



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

presse

Question écrite n° 114082

Texte de la question

M. Philippe Meunier alerte M. le secrétaire d'État auprès du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie, chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services, des professions libérales et de la consommation, sur la disparition de nombreux diffuseurs de presse sur le territoire national. Ces « marchands de journaux » sont implantés dans les villes et les quartiers et constituent l'un des premiers réseaux de commerce de proximité en France. Ils constituent un poids économique important et non négligeable. Les diffuseurs de presse souffrent notamment de la concurrence qui leur est faite par les grandes surfaces qui distribuent aussi la presse à un prix identique. Aussi, il lui demande quelles mesures il entend prendre afin de remédier à la disparition des diffuseurs de presse.

Texte de la réponse

Initié, dès 1994, avec le premier plan de qualification des diffuseurs, le principe d'une rémunération complémentaire incitative à l'égard des diffuseurs de presse spécialisés a été prévu dans le cadre du plan stratégique « Défi 2010 » de Presstalis, ainsi que dans le « second plan de revalorisation de la rémunération des diffuseurs de presse », signé en juin 2007 et complété en 2008 et 2010. Ces accords ont permis une hausse de la rémunération des diffuseurs de presse, qui reste néanmoins inférieure à la moyenne européenne. C'est pourquoi, le 23 janvier 2009, à la suite de la remise du Livre vert des états généraux de la presse écrite, le Président de la République a annoncé le versement d'une aide exceptionnelle aux diffuseurs de presse spécialistes et indépendants, dans l'attente d'une meilleure répartition de la valeur dans la chaîne de distribution. L'objectif était d'augmenter la rémunération du réseau des diffuseurs spécialistes pour la hisser au niveau des rémunérations connues par les réseaux de vente de la presse en Europe, soit au-delà de 20 % du prix de vente facial des journaux. Le décret n° 2009-856 du 8 juillet 2009 a ainsi institué une aide exceptionnelle aux diffuseurs de presse. Elle a donné lieu en 2009 à un versement unique de 4 000 euros, montant correspondant, en moyenne, à une exonération de 30 % des cotisations sociales personnelles des diffuseurs de presse. Sur les 13 057 demandes d'aide reçues, 12 342 ont été acceptées, pour un montant attribué de 49 368 000 euros. Toutefois, malgré les accords de revalorisation salariale signés entre diffuseurs et éditeurs, la meilleure répartition de la valeur ajoutée dans la chaîne de distribution ne s'est pas encore réalisée, en raison notamment de la baisse d'ensemble du marché de la presse. De ce fait, le montant des chèques semestriels individuels est en baisse depuis plusieurs années : un qualifié du deuxième plan a ainsi perçu au titre du premier semestre 2009 un total de compléments de rémunération de 1 890 euros en moyenne, contre 2 043 euros un an plus tôt, soit une baisse du chèque moyen de 7,5 %. Par ailleurs, le marché de la presse a connu une forte érosion en 2009 et en 2010, avec un chiffre d'affaires en diminution de plus de 6 % chaque année. En 2009, les exemplaires fournis au réseau ont baissé de 5,5 %. Au total, le volume d'activité sur l'ensemble des produits messageries était en baisse en 2009 de 5,6 %, après une année 2008 à - 3,2 %. Le chiffre d'affaires fin 2010 a donc connu une baisse de 5,5 % à 6,5 %, étant déjà en recul de 6,3 % fin septembre 2010. En outre, le réseau des points de vente s'est caractérisé en 2009 et en 2010 par un solde négatif, conjugué à une tendance à l'appauvrissement de l'offre : en 2009, il y a eu 1 676 créations de points de vente pour 1 406 fermetures, mais

en 2010 le solde du réseau en nombre est à nouveau négatif, avec 455 points de vente en moins par rapport à 2009. De surcroît, les créations se sont surtout concentrées sur les points de vente complémentaires (PVC) à offre réduite (50, 100 ou 300 titres) : en 2010, les PVC représentent 20 % des créations et cette catégorie atteint désormais 12 % du réseau total. Alors qu'un point de vente spécialisé réalise un chiffre d'affaires annuel moyen de 150 000 euros, le chiffre d'affaires « presse » d'un PVC s'établit à 15 000 euros. L'évolution du réseau en faveur des PVC conduit donc à un appauvrissement pour toute la filière. Soucieux de la préservation et du développement du réseau des points de vente et conscient des difficultés économiques de la profession, le ministre de la culture et de la communication a annoncé lors de ses vœux à la presse, le 25 janvier 2011, la mise en oeuvre en 2011 d'un « plan de soutien conséquent aux diffuseurs de presse ». Le décret n° 2011-1086 du 8 septembre 2011 instituant une aide exceptionnelle au bénéfice des diffuseurs de presse spécialistes et indépendants permet d'attribuer à environ 8 000 spécialistes, une aide de 1 500 euros, qui est portée à 2 000 euros pour les diffuseurs de la zone desservie par le dépôt SPPS. L'enveloppe globale consacrée à ce soutien s'élève à 12 Meuros. Les premiers versements de subvention aux diffuseurs concernés interviendront avant la fin de l'année 2011. En outre, un ensemble de mesures visant à favoriser la densification du réseau des points de vente a été annoncé, parmi lesquelles la mise en place d'un « plan kiosques », en vue d'installer 300 nouveaux kiosques sur l'ensemble du territoire national d'ici à trois ans, soit une progression de près de 40 % par rapport au réseau existant aujourd'hui.

Données clés

Auteur : [M. Philippe Meunier](#)

Circonscription : Rhône (13^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 114082

Rubrique : Presse et livres

Ministère interrogé : Commerce, artisanat et consommation

Ministère attributaire : Culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 12 juillet 2011, page 7498

Réponse publiée le : 17 janvier 2012, page 509