



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

presse

Question écrite n° 48965

Texte de la question

Mme Laure de La Raudière attire l'attention de Mme la ministre de la culture et de la communication au sujet du financement de la presse traditionnelle. En effet, la presse écrite traverse actuellement une période de mutation très importante et peine à monétiser ses activités sur Internet. De ce fait, elle est aujourd'hui généralement disponible gratuitement sur Internet et le financement de ces sites repose essentiellement sur la publicité. Or une pratique de plus en plus fréquente fait craindre la perte de ces revenus publicitaires. En effet, certains moteurs de recherches d'information, qui sont des "agrégateurs" des articles gratuits fournis en particulier par la presse traditionnelle, ont de plus en plus recours à la publicité. Cela fait craindre un "captage" de ressources qui étaient jusqu'à présent dévolues au financement de la presse traditionnelle sur Internet. Aussi, elle souhaiterait connaître sa position sur cette question, ainsi que les perspectives d'évolution des revenus publicitaires consacrés au financement de la presse traditionnelle sur Internet.

Texte de la réponse

La perte des ressources publicitaires est réelle mais inégale selon les familles de presse et les supports. Selon l'institut TNS Media Intelligence, les dépenses publicitaires brutes des annonceurs ont reculé de 3,2 % au premier semestre 2009. La presse magazine et les chaînes de télévision sont les plus touchées, avec respectivement une baisse de 19 % et 12 %, tandis qu'Internet progresse toujours mais à un rythme nettement moins soutenu. La presse quotidienne est elle-même moins touchée que les autres médias traditionnels avec une perte de 5 % en valeur. Si ces contre-performances relatives doivent être replacées dans leur contexte, elles sont néanmoins préoccupantes et les pouvoirs publics en sont conscients. C'est dans ce cadre que les états généraux de la presse écrite ont été organisés. Plusieurs mesures prises par le Président de la République le 23 janvier 2009 sont destinées à permettre à la presse de sortir de la crise qu'elle traverse et à lui donner les moyens d'affronter les mutations en cours. Ainsi, la première mesure urgente annoncée consiste à réorienter, en les doublant, les dépenses publicitaires du SIG vers la presse écrite. Cette proposition a déjà fait l'objet d'une circulaire. Le deuxième chantier prioritaire consiste à permettre aux entreprises de renforcer leurs fonds propres. Il est important de multiplier les sources de financement de la presse pour qu'elle puisse se prémunir face à la baisse de ressources publicitaires et développer ses activités numériques. Dans ce cadre, plusieurs réformes ont été annoncées : l'extension de la loi Sapin à tout le hors média et à toute la publicité qui transite sur Internet. La loi ayant été conçue avant le développement d'Internet, son périmètre d'application pose problème. Elle ne concerne que très partiellement le hors médias, ce qui entraîne une distorsion de concurrence. Or la presse ne doit pas se voir imposer des dispositions plus contraignantes que les autres médias. Cette mesure est actuellement à l'étude ; l'adaptation du rescrit fiscal existant en matière de mécénat pour permettre de rendre éligibles au dispositif les dons effectués au profit d'organismes tels que l'association « Presse et pluralisme », pour que cette dernière puisse octroyer des prêts (dans la limite fixée par la réglementation applicable) ou des subventions aux entreprises de presse. Cette adaptation est effective depuis le début du mois d'avril. Le ministre de la culture et de la communication souhaite qu'elle soit par ailleurs étendue aux activités des éditeurs de presse en ligne. La création d'un statut d'éditeur de presse en ligne, inscrit dans la loi Création et Internet du

12 juin 2009, ouvre la voie à de nouvelles aides publiques au développement de la presse en ligne. Il s'agit d'une part d'aides fiscales sous la forme d'une exonération de la taxe professionnelle et d'une extension du régime de provision pour investissement inscrit dans l'article 39 bis-A du code général des impôts. Il s'agit d'autre part de la création d'un nouveau fonds d'aide directe aux services de presse en ligne doté de 20 MEUR en 2009. Les mesures prises lors des États généraux de la presse représentent un plan exceptionnel d'aide à la presse écrite évalué à 200 MEUR par an, sur une période de trois ans. Déjà 150,7 MEUR ont été inscrits dans le cadre de la loi de finances rectificative du 20 avril 2009 (publiée au Journal officiel n° 0094 du 22 avril 2009). Ces dispositions permettront aux entreprises de bénéficier de moyens supplémentaires leur permettant d'adapter leur modèle économique aux nouvelles exigences du marché de l'information numérique. Les pouvoirs publics mettent donc tout en oeuvre pour suppléer à la raréfaction des « ressources du marché », et il appartient aux entreprises de profiter des moyens qui leur sont offerts pour s'adapter.

Données clés

Auteur : [Mme Laure de La Raudière](#)

Circonscription : Eure-et-Loir (3^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 48965

Rubrique : Presse et livres

Ministère interrogé : Culture et communication

Ministère attributaire : Culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 12 mai 2009, page 4444

Réponse publiée le : 6 octobre 2009, page 9437