances fortement constraint, et qui impose de concentrer les moyens là où ils sont le plus efficaces et le plus porteurs d'avenir, **manifeste clairement le souhait de donner à l'agence les moyens de sa pérennité et de son développement dans de bonnes conditions**.

3.- DES ÉVOLUTIONS NÉCESSAIRES A MOYEN ET PLUS LONG TERMES

La surindexation des abonnements de l'État répond clairement à la prise en compte des difficultés de l'agence, à condition qu'elle s'inscrive effectivement dans une **logique de contrat d'objectifs** portant sur les paramètres de l'exploitation de l'entreprise, et de moyens, notamment par une recapitalisation à terme. Pour autant, l'agence ne pourra naturellement pas faire l'économie d'efforts de gestion dont elle a immédiatement besoin, en particulier dans un contexte manifestement peu porteur pour ses clients.

Au-delà, il conviendra naturellement de **réfléchir à l'évolution de la « constitution financière » de l'agence**, qui représente aujourd'hui un véritable corset, incompatible avec la gestion moderne d'une entreprise aussi importante.

En particulier, les contraintes strictes d'équilibre budgétaire annuel, vérifié *a priori* par la commission financière, et interdisant tout provisionnement de charges ou de produits non rattachés à l'exercice, ne pourront indéfiniment servir de guide et de règle de gestion d'une entreprise qui se veut et se doit d'être en phase avec son temps, ses clients, et les modes de gestion classiques des entreprises normalement gérées.

De même, l'obligation d'adopter un budget équilibré, sous le contrôle de sa commission financière, sous peine que celle-ci demande la nomination d'un administrateur provisoire, paraît une sanction peu adaptée et, au demeurant, difficilement applicable. D'ailleurs, elle n'a pas été appliquée, même lorsque, dans l'incapacité de faire autrement, la commission n'a pu examiner le budget 2001 qu'après l'octroi d'un prêt participatif de l'État, – en pratique après la clôture de l'exercice 2001 lui-même. Elle a alors dû approuver un budget demeurant déséquilibré de 3 millions d'euros.

Cette réflexion sur l'évolution du statut ne doit cependant pas être opérée dans une précipitation inutile, qui nuirait à son acceptation par les acteurs et donc au succès de sa mise en œuvre, mais doit s'inscrire dans une **démarche de long terme**.

V.– LES AGENCES DE PHOTOS : UNE MUTATION TRES BRUTALE

Quoique ce sujet ne constitue pas un enjeu budgétaire, votre Rapporteur spécial ne peut que souligner sa **préoccupation quant au devenir des agences françaises de photos**.

En effet, l'évolution récente a conduit à une forte concentration du secteur, par le rachat progressif des agences de photos indépendantes (Sygma, Sipa et Gamma), qui avaient fait de Paris la capitale du photojournalisme, il y a une trentaine d'années, mais qui n'étaient peut-être plus en mesure de faire face aux investissements nécessaires pour demeure au niveau technologique indispensable à leur pérennité. Par ailleurs, le développement de l'activité photo de l'AFP auprès des magazines, longtemps alimentés principalement par les agences de photo, naturellement compréhensible du point de vue des exigences d'équilibre financier de l'AFP, a conduit à rompre l'équilibre antérieur.

Ces rachats par de grands groupes (Hachette-Filipacchi en 1999, Corbis en 2000, et le groupe Fabre en 2001) n'ont pas nécessairement permis à ceux-ci d'obtenir les résultats escomptés, en raison de la protection des droits des auteurs. Celle-ci ne permet pas en effet l'exploitation totalement libre des archives photos au-delà de la première publication. En conséquence, les agences, avant et après leurs rachats, ont été amenées à procéder à des restructurations lourdes, avec de nombreuses suppressions d'emplois de photo-reporters, dans un des secteurs de la presse dans lequel la France apparaissait pourtant naguère comme particulièrement en pointe.

CHAPITRE III – INTERNET : UN RETARD A COMBLER

Le développement de l'internet ne constitue pas une question aujourd'hui principalement budgétaire. Les quelques crédits destinés à cette action sont disséminés sur les différents budgets de fonctionnement des ministères, ou traités sous un angle purement technologique. Pourtant, internet et communication, audiovisuelle comme écrite, se trouvent aujourd'hui au confluent de problématiques communes, par le développement inéluctable de l'utilisation du premier pour l'accès aux seconds.

I.– UN CONTEXTE APPAREMMENT DIFFICILE, MAIS DES PERSPECTIVES QUI TENDENT A S'ÉCLAIRCIR

A.– UNE INTERACTION CROISSANTE ET INCONTOURNABLE AVEC LES QUESTIONS DE COMMUNICATION

L'interaction entre le développement de l'internet et les questions de communication va en s'approfondissant et en s'enrichissant régulièrement.

La plus simple est la consultation de la télévision et de la radio sur l'internet en France, qui se caractérise par deux tendances. En premier lieu, la consultation des sites internet des télévisions et des radios en ligne progresse, même si leur audience reste globalement encore assez limitée. Cette progression profite essentiellement aux déclinaisons en ligne des télévisions hertziennes du câble ou du satellite et aux radios. En France, l'écoute de la radio en ligne connaît un succès croissant avec la diffusion de l'internet, et l'organisation de la diffusion par un prestataire intermédiaire efficace, unique pour la quasi-totalité des radios. Selon Médiamétrie l'audience des programmes radios et TV sur l'internet n'a cessé de croître en 2002. En second lieu, la consultation de la radio sur l'internet a permis l'émergence et le succès de radios spécifiquement présentes sur ce média.

DÉVELOPPEMENT DE LA CONSULTATION DES SITES INTERNET DE RADIOS ET DE TELEVISIONS

Sites	Nombre de visites (en millions)	Durée moyenne de visites
TF1	5.6	19'13''
ComFm (plus de 100 radios et TV en ligne)	2.3	8'06''
Europe 1 interactive	1.4	12'11''
France Télévisions	1.2	11'22''
Radio France.fr	0.9	20'33''
MCM.net	0.6	7'07''
La chaîne Météo	0.5	2'51''
RFI	0.4	7'36''
Ouirock.com	0.1	5'19''

Source Cybermétrie août 2002

En matière de presse, la convergence, déjà mentionnée, est sans doute plus forte encore, car le débit nécessaire pour la consultation des sites de presse est sensiblement moindre que pour les images animées de la télévision, voire les sons de bonne qualité des radios. La principale question, pour ce qui concerne la presse, est sans doute plutôt celle de la labellisation et de l'identification de la valeur journalistique des sites. À cet égard, les efforts déployés par les professionnels, et notamment la FNPF (Fédération nationale de la presse française), méritent d'être soulignés et reconnus. Il ne reste plus, en l'occurrence, qu'à mettre effectivement en œuvre le label-presse ainsi défini, sur la base d'une attribution par une commission rappelant la commission paritaire des publications, et dans une perspective d'engagement de la responsabilité de l'éditeur de même nature que celle applicable depuis 1881 en matière de presse écrite. .

B.— UN CONTEXTE GLOBAL ORIENTÉ VERS LA FIN DE LA CONVERGENCE ?

Après une phase d'euphorie particulièrement exagérée, la bulle de l'internet s'est très rapidement dégonflée, et la nouvelle économie a sans doute réintégré les rangs de l'économie classique régie par la recherche de rentabilité réelle, et plus seulement virtuelle.

De même, les champions internationaux de ce qu'il était convenu d'appeler la « convergence » des contenus et des conteneurs, c'est-à-dire des réseaux et des supports, d'une part, et des programmes et des informations, d'autre part, ont, pour certains, connu des défaillances majeures, et, en tout cas, ont dû réduire leurs ambitions. Les deux exemples les plus clairs de ce retour au réalisme sont ceux :

– de la déconfiture de Vivendi Universal et de l'échec de la stratégie de son précédent président d'acquisitions au prix fort à la fois des opérateurs techniques et des producteurs de contenus ;

– et de la difficulté de la fusion AOL-Time-Warner, dans laquelle, après une brève période durant laquelle l'opérateur AOL a pu paraître prendre le dessus grâce à une valorisation boursière considérable, la stratégie de l'entreprise est revenue à un mode plus rationnel, après un changement de direction.

Pour autant, le retour à la normale financière ne constitue pas nécessairement un abandon complet : la stratégie de cessions de la nouvelle direction de Vivendi Universal irait plutôt dans ce sens, en conservant les pôles *entertainment* et de téléphonie mobile. De même, l'orientation d'AOL-Time-Warner demeure également axée sur la convergence. Enfin, les anciennes firmes vedettes de l'internet, comme Yahoo, Amazon ou eBay, ont su adapter leur modèle économique, pour retrouver le chemin de la croissance soutenue du chiffre d'affaires, et profiter de la consolidation du secteur.

Quoi qu'il en soit, cette consolidation demeure fragile. C'est pourquoi, après l'éclatement de la bulle Internet et les difficultés liées au secteur des télécommunications, les pouvoirs publics paraissent maintenant plus légitimes que jamais à intervenir positivement.

C.— DES PERSPECTIVES FAVORABLES AU DÉVELOPPEMENT DU COMMERCE ELECTRONIQUE

Le commerce électronique, qui constitue l'une des premières manifestations de la « convergence » susceptible d'être économiquement rentable dans l'économie de l'internet, a pour sa part sensiblement progressé en France, même si son volume global demeure faible. Ainsi, avec un chiffre d'affaires de 1,45 milliard d'euros en 2001, soit 110 % de croissance par rapport à 2000, ce marché a progressé significativement. L'offre s'est en revanche stabilisée quantitativement (2.752 sites de commerce-électronique à la fin de l'année 2001, contre 2.715 à la fin de l'année 2000), ce qui ne doit pas cacher ni le caractère extrêmement évolutif de ces sites, ni l'amélioration de leur qualité.

Des enquêtes menées par Ipsos Média-angle au premier semestre 2002, il ressort que le nombre d'acheteurs en ligne continue de progresser plus vite que le nombre d'internautes, ce qui est évidemment très encourageant. De plus, même si la suprématie des produits culturels demeure (livres et CD, et voyages), les produits ou services disposant de sites se diversifient progressivement (matériel informatique, habillement, logiciels, spectacles, ..).

La poursuite de ces évolutions dépendra de deux facteurs : le nombre de ménages ayant accès à l'internet ; et, parmi ceux-ci, la proportion de ceux qui s'adonnent effectivement au commerce électronique, c'est-à-dire, en particulier, qui dépasseront leurs craintes quant à la sécurisation des transactions en ligne. A cet égard, le développement de l'e-carte bleue par les banques pour le grand public ne pourra que constituer un facteur incitatif fort.

II.— DES ATTENTES FORTES QUANT À L'ACTION DU GOUVERNEMENT

A.— LE BILAN DE L'ACCÈS A L'INTERNET N'EST PAS SATISFAISANT

Les données publiées par la Commission européenne en février 2002 montrent clairement que la France n'a pas établi une situation satisfaisante en matière d'accès et d'utilisation de l'internet, en comparaison de ses principaux voisins et partenaires.

Certes, malgré un rythme comparable d'équipement des foyers, la progression de l'accès à l'internet demeure supérieure à celui de la moyenne européenne. Mais la **France continue à accuser un retard très significatif (de 20 %) par rapport à la moyenne européenne en terme d'accès à l'internet à**

domicile. Globalement, l'utilisation de l'internet en France demeure significativement inférieure à celle de la moyenne des autres États de l'Union.

On observera également que l'accès à l'internet est peu diversifié en France : 2 % pour l'accès par portable, 0,6 % par la télévision numérique, contre, respectivement, 9 % pour les britanniques pour les deux modes d'accès.

ANALYSE DE L'ÉTAT COMPARÉ DE L'ACCÈS A L'INTERNET EN FRANCE ET EN EUROPE

Novembre 2001 Proportion de la population :	Position de la France	France (en %)	Moyenne Union européenne (en %)	Écart (en %)
- utilisant régulièrement Internet	11	45,0	48,0	- 6
- disposant d'un accès à domicile	12	30,1	37,7	- 20
- disposant d'un accès ADSL à domicile	8	4,2	6,3	- 33
- disposant d'un accès câble à domicile	11	4,5	9,1	- 51
Coût d'accès à 20 heures par semaine (en euros)	4	26,5	29	- 9
Utilisation des services publics en ligne				
- pour information	- 3	- 46	- 35	- 30
- pour remise de formulaire	- 4	- 24	- 22	- 9

Source : Commission européenne

En revanche, certains indicateurs apparaissent plus favorables :

– le haut débit se développe significativement en France, en particulier avec l'ADSL, alors que le haut débit sur le câble tend à marquer le pas. Néanmoins, le retard est important, même si les taux considérés sont faibles et que la dynamique rapide peut modifier rapidement les comparaisons avec nos voisins européens ;

– le coût d'accès est relativement moins cher en France (10 % moins cher que la moyenne pour 20 heures de connexion par semaine) ;

– l'administration électronique est convenablement développée en France.

Globalement, l'évolution vers l'internet, rapide en soi, mais lente par rapport à la moyenne européenne, subit en France trois contraintes importantes : l'importance du parc et des habitudes d'utilisation du minitel ; les craintes devant l'insécurité du paiement en ligne ; enfin, le manque de contenus réellement attractifs sur l'internet. Sur ce point, le développement de contenus comme le jeu en ligne, la vidéo à la demande, les services voix et médias basés sur des modèles économiques pérennes paraissent essentiels pour favoriser le développement de l'internet dans les foyers, ainsi que la migration vers le haut débit.

De même, la diversification des modes d'accès de l'internet est-elle généralement considérée comme un important moyen d'accès des foyers à la société

de l'information, que ce soit par la télévision numérique, même si celle-ci offre une interactivité variable en fonction des voies de retour, ou par l'UMTS et le GPRS de la téléphonie mobile. Dans cette perspective, le ministre de l'Économie, des finances et de l'industrie, reconnaissant récemment le « retard considérable » de la France⁽¹⁹⁾ sur certains pays européens dans l'internet à haut débit, a fixé l'objectif d'atteindre 10 millions d'abonnés d'ici à cinq ans, contre un million seulement aujourd'hui. La multiplication d'offres tarifaires concurrentes pour des accès de haut-débit d'entrée de gamme, – à partir de 128 kbit/s, soit le double du bas débit –, à des tarifs inférieurs au seuil psychologique de 30 euros, devrait permettre d'ouvrir la voie vers cet objectif ambitieux.

Enfin, votre Rapporteur spécial se doit de souligner que le développement de l'internet peut constituer un outil moderne par excellence d'accompagnement de la décentralisation : en effet, le réseau d'internet, qui abroge les distances, supprime les obstacles physiques, facilite l'information, la participation et la gestion à distance, paraît un instrument technique parmi les mieux adaptés à l'esprit qui préside à la volonté de réformer l'État et d'approfondir la décentralisation.

B.- QUELLES PERSPECTIVES LÉGISLATIVES ET RÉGLEMENTAIRES ?

Compte tenu à la fois du retard pris sur l'élaboration d'un cadre juridique solide et fiable par la précédente majorité, et du retard dans l'utilisation de l'internet constaté aujourd'hui, le Gouvernement, dans sa nouvelle configuration des responsabilités dans ce domaine, doit affronter une tâche lourde, mais indispensable dans un délai rapide.

L'action du Gouvernement en matière de nouvelles technologies et de société de l'information a lieu dans un cadre interministériel. Si le Ministère de la Culture et de la communication participe à la réflexion et propose des mesures dans son champ d'action, les autres ministères jouent naturellement un rôle important dans leur domaine respectif. Le nouveau Gouvernement a décidé, en outre, de confier un rôle de coordination, d'impulsion et de communication de cette politique à la Ministre en charge des nouvelles technologies.

Le précédent Gouvernement avait lancé en janvier 1998 le Programme d'action gouvernementale pour la société de l'information (PAGSI), destiné à favoriser le développement de la société de l'information dans notre pays en prévenant l'élargissement de ce qu'il était convenu d'appeler le « fossé numérique ». La démarche consistait en une mobilisation de l'État, non pour se substituer aux acteurs en présence (entreprises, collectivités, associations) mais pour accompagner leurs initiatives en leur donnant les moyens nécessaires pour ce faire.

Pour répondre aux besoins de la société de l'information, six chantiers prioritaires avaient été définis : l'internet à l'école, le développement des contenus culturels numériques, l'administration électronique, le soutien à l'économie

⁽¹⁹⁾ Fin 2001, 2,6 % des ménages français avaient accès au haut-débit, contre 3,9 % pour la moyenne de l'Union européenne, et plus de 10 % pour la Suède et les États-Unis.

numérique, l'innovation et la recherche et l'adaptation du droit français aux technologies de l'information et de la communication. Ce dernier chantier constitue effectivement un préalable nécessaire pour favoriser l'émergence d'une régulation efficace et d'un cadre protecteur pour les nouveaux réseaux d'information.

Aujourd'hui, un certain nombre de textes législatifs et réglementaires ont été adoptés, en dépit du fait que le Parlement n'a pas examiné le projet de loi relatif à la société de l'information (PLSI). Compte tenu de son incapacité à inscrire ce projet à l'ordre du jour du Parlement, le précédent Gouvernement avait alors privilégié la démarche aléatoire et assez erratique consistant à faire adopter certaines dispositions dans des textes divers :

- l'établissement des réseaux de télécommunications par les collectivités locales, dans le cadre de la loi du 17 juillet 2001 portant diverses dispositions d'ordre social, éducatif et culturel. Mais les collectivités locales continuent de juger trop restrictives leurs conditions d'intervention dans l'établissement et l'exploitation des réseaux de télécommunications. En particulier, la possibilité devrait leur être ouverte de financer des réseaux à haut débit ;
- l'effacement des données personnelles relatives aux communications, dispositions adoptées par la loi du 15 novembre 2001 relative à la sécurité quotidienne ;
- le renforcement des moyens des pouvoirs publics pour lutter contre l'utilisation de la cryptologie à des fins délictueuses, introduites dans la même loi du 15 novembre 2001 relative à la sécurité quotidienne ;
- l'élargissement du pouvoir d'accès aux données de connexion détenues par les opérateurs de télécommunications et les fournisseurs d'accès, par la loi de finances rectificative pour 2001 ;
- enfin, la diffusion de l'internet haut débit, avec le décret du 12 septembre 2000 sur le dégroupage de la boucle locale, ouvrant le réseau local de France Télécom à la concurrence.

Mais, au-delà, de nombreuses mesures restent en attente :

- transposition de la directive « Commerce électronique » du 8 juin 2000, dans une version acceptable par la Commission ;
- organisation de la mise à disposition gratuite des données publiques essentielles des services et établissements publics de l'État ainsi que des organismes placés sous son contrôle ;
- collecte et conservation au titre du dépôt légal du patrimoine culturel et scientifique offert par les services de communication en ligne ;
- adaptation des règles relatives à l'exercice du droit de réponse prévues par la loi du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle pour les services de communication en ligne.

Un nouveau projet de loi sur l'économie numérique, reprenant certaines dispositions de ce premier projet, est actuellement à l'étude. Votre Rapporteur spécial ne peut que presser le Gouvernement à le déposer et à l'inscrire rapidement à l'ordre du jour de l'Assemblée nationale.

Au-delà, diverses dispositions communautaires essentielles en matière de télécommunications et d'audiovisuel demeurent à transposer, notamment les trois suivantes :

– transposition, dans un délai normalement fixé au 24 juillet 2003, de ce qu'il est convenu d'appeler le « paquet télécoms ». Une consultation publique conjointe du Ministère de la culture et de la communication et du Ministère de l'industrie a été lancée dans cette perspective et s'est achevée le 20 septembre 2002 ;

– transposition de la directive du 22 mai 2001 relative à l'harmonisation de certains droits d'auteur et droits voisins dans la société de l'information. Celle-ci fait l'objet de travaux de réflexions, jusqu'à présent infructueux, dans le cadre du Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique. Un projet de loi devrait être déposé au Parlement sur ce sujet au début de l'année 2003 ;

– achèvement de la procédure parlementaire, interrompue en cours de navette, de la directive du 25 octobre 1995 relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et modifiant la loi du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés.

C.- UNE FISCALITÉ CONTRE-PRODUCTIVE ET PARADOXALE DES PRODUITS ÉLECTRONIQUES ET DE L'INTERNET

Le cadre juridique de l'internet doit s'accompagner du minimum de mesures économiques évitant au moins d'entraver son développement. En l'espèce, des progrès restent à faire, qu'il s'agisse de la facturation des redevances finançant le service universel de télécommunications, dont le mode de calcul obère les comptes d'exploitation et la rentabilité des fournisseurs d'accès à bas-débit à l'internet, ou des redevances dues sur l'utilisation de la technologie satellitaire pour l'accès à l'internet en haut-débit, ou encore de la TVA sur les produits en ligne.

Dans chacun de ces trois cas, des mesures simples et préventives, pour un coût fiscal réduit, constituerait, si elles étaient prises suffisamment tôt, économiquement chargées de symbole quant à l'expression de la volonté politique de ne pas dissuader les initiatives utiles.

S'agissant en particulier de la TVA, une récente directive européenne, datant du 7 mai 2002 et concluant un très long processus de négociation, a modifié à titre temporaire, pour 3 ans, la 6^{ème} directive de 1977 pour le régime de TVA, en ce qui concerne les services de radiodiffusion et de télévision et certains services fournis par voie électronique. Elle prévoit que la « *fourniture d'images, de textes et d'informations* » par voie électronique est considérée, aux fins de la TVA, non pas

comme une livraison de biens mais comme une prestation de services à laquelle doit donc être appliqué le taux normal de TVA, soit, en France, 19,6 %.

Or, dans le même temps, les journaux et périodiques bénéficient en France du taux réduit de 2,10 % et les livres du taux réduit de 5,5 %, conformément à la même 6^{ème} directive. Mais, pour l'un comme pour l'autre cas, ces taux réduits sont jusqu'à présent réservés à la presse et aux livres traditionnels, sous leur forme « papier », et la directive de mai dernier a confirmé cette position, par la négative pour les produits dématérialisés, du moins à titre temporaire.

Ainsi, les sites créés par les entreprises de presse, offrant une diffusion en ligne de leur journal, sont aujourd'hui assujettis à un taux de TVA de 19,6 % lorsqu'ils présentent un caractère payant. Il en irait de même pour la vente de livres sous une forme dématérialisée, et, sans doute, de toutes les ventes de biens culturels en ligne ou sous forme électronique. Cette solution, notamment concernant la presse, apparaît d'autant plus paradoxale que, dans le droit fiscal français, tel que l'interprète la Direction de la législation fiscale qui élabore le fascicule des voies et moyens annexé au projet de loi de finances, le coût de la dépense fiscale correspondant au taux de TVA super-réduit sur la presse est mesuré, non pas par rapport au taux normal de 19,6 %, mais par rapport au taux réduit de 5,5 %, qui représenterait donc le droit commun applicable à la presse en dehors du taux super-réduit.

Cette différence de traitement de la diffusion de la presse, des livres, et des autres biens culturels suivant leur support technique n'est de nature à inciter au développement :

- ni de l'internet en général, pour lequel la France n'est pourtant pas spécialement en avance ;
- ni de la diffusion plus spécifique de la presse sur l'internet., qui pourrait pourtant constituer une voie de développement porteuse d'avenir, notamment pour la presse quotidienne d'information générale en régression tendancielle ;
- ni au développement du livre électronique.

Plus généralement, elle n'est pas de nature à contribuer à l'émergence de nouveaux modèles économiques durables, fondés sur le paiement, des prestations et des livraisons de biens dématérialisés sur l'internet qui font tant défaut au développement de la nouvelle économie et qui ont conduit aux difficultés actuelles de ce secteur.

Il conviendrait donc, sans attendre la fin du régime transitoire pour les prestations en ligne d'ici juillet 2005, de profiter de la renégociation communautaire de l'annexe H prévue en 2003 pour demander que les taux réduits autorisés pour les biens culturels puissent s'appliquer quel que soit leur support, donc aussi sous forme électronique.

D.- LES DROITS D'AUTEURS : UN PROBLEME DIFFICILE QUI EXIGE POURTANT UNE RÉPONSE RAPIDE

Au-delà des accords d'entreprise, régissant ponctuellement le partage des droits d'auteurs des journalistes et de leur employeurs pour la réutilisation de leurs travaux sur des supports multimédias, une réflexion plus globale a été initiée sur le statut de la création salariée. A la suite de la création du Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique, mis en place en juin 2001, une commission

spécialisé, associant les différents acteurs (sociétés d'auteurs et d'artistes, journalistes, éditeurs de presse, de livres, de services en ligne, entreprises de l'audiovisuel et des logiciels de loisirs) a été créée avec les multiples objectif : de rechercher les moyens d'assurer la mise en œuvre effective des droits des auteurs salariés ; sans remettre en cause les règles fondamentales du droit d'auteur ; tout en donnant aux employeurs la sécurité juridique indispensable à l'exploitation des œuvres créées par l'auteur salarié. Cette réflexion devait également conforter la sécurité juridique des accords d'entreprise et analyser l'impact sur la situation fiscale et sociale des salariés et employeurs des propositions susceptibles d'être retenues.

La commission, dont les travaux se sont déroulés jusqu'en mars 2002, n'a pu rédiger un avis consensuel ni s'accorder sur un projet de texte aménageant la règle de l'interdiction de la cession globale des œuvres futures prévue par le code de la propriété intellectuelle. Deux logiques se sont affrontées : celle du droit d'auteur, défendue par les sociétés de gestion collective et celle du droit du travail, défendue par les employeurs. Les représentants des éditeurs de presse ont en particulier manifesté le souhait de poursuivre les négociations sociales entamées sur ce sujet et ont signifié leur refus d'une discussion sur le seul terrain du droit de la propriété littéraire et artistique.

Prenant acte de cet échec, le Ministre de la Culture et de la communication a désigné une personnalité indépendante, M. Raphaël Hadas-Lebel, pour proposer une solution à ce problème délicat.

*
* *

Il ressort des développements qui précèdent que la situation de l'internet en France, sur l'ensemble des différents points de vue juridiques, techniques, économiques ou fiscaux, appelle un sursaut rapide. **Un débat au Parlement, après une mission d'information transversale, permettrait de contribuer utilement à orienter l'action du Gouvernement**, en liaison avec le dépôt attendu du projet de loi relatif à « l'économie numérique ».

EXAMEN EN COMMISSION

Au cours de sa séance du 5 novembre 2002, la Commission a examiné les crédits **de la Communication, les articles 48 et 52 et la ligne 35 de l'état E annexé, rattachés à ce budget.**

Après l'exposé de votre Rapporteur spécial, **M. Alain Rodet**, abordant les difficultés de la presse quotidienne, de faible tirage, et notamment régionale, a souhaité un maintien, voire un renforcement des aides publiques dans la mesure où les ressources publicitaires tendent à décliner.

Il a souhaité, par ailleurs, que le rapport écrit présente la liste des maisons de production fournissant des programmes à France-Télévisions et demandé quelles étaient les ressources de substitution envisagées par le ministère pour remplacer la redevance au cas où celle-ci serait supprimée.

M. Bernard Carayon a demandé des informations complémentaires sur les radios indépendantes commerciales de catégorie B, dont le CSA doit préserver l'accès aux fréquences. Elles ne disposent d'aucune taxe ou redevance, mais elles ont un rôle de diffusion de l'information locale très important et assurent 10 % de l'audience quotidienne radiophonique, voire 20 % comme c'est le cas à Mazamet. Il convient de leur assurer un accès privilégié aux marchés locaux de publicité. Il convient de s'interroger, en outre, sur la croissance de 3 % des moyens publics prévus pour Arte : cette hausse correspond-elle à une croissance du taux d'écoute, et quelle est l'audience d'Arte en France ?

M. Jean-Jacques Descamps est revenu sur les coûts de perception et de vérification de la redevance. La suppression de celle-ci a été jugée prématurée en 2002. Il faut espérer que l'année 2003 sera la bonne.

Les chaînes publiques de télévision supportent des coûts de gestion particulièrement lourds au point que, par exemple, France 3 limite ses déplacements en province. Des procédures d'audit ont-elles été diligentées par le ministère sur les coûts de gestion des chaînes de télévision publiques ?

S'agissant de la couverture Internet, il faut regretter les retards français, notamment par rapport à l'étranger, dans le développement du haut débit. Il y a, sur ce point, manifestement, des ambiguïtés dans les informations dont on peut disposer.

Après avoir félicité votre Rapporteur spécial pour son exposé, **M. Pierre Hériaud** l'a interrogé sur les compensations envisageables en cas de suppression de la redevance. Actuellement, l'État, au travers de crédits des services généraux du Premier ministre, finance certaines exonérations de redevance, mais il faudra aller beaucoup plus loin pour dégager 2 milliards d'euros.

M. François Goulard, Président, s'est étonné que personne ne s'étonne du fait que les télévisions régionales relèvent, en fait, d'une chaîne nationale. En France, contrairement à l'étranger, il n'y a pas de véritables chaînes régionales, même regroupées dans des réseaux. On peut donc se demander si, à l'heure de la décentralisation, un nouveau schéma ne pourrait pas être mis en place.

M. Jean-Pierre Balligand a demandé des précisions sur l'implication des sociétés privées dans le développement de l'ADSL territorial.

M. Jean-Jacques Descamps a considéré que, en la matière, les tarifs pratiqués par France-Télécom, en concurrence avec d'autres opérateurs, sont, en vérité, comparables à ceux proposés par les sociétés privées.

Répondant aux différents intervenants, votre **Rapporteur spécial** a indiqué que :

– la presse locale connaît une crise économique liée, notamment, à l'évolution du coût du papier, à la baisse des ressources publicitaires et au déclin de son lectorat. La croissance de l'aide de l'État, notamment par les journaux départementaux à faibles ressources publicitaires, est donc bienvenue. L'effort s'accompagne d'une hausse des aides au portage. Celle-ci est essentielle, malgré les efforts de distribution de la Poste, non seulement pour la presse nationale, mais surtout pour la presse quotidienne régionale qui – faut-il le rappeler ? – est diffusée à hauteur de 35 % par portage ;

– la liste des producteurs-animateurs pourra être demandée. Cela étant, le service public, à la suite, notamment, des observations de M. Alain Griotteray, Rapporteur spécial des crédits de la Communication il y a quelques années, a considérablement clarifié cette question. Le rapport écrit apporte les précisions utiles sur ce point. Ainsi, il n'y a plus de rémunération forfaitaire, ni d'engagements pluriannuels. En outre, les contrats passés peuvent être révisés en fonction de l'évolution des audiences ;

– les amendements relatifs à la suppression de la redevance déposés en première partie du projet de loi de finances, n'ont pas été adoptés cette année, le Gouvernement estimant la réalisation d'études préalables essentielle. La direction du développement des médias a été chargée d'un rapport en ce sens. Il faut souhaiter que le Parlement soit associé à l'effort de réflexion. Sur le fond, si l'on tient compte du coût, estimé à 73 millions d'euros, des frais de collecte de la redevance, et des 450 millions d'euros de compensation des exonérations, il conviendra de dégager 2 milliards d'euros de recettes pour la télévision publique, sans alourdir les prélèvements obligatoires. Les contraintes sont donc fortes ;

– l'avenir des radios indépendantes locales est, en partie, lié au développement de la TNT locale. Trois canaux sont, en principe, prévus à cet effet. Mais les nouvelles télévisions ponctionneront les recettes publicitaires existantes. Les conséquences risquent d'être négatives pour d'autres médias si l'on conserve l'interdiction totale de l'accès de certains secteurs à la télévision. Il faut sans doute permettre à la presse d'accéder au marché publicitaire télévisé, pour permettre, sans déstabiliser les radios et les quotidiens régionaux, aux télévisions locales de se

développer. L'ouverture de la publicité télévisée à la grande distribution posera plus de problèmes ; en toute hypothèse, ces ouvertures doivent être très progressives ;

– l'audience d'Arte atteint environ 3 %. Elle devrait être améliorée par une diffusion toute la journée, mais la hausse des moyens publics dont la chaîne dispose est sans lien avec son audience. Elle résulte, en effet, d'un accord international, dont l'Allemagne respecte les engagements. Il faut donc respecter les nôtres ;

– la maîtrise des coûts de gestion des chaînes publiques est un des objets des contrats d'objectifs et de moyens. Des indicateurs ont été mis en place et les engagements doivent être tenus. La Cour des comptes devrait rendre, d'ici un à deux ans, un rapport sur la gestion de France-Télévisions, mais ses observations ont d'ores et déjà alimenté les réflexions présentées dans le rapport spécial sur le budget de la Communication pour 2003 ;

– la fixation d'objectifs ambitieux par le précédent gouvernement pour le développement de la télévision numérique terrestre n'a malheureusement pas été accompagnée par celle d'un calendrier précis ;

– s'agissant du haut débit, l'ADSL paraît largement « verrouillé » par France-Télécom qui bénéficie, en effet, d'une rente de situation. Mais le Gouvernement, le Parlement et l'Autorité de régulation des télécommunications exercent une pression en faveur du déblocage des boucles locales pour permettre une réelle concurrence. Le projet de loi de finances rectificative devrait comporter des mesures d'allègement fiscal en faveur du haut débit satellitaire, mais il conviendra probablement d'aller plus loin et de favoriser son développement sur le réseau électrique classique. L'abaissement des coûts au moyen de l'utilisation de ces supports devrait permettre à la concurrence de s'exprimer ;

– le développement des télévisions locales devrait être favorisé par celui du numérique terrestre. Trois canaux devraient être dégagés et le Conseil supérieur de l'audiovisuel devrait prochainement lancer des appels d'offres. Mais l'ouverture de ces canaux devra s'accompagner d'une levée de l'interdiction d'accès au marché publicitaire faite à certains secteurs, pour permettre la viabilité des chaînes créées ;

– s'agissant du réseau des chaînes publiques régionales, il faut convenir que les huit nouvelles chaînes publiques prévues seront, en l'état actuel des projets, des services de France 3 et, donc, des prolongations de cette société nationale.

Votre Commission a *adopté*, sur proposition de votre Rapporteur spécial, les crédits de la Communication et *vous demande d'émettre un vote favorable à leur adoption*.

Article 48

Autorisation de perception des taxes parafiscales rattachées.
(ligne n° 35 de l'état E annexé)

Texte du projet de loi :

La perception des taxes parafiscales dont la liste figure à l'état E annexé à la présente loi continuera d'être opérée pendant l'année 2003.

Exposé des motifs du projet de loi :

La liste des taxes parafiscales dont la perception est autorisée tient compte des modifications intervenues depuis septembre 2001.

Conformément aux dispositions de la loi organique du 1^{er} août 2001 relative aux lois de finances, les taxes parafiscales disparaîtront, sous leur forme actuelle, le 31 décembre 2003. Le projet de loi de finances pour 2003 est donc le dernier à comporter une telle autorisation de perception.

D'ores et déjà sont supprimées quatre taxes parafiscales, dont la taxe parafiscale perçue sur certains produits pétroliers et sur le gaz naturel au profit de l'Institut français du pétrole et la taxe parafiscale sur la publicité radio-diffusée et télévisée.

Observations et décision de la Commission :

Votre Commission a *adopté*, sur proposition de votre Rapporteur spécial, la ligne 35 de l'état E annexé, rattachée.

*
* *

Article 52

Répartition, entre les organismes du secteur public de la communication audiovisuelle, des ressources publiques affectées au compte spécial n° 902-15.

Texte du projet de loi :

Est approuvée, pour l'exercice 2003, la répartition suivante entre les organismes du service public de la communication audiovisuelle, des recettes, hors taxe sur la valeur ajoutée, du compte d'emploi de la redevance pour droit d'usage des appareils récepteurs de télévision :

	millions €
France Télévision.....	1.499,53
Radio France.....	455,90
Radio France Internationale.....	52,30
Réseau France Outre - mer	203,05
ARTE - France.....	189,03
Institut national de l'audiovisuel	68,22
Total	<hr/> 2.468,03

Exposé des motifs du projet de loi :

Cet article a pour objet d'approuver la répartition du produit attendu de la taxe dénommée « redevance pour d'usage des appareils récepteurs de télévision » entre les organismes du service public de la communication audiovisuelle.

En 2003, les tarifs de la redevance pour droit d'usage des récepteurs de télévision sont inchangés par rapport à 2002, soit 116,50 € pour les téléviseurs couleur et 74,31 € pour les téléviseurs noir et blanc.

Outre le produit prévisionnel des encaissements de la taxe au cours de l'année 2003, soit 2.030,66 millions €, après déduction des frais de fonctionnement du service de la redevance, le montant à répartir comprend également les excédents de collecte 2001 et 2002, soit respectivement 17,97 et 22,00 millions €, ainsi que les crédits ouverts (449,23 millions €) au chapitre 46-01 du budget des services généraux du Premier ministre, au titre de la compensation du coût des exonérations de redevance.

Les crédits de paiement du compte d'affectation spéciale, dont la répartition est soumise à l'approbation du Parlement, s'élèvent donc en 2003 à 2.468,03 millions €, hors taxe sur la valeur ajoutée.

Observations et décisions de la Commission :

Votre Commission a *rejeté* un amendement de suppression (n° II-1) de M. Lionnel Luca, après que votre **Rapporteur spécial** eut rappelé qu'il avait lui-même déposé, en première partie du projet de loi de finances pour 2003, un amendement tendant à supprimer la redevance, retiré à la demande du Gouvernement.

Votre Commission a ensuite *adopté* l'article 52, rattaché à ce budget, sans modification.

ANNEXE 1 : LE PERIMETRE DE FRANCE-TÉLÉVISIONS

1.-Diffuseurs-chaines thématiques
<i>France Télémusique (Mezzo)</i>
Lancement en 1998 - Capital : <u>FTV 90 %</u> , Arte France 10 % France Télémusique détient 20 % du capital de Mezzo depuis la fusion avec Muzzik (effet au 01/07/2001), France Télécom 20 %, Lagardère / Canal + 60 %
<i>Holding Histoire (Histoire)</i>
Depuis 1997 - Capital : <u>FTV 42 %</u> , Arte-France 42 %, INA 16 % Holding Histoire détient 52,5 % d' <i>Histoire</i> (Pathé 30 %, Wanadoo 8,75 %, Suez 8,75 %)
<i>France Télé Films (Festival)</i>
Depuis 1996 - Capital : FTV 56 %, Arte-France 11 % (le Britannique Carlton Communications 33 %)
<i>Régions</i>
Depuis 1998 - Capital : <u>FTV 50.01 %</u> , France Télécom 39.99 %, Dexia 10 %
<i>Secemie (détient 51 % d' Euronews)</i>
Capital : <u>FTV 26.13 %</u> , RAI 25.32 %, RTVE 22 %, SSR 10.76 %, Autres 13.8 %
<i>Gourmet TV</i>
Lancée en 2002 - Capital : <u>FTV 5 %</u> , Gourmet Associés 45 %, Futur TV 20 %, CPI 10 %, J. Robuchon et G. Job 10 % chacun
<i>Planète Thalassa</i>
Lancée en 2002 - Capital : <u>FTV 34 %</u> , Multithématisques 66 %
<i>TV5</i>
La partie française du capital de TV 5 a été recomposée en 1999, la Sofirad ayant cédé ses parts : <u>FTV 47.5 %</u> , Arte France 12.5 %, RFO et l'INA respectivement 4 % et 2,6 % (soit une participation de la France à hauteur de 66,6 %)
2.-Production (filiales à 100 %)
<i>France 2 Cinéma</i>
<i>France 3 Cinéma</i>
<i>France Télévisions Images 1 et 2 (SOFICA)</i>
<i>Multimédia Films Production</i>
3.-Publicité (filiales à 100 %)
<i>France Télévision Publicité</i>
Autres régies : régies régionales, Espace 3, Média Exchange, Web Sat Pub, France Espace développement
4.-Développement
<i>France Télévision Distribution (FTV 100 %)</i>
Ventes de programmes, droits dérivés...
<i>Président Films (filiale à 100 % de FTD)</i>
Exportation de films
<i>France Télévision Interactive (GIE regroupant les chaînes de FTV)</i>
Activités sites internet, télétexthe, minitel...
5.-Divers
<i>Médiamétrie</i>
<i>SCI France Télévision (et France Télévision Gestion Immobilière, filiale de la SCI)</i> , acquisition de la Maison de FTV, portage du crédit bail, acquisition d'équipements...
<i>GIE Music 3</i> Perception des droits SACEM
<i>France Télévision Numérique (pour mémoire)</i> Portage des parts TPS (vendues en 2002) Capital : <u>FTV 34 %</u>

ANNEXE 2 : LISTE DES PERSONNES AUDITIONNÉES

Entreprises publiques

AFP	M.	Bertrand	Eveno	Président
Arte	M.	Jérôme	Clément	Président
	M.	Christian	Vion	Secrétaire général
France-Télévisions	M.	Marc	Tessier	Président
	M.	Christopher	Baldelli	Directeur Général France 2
	M.	Rémy	Pfimlin	Directeur Général France 3
	M.	Jean-Pierre	Cottet	Directeur Général France 5
	M.	Christian	Dauriac	Directeur du projet numérique de France 3
	Mme.	Stéphanie	Martin	Directrice des Relations Institutionnelles
	M.	Jean	Mino	Directeur chargé de la mise en place des chaînes numériques
	M.	François	Tron	Directeur des programmes France 2
	M.	Bertrand	Mosca	Directeur des programmes France 3
INA	M.	Emmanuel	Hoog	Président-directeur général
Radio France	M.	Jean-Marie	Cavada	Président-directeur général
RFI	M.	Jean-Paul	Cluzel	Président-directeur général
RFO	M.	André-Michel	Besse	Président-directeur général
	M.	Francis	Massé	Directeur général délégué
TDF	M.	Bruno	Chetaillé	Président
	M.	Thierry	Bernard	Directeur de la communication
TV5 et CFI	M.	Serge	Adda	Président
	Mme	Michèle	Jacobs-Hermès	directrice de cabinet

Administrations

Présidence de la République	M.	Roch-Olivier	Maistre	Conseiller éducation et culture
Premier ministre	M.	François	de Mazières	Conseiller pour la culture et la communication
	M.	Patrick	Raude	Conseiller technique chargé des médias
	M.	Laurent	Sorbier	Conseiller Technique Société de l'Information
Ministère de la Culture et de la communication	M.	Jean-Jacques	Aillagon	Ministre de la Culture et de la communication
	M.	Guillaume	Cerutti	Directeur de cabinet
	M.	Yves	D'Hérouville	Conseiller technique politique audiovisuelle
	M.	Mathieu	Bineau	Conseiller technique financement et industries du cinéma et de l'audiovisuel
	M.	Emmanuel	Fessy	Conseiller technique presse écrite
	Mme	Elodie	Ziegler	Conseiller technique Internet
DIRECTION DU DÉVELOPPEMENT DES MÉDIAS	M.	Alain	Seban	Directeur depuis septembre
	M.	Christian	Phéline	Directeur jusqu'en septembre
	M.	Simon	Barry	Directeur Adjoint
Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie	M.	Arnaud	Pollaillon	Conseiller technique Communication
Ministère des Affaires étrangères	Mme	Laurence	Auer	Conseillère technique
Ministère de la recherche et des nouvelles technologies	Mme	Claudie	Haigneré	Ministre
	M.	Bernard	Bigot	Directeur de cabinet
	M.	Alexandre	Moatti	Conseiller Technique NTIC
DATAR	M.	Bruno	Cassette	Chargé mission NTIC

ART	M.	Jacques	Douffiagues	Membre
Conseil d'Etat	M.	Michel	Boyton	Conseiller d'Etat
CSA	M.	Dominique	Baudis	Président
	M.	Laurent	Touvet	Directeur général
	M.	Camille	Pascal	Directeur du cabinet du Président
	M.	Didier	Eiffermann	Directeur des études

Entreprises et organismes privés

Antalis	M.	Xavier	Gouyou-Beauchamps	Président
AOL	M.	Stéphane	Trepoz	Président
Association Les pieds dans le Paf	Mme.	Mélanie	Le Saux-Glaymann	Vice-Présidente
Cegetel	M.	Jean-Luc	Archambault	Directeur Réglementation
FNPF (Fédération nationale de la presse française)	M.	François	Devevey	Directeur Général
SPP (syndicat de la presse parisienne)			Bureau du syndicat	
Groupe Amaury	M.	Gérard	Métoudi	Directeur des Relations Extérieures et de la Communication
Groupe Pathé	M.	Jérôme	Seydoux	Président Directeur Général
	M.	Marc	Lacan	Directeur du développement
FNPS (Fédération nationale de la presse d'information spécialisée)			Bureau de la Fédération	
IFCIC	M.	Paul	Henri	Président
Lagardère Médias	M.	Arnaud	Lagardère	Président
Ligue française de l'enseignement	Mme	Christine	Menzaghi	Communication
M6	M.	Nicolas	de Tavernost	Président du Directoire
Messageries lyonnaises de presse	M.	Patrick	André	Directeur Délégué
NMPP	M.	Yves	Sabouret	Directeur Général
	M.	Pierre	Richard	Directeur de la communication
	M.	Jean-Pierre	Doulet	Directeur des opérations et coordination du plan
SACD	Mme	Stéphanie	Pistre-Sacquin	Directrice des Relations Institutionnelles
SNPP	M.	Laurent	Dubois	Directeur
Syndicat EDT Vidéo	M.	Jean-Yves	Mirski	Délégué Général
SPQR (Syndicat de la presse quotidienne régionale)	M.	Jean-Paul	Prévost	Président
	M.	Bruno	Hocquart	Directeur général
SPP (Fédération de la presse parisienne)			Bureau du syndicat	
FPS (Fédération de la presse spécialisée)			Bureau de la fédération	
Télé 7 jours	M.	Patrick	Mahé	Directeur de la rédaction
Télé magazine	M.	Hubert	Boucheron	Directeur des Programmes
TF1	M.	Patrick	Lelay	Président
UNAF	M.	Jean-Pierre	Quignaux	Chargé de mission

