



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

presse régionale

Question écrite n° 35861

Texte de la question

M. Patrick Hetzel attire l'attention de Mme la ministre de la culture et de la communication sur les difficultés des éditeurs de la presse quotidienne régionale et leur inquiétude devant l'évolution des aides à la presse, en particulier le gel d'une partie de l'aide au portage en forte diminution en 2013. Le portage à domicile assure 50 % de la diffusion de la PQR. L'aide au portage est passée de 48 M d'euros en 2012, à 37M d'euros en loi de finances 2013, elle serait réduite à 28 si le "gel" en cours était confirmé. Par ailleurs, certaines déclarations et plusieurs rapports laissent entendre que l'attribution des aides pourrait être "conditionnée" à l'adhésion à des règles de déontologie ou à l'instauration d'un conseil de presse. Enfin, dans un marché publicitaire en pleine récession (en 2012 - 5,9 % et - 6,7 % pour la PQR), on peut s'inquiéter légitimement des demandes de dérégulation du marché publicitaire qui ouvriraient à l'audiovisuel de nouveaux créneaux horaires ou des secteurs actuellement réservés à la presse et la radio (publicité pour les promotions de la grande distribution). C'est pourquoi il souhaite connaître les intentions du Gouvernement pour faire face à ces importants enjeux pour préserver dans notre pays, une presse quotidienne régionale de qualité.

Texte de la réponse

Le Gouvernement est conscient de la situation de la presse en France. Celle-ci est confrontée, à la fois, à une crise conjoncturelle brutale comme l'ensemble de l'économie nationale, et à une crise structurelle sans précédent. De nombreux titres ou groupes de presse de toutes dimensions sont affectés par le recul des ventes au numéro, la baisse des abonnements et l'effondrement des recettes publicitaires. Le portage, constituant indéniablement un service à valeur ajoutée pour les lecteurs et présentant un fort taux de fidélisation des abonnés, est un vecteur essentiel de diffusion pour tous les titres de presse. C'est pour cette raison que le Gouvernement a décidé le dégel de l'aide qui lui est dédiée, afin d'y consacrer une enveloppe de 37,6 M€ en 2013. A plus long terme, et comme l'avait annoncé la ministre de la culture et de la communication en juillet dernier, une mission sur la distribution de la presse, confiée le 30 décembre 2013 à l'inspection générale des finances, l'inspection générale des affaires culturelles et le conseil général de l'économie, de l'industrie, de l'énergie et des technologies, engagera une réflexion pour assurer, notamment via le système des aides, une meilleure complémentarité des trois canaux de distribution de la presse : postage, portage et vente au numéro. Sur la base d'un bilan de l'existant et d'une concertation avec les différentes parties prenantes, cette mission devra proposer un cadre pour la mise en cohérence des différents canaux de distribution de la presse, après la fin des accords État - presse - La Poste en 2015 et suggérer des pistes d'évolution du soutien de l'État. Enfin, concernant la dérégulation du marché publicitaire, la ministre de la culture et de la communication a lancé une consultation publique en juillet 2013 portant sur d'éventuelles modifications à apporter au régime juridique applicable à la publicité télévisée, au parrainage télévisé et au placement de produit. S'agissant de la levée de l'interdiction pour les opérations commerciales de promotion de la grande distribution, trois scénarios ont été soumis à consultation : le statu quo, une ouverture limitée aux chaînes locales (par exemple en conditionnant cette autorisation à la citation du nom et de la localisation du magasin) et la levée complète des restrictions pour toutes les chaînes. De manière générale, les acteurs de la presse et de la radio sont opposés à une telle

évolution de la réglementation, demandée au contraire par les groupes de télévision. Compte tenu des enjeux, notamment en matière de pluralisme, il convient d'adopter une attitude prudente. La ministre de la culture et de la communication souhaite donc conserver l'équilibre publicitaire entre la télévision, la presse écrite et la radio.

Données clés

Auteur : [M. Patrick Hetzel](#)

Circonscription : Bas-Rhin (7^e circonscription) - Les Républicains

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 35861

Rubrique : Presse et livres

Ministère interrogé : Culture et communication

Ministère attributaire : Culture et communication

Date(s) clé(e)s

Question publiée au JO le : [13 août 2013](#), page 8585

Réponse publiée au JO le : [25 mars 2014](#), page 2810