

ASSEMBLÉE NATIONALE
17 octobre 2024

PLF POUR 2025 - (N° 324)

Rejeté

AMENDEMENT

N ° II-AC39

présenté par

Mme Taillé-Polian, M. Arnaud Bonnet, M. Corbière, M. Gustave, M. Raux, M. Amirshahi, Mme Arrighi, Mme Autain, Mme Balage El Mariky, Mme Belluco, M. Ben Cheikh, M. Biteau, M. Nicolas Bonnet, Mme Chatelain, M. Davi, M. Duplessy, M. Fournier, Mme Garin, M. Damien Girard, Mme Catherine Hervieu, M. Iordanoff, Mme Laernoës, M. Lahais, M. Lucas-Lundy, Mme Ozenne, M. Peytavie, Mme Pochon, Mme Regol, Mme Sandrine Rousseau, M. Ruffin, Mme Sas, Mme Sebaihi, Mme Simonnet, M. Tavernier, M. Thierry et Mme Voynet

ARTICLE 42

ÉTAT B

Mission « Médias, livre et industries culturelles »

Modifier ainsi les autorisations d'engagement et les crédits de paiement :

(en euros)

Programmes	+	-
Presse et médias	100 000 000	0
Livre et industries culturelles	0	100 000 000
TOTAUX	100 000 000	100 000 000
SOLDE	0	

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à investir 100 millions d'€ supplémentaires dans l'action 2 Aides à la presse du programme 180 – Presse et médias. Pour respecter les règles de recevabilité financière imposées par l'article 40 de la Constitution, l'amendement prélève en CP et AE 100 millions d'€ l'action 01 – Livre et lecture du programme 334 Livre et industries culturelles. Le groupe Écologiste appelle le Gouvernement à gager cet amendement par l'instauration d'une taxe sur la publicité numérique pour éviter d'en faire reposer le coût sur le programme Livre et industries culturelles qui connaît

lui-même une coupe budgétaire d'1,3 millions d'€.

Cet amendement va de paire avec un amendement déposé dans la 1^{ère} partie du PLF qui vise à rétablir une taxe de 1 % sur le chiffre d'affaires de la publicité numérique afin de financer une refonte des aides à la presse. Les aides à la presse font l'objet d'une coupe de 2 millions d'€ au PLF25, malgré un contexte de crise économique aiguë dans les médias. L'année dernière déjà, leur crédit avait connu un léger recul (-0,36 %) malgré le contexte inflationniste important qui touche toujours particulièrement les matières premières comme le papier. Les États Généraux de l'Information ont rendu leur verdict à l'été après plusieurs mois de travaux, les professionnels de la presse ont parlé d'une voix unanime : la crise de modèle économique que connaît la presse et tout particulièrement celle de l'information est sérieuse. Elle est responsable de la dégradation du débat public.

Si une large transition de modèle doit impliquer l'ensemble de ses acteurs, elle ne pourra avoir lieu sans une mise à contribution importante des géants du numériques qui règnent sans partage sur les revenus publicitaires auxquels était adossée la presse généraliste.

D'après l'ARCOM, les acteurs traditionnels des médias devraient encore perdre 800 millions d'euros de recettes d'ici, soit 30 % de leurs revenus publicitaires. La recommandation n° 8 de la synthèse du comité de pilotage des EGI recommande de redistribuer une partie de la richesse captée par les fournisseurs de services numériques en faveur de l'information. Il conviendrait de mettre en place une nouvelle taxe sur la publicité digitale et de mener à bien une refonte des aides à la presse pour qu'elles ciblent prioritairement les médias employeurs de journalistes.

Le rétablissement d'une taxe de 1 % sur la plus value publicitaire numérique telle qu'elle avait été introduite dans la LFI2012, avant d'être supprimée 6 mois plus tard sous la pression des GAFAM rapporterait aujourd'hui 100M€ chaque année à l'État.