

N° 85
—
SÉNAT

PREMIÈRE SESSION ORDINAIRE DE 1990 - 1991

Annexe au procès-verbal de la séance du 21 novembre 1990.

RAPPORT GÉNÉRAL

FAIT

au nom de la commission des Finances, du contrôle budgétaire et des comptes économiques de la Nation (1) sur le projet de loi de finances pour 1991 CONSIDÉRÉ COMME ADOPTÉ PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE AUX TERMES DE L'ARTICLE 49, ALINÉA 3, DE LA CONSTITUTION,

Par M. Roger CHINAUD,

Senateur,

Rapporteur general

TOME III

LES MOYENS DES SERVICES ET LES DISPOSITIONS SPÉCIALES
(Deuxième partie de la loi de finances)

ANNEXE N° 6

CULTURE ET COMMUNICATION

Communication

Fascicule 2 : la presse

Rapporteur special : M. Jean CLUZEL

(1) Cette commission est composée de : MM. Christian Poncelet, *président* ; Geoffroy de Montalembert, *vice-président d'honneur* ; Tony Larue, Jean Cluzel, Paul Girod, Jean Clouet *vice-présidents* ; Maurice Blin, Emmanuelle Haniel, Louis Perrein, Robert Vizet, *secrétaires* ; Roger Chinaud, *rapporteur general* ; Philippe Adnot, Jean Arthuis, René Ballayer, Bernard Barbier, Claude Belot, Mme Maryse Berge-Lavigne, MM. Raymond Bourguin, Paul Caron, Ernest Cartigny, Auguste Cazalet, Jacques Chaumont, Henri Collard, Maurice Couve de Murville, Pierre Croze, Jacques Delong, Marcel Fortier, Mme Paulette Fost, MM. Henri Goetschy, Yves Guena, Paul Loricant, Roland du Luart, Michel Manet, Jean Pierre Masseret, René Monory, Michel Moreigne, Jacques Oudin, Bernard Pellarin, René Regnault, Henri Torre, François Trucy, Jacques Valade, Andre Georges Voisin.

Voir les numeros :

Assemblée nationale (9e législ.) : 1593, 1627, 1635 (annexe n° 11), 1636 (tome VIII), 1637 (tome IX)
et T.A. 389.
Sénat : 84 (1990-1991)

Lois de finances. - Audiovisuel - Communication - Radiodiffusion - Television

SOMMAIRE

| | Pages |
|---|--------------|
| PRINCIPALES OBSERVATIONS | 5 |
| EXAMEN EN COMMISSION | 7 |
| AVANT-PROPOS | 9 |
| CHAPITRE PREMIER - SITUATION GENERALE DE LA PRESSE FRANCAISE | 11 |
| A. CARACTERISTIQUES STRUCTURELLES | 11 |
| 1. Les entreprises de presse : beaucoup de petites entreprises | 11 |
| 2. Concentration | 12 |
| 3. Principaux groupes de presse français | 13 |
| 4. Presse française editée par des groupes étrangers | 15 |
| 5. Internationalisation de la presse française | 15 |
| B. CARACTERISTIQUES ECONOMIQUES | 18 |
| 1. Tirage et diffusion | 18 |
| 2. Modalités de distribution | 24 |
| 3. Les recettes de la presse | 26 |
| C. SITUATION RELATIVE DE LA PRESSE FRANCAISE | 34 |
| 1. Faible croissance des ressources de vente | 34 |
| 2. Régression relative de la part de marché publicitaire | 34 |
| 3. Faiblesse des activités à l'exportation | 35 |
| 4. Insuffisance des investissements | 35 |
| 5. Evolutions différenciées suivant les catégories de presse | 36 |

| | |
|---|-----------|
| CHAPITRE II - LES AIDES DE L'ETAT A LA PRESSE | 39 |
| A. LES AIDES DIRECTES | 39 |
| 1. Remboursement à la S.N.C.F. des réductions de tarifs accordées à la presse | 40 |
| 2. Allègement des charges de télécommunications | 43 |
| 3. Aide aux journaux à faibles ressources publicitaires | 46 |
| 4. Fonds d'Aide à l'Expansion de la Presse Française à l'Etranger | 50 |
| 5. Les aides directes dans les pays européens | 52 |
| B. LES AIDES INDIRECTES | 54 |
| 1. Le régime postal de la presse | 56 |
| 2. Le régime fiscal spécifique de la presse | 62 |
| C. L'EFFICACITE DES AIDES DE L'ETAT A LA PRESSE | 71 |
| D. LES AIDES PUBLIQUES A LA PRESSE ET LES REGLES COMMUNAUTAIRES | 72 |
| 1. Le système des aides publiques | 72 |
| 2. Les règles relatives à la propriété du capital et à la concentration | 73 |
| 3. Les législations "d'ordre public" | 74 |
| 4. Perspectives | 74 |

PRINCIPALES OBSERVATIONS

- **L'ensemble des aides directes à la presse ne progresse que très faiblement en francs courants, ce qui correspond à une diminution en francs constants. Cette évolution résulte de la diminution des crédits destinés au remboursement à la SNCF, qui représentent 65 % du total des aides directes. Celle-ci est consécutive à une très forte remise à niveau des crédits en 1990, légèrement supérieure aux besoins effectivement constatés.**

- **Votre Rapporteur tient à saluer la forte progression des crédits destinés au Fonds d'Aide à l'Expansion de la Presse française à l'Etranger, après la stagnation enregistrée les deux années précédentes. Cette évolution répond à un souhait maintes fois exprimé par le Sénat, et s'inscrit dans un contexte notamment marqué par le nécessaire développement de la presse française à l'Est. Il souhaite toutefois que cet effort financier s'accompagne d'une amélioration des structures de cette aide, indispensable à ses yeux pour garantir l'efficacité d'un mécanisme qui ne semble pas encore totalement acquise.**

- **Concernant les aides indirectes à la presse, votre Rapporteur se félicite de la décision de prise en charge partielle par le budget général des charges du transport de la presse, qui doit intervenir à compter de 1991. Le transport de la presse constitue, en effet, à l'évidence, une mission de service public. Votre Rapporteur s'interroge toutefois sur l'incidence budgétaire réelle de cette contribution pour le budget de l'exploitant public *La Poste* compte tenu des mesures qui l'accompagnent (prélèvement sur la marge de la Caisse Nationale d'Epargne notamment) afin de préserver la *neutralité budgétaire* de la réforme des P.&T.**

- **Votre Rapporteur souhaite porter à votre connaissance les principales conclusions de deux importants rapports récents, concernant les aides à la presse.**

- Une *étude du Cabinet Andersen*, portant sur l'évaluation de l'efficacité du mécanisme actuel des aides à la presse, a souligné le **caractère diffus et hétérogène des aides publiques**, qui bénéficient à 2 500 publications (voire 13 000 en incluant la presse associative) et dont **l'efficacité reste difficile à appréhender** compte tenu de leur forte intégration à la gestion des entreprises. En outre, les mécanismes d'aide, essentiellement centrés sur la distribution, **bénéficient en majorité aux titres en bonne santé financière**.

Le Cabinet Andersen preconise, en conclusion, de privilégier les efforts en faveur de la distribution, notamment à l'étranger, de la diffusion auprès des lecteurs, et de la modernisation des entreprises de presse.

- Le rapport de M. Pierre Todorov, concernant *"la presse française à l'heure de l'Europe"*, souligne la **fragilité financière** de la presse française et la persistance de **faiblesses**, notamment dans le **secteur des quotidiens**.

S'agissant de la **compatibilité du système d'aides à la presse au regard du droit communautaire**, le rapport rappelle que les aides nationales qui ne sont visées par aucune dérogation particulière, ce qui est le cas de la presse, ne sont pas conformes à l'article 92-1 du Traité de Rome.

Actuellement, **l'application de l'article 92 est suspendue** pour la presse, sans être réglée juridiquement. Dans les secteurs où existe une véritable substituabilité des produits (presse économique), le problème pourra se poser.

La solution réside vraisemblablement dans la nécessaire mise au point d'une **résolution du Conseil**, qui affirmerait la **particularité de la presse** et permettrait donc une logique dérogatoire.

EXAMEN EN COMMISSION

Réunie le mardi 13 novembre 1990 sous la présidence de M. Christian Poncelet, président, la Commission des Finances a examiné les crédits d'aide à la presse, sur le rapport de M. Jean Cluzel, rapporteur spécial.

Les aides indirectes, dont le montant total atteint 5.276 millions de francs, en représentent l'essentiel et se traduisent par des moins-values de recettes pour le Trésor public (allègements fiscaux) et la poste (tarifs préférentiels). Les aides directes inscrites pour 1991 au budget des services généraux du Premier ministre atteignent 278,45 millions de francs, et sont essentiellement marquées par une forte progression des crédits destinés au Fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger (+ 26,8 %, soit 41,42 millions de francs).

M. Jean Cluzel, rapporteur spécial, s'est félicité de la prise en charge partielle par le budget général des charges du transport de la presse, qui constitue, à l'évidence, une mission de service public.

Il a ensuite brièvement présenté les principales conclusions de l'étude du cabinet Andersen portant sur les aides à la presse, et du rapport Todorov, concernant *"La presse française à l'heure de l'Europe"*. A cet égard, il a rappelé la nécessité de faire reconnaître la particularité de la presse par les instances européennes.

AVANT-PROPOS

Mesdames, Messieurs,

Les crédits d'aide à la presse sont essentiellement inscrits au budget des Services Généraux du Premier Ministre et au budget des Postes et Télécommunications.

Ils ne font donc pas l'objet d'un fascicule budgétaire, ni d'un vote spécifique.

Toutefois, le rôle essentiel de la presse, vecteur privilégié de la liberté d'expression qui demeure l'un des principes fondamentaux de tout régime démocratique, justifie que l'on y consacre un rapport particulier.

La majeure partie des aides de l'Etat est constituée par des aides indirectes -liées à des réductions de tarifs postaux ou des allègements fiscaux-, dont le montant total a atteint 5.276,0 millions de francs en 1989.

L'année 1991 sera marquée par une évolution importante qui est la prise en charge partielle, par le budget général de l'Etat, de la charge du transport postal de la presse. S'agissant en réalité d'une aide au lecteur, ceci constitue bien une mission de service public.

Les crédits d'aides directes, inscrits dans le projet de loi de finances 1991, atteignent 278,45 millions de francs et sont essentiellement caractérisés par la forte progression des crédits du Fonds d'Aide à l'Expansion de la Presse Française à l'Etranger, après deux années de stagnation regrettable. Cet effort financier, indispensable, mérite d'être salué, mais il doit être complété par une réforme structurelle.

CHAPITRE PREMIER

SITUATION GENERALE DE LA PRESSE FRANCAISE

A. CARACTERISTIQUES STRUCTURELLES

1. Les entreprises de presse : beaucoup de petites entreprises

Selon l'enquête annuelle de la Direction Générale de l'Industrie, en 1988, le nombre des entreprises exerçant à titre principal une activité de presse s'élevait à 578, employant au total 54.662 personnes.

L'ensemble de ces entreprises a réalisé un chiffre d'affaires total de 72.636,8 millions de francs hors taxes.

En réalité, près du tiers de ces entreprises (30,9 %) emploient moins de vingt personnes et réalisent un chiffre d'affaires inférieur à 3 % du total.

Entreprises de presse Principaux indicateurs

| Taille des entreprises | 10 à 19 personnes | 20 à 49 personnes | 50 à 99 personnes | 100 à 199 personnes | 200 à 499 personnes | 500 personnes et plus | Taille non significative | Entreprises de 20 personnes ou plus |
|---------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|---------------------|-----------------------|--------------------------|-------------------------------------|
| Nombre d'entreprises | 179 | 218 | 64 | 45 | 37 | 23 | 2 | 399 |
| Effectif employé | 2753 | 6926 | 4855 | 6007 | 12005 | 22073 | 43 | 51909 |
| Chiffre d'affaires (HT) * | 2130,9 | 7921,7 | 5596,3 | 5453,3 | 12737,9 | | 19398,3 | 51107,6 |

* en millions de francs

Source : Direction Générale de l'Industrie - Chiffres 1988

2. Concentration

• Les chiffres relatifs à la concentration de cette branche traduisent une concentration très moyenne, notamment comparée à celle de nos principaux partenaires.

| | |
|---|------|
| Part des 4 premières entreprises (en %) | |
| selon les effectifs | 14,4 |
| selon les ventes | 16,3 |
| selon les ventes à l'exportation | 31,0 |
| Part des 10 premières entreprises | |
| selon les effectifs | 27,1 |
| selon les ventes | 27,5 |
| selon les ventes à l'exportation | 49,7 |

• Les dix premières entreprises françaises -en chiffres de vente- sont les suivantes :

- . COMAREG
- . Prisma Presse et Cie
- . Editions Mondiales
- . EDI 7
- . Bayard Presse S.A.
- . Société d'édition Ouest-France
- . Société Groupe Express
- . Le Monde Edition Journal
- . S.A. SOCPRESSE
- . COGEDIPRESSE

3. Principaux groupes de presse français

a) Hachette

| | |
|--|-------------------------|
| - Répartition des principales activités | (En % du C.A. 1989) |
| Distribution | 34 |
| Presse | 35 |
| Audiovisuel | 6,6 |
| - Répartition du C.A. (31.12.1989) | (en millions de francs) |
| Presse | 10.200 |
| Livre | 6980 |
| Distribution | 9900 |
| Audiovisuel | 1700 |
| Divers | 100 |
| Total | <u>28.880</u> |
| - Répartition du capital (31.12.1989) | (en %) |
| Société Marlis | 51,5 |
| Montana Inc | 8,4 |
| Divers | 40,1 |
| - Cinq premières publications en France | (Diffusion 1989) |
| <i>Tele 7 Jours</i> | 3 052 000 |
| <i>France Dimanche</i> | 629 000 |
| <i>Télé 7 Jeux</i> | 389.000 |
| <i>Elle</i> | 377.000 |
| <i>Le Journal du Dimanche</i> | 359 000 |
| - Cinq premières publications à l'étranger | |
| <i>Woman's Day (U.S.A.)</i> | 4 543 000 |
| <i>Car and Driver (U.S.A.)</i> | 931.000 |
| <i>Elle (U.S.A.)</i> | 827.000 |
| <i>Popular Photography (U.S.A.)</i> | 826.000 |
| <i>Stereo Review (U.S.A.)</i> | 527.000 |

b) Filipacchi

| | |
|---------------------------------------|----------------------|
| - Répartition du capital (31.12.1989) | |
| D. Filipacchi/F. Ténot | 29 % |
| D. Filipacchi | 20,7 % |
| F. Ténot | 13,8 % |
| R.C.S. Editori | 4,9 % |
| Hachette | 4 % |
| Autres | 27,6 % |
| - Répartition du C.A. (31.12.1989) | (millions de francs) |
| Ventes | 937,0 |
| Revenus publicitaires nets | 509,4 |
| Autres | 162,4 |
| Total | <u>1.608,8</u> |
| - Cinq premières diffusions en France | (Diffusion 1989) |
| <i>Paris Match</i> | 875.392 |
| <i>Lui</i> | 245.825 |
| <i>Jeune et Jolie</i> | 220.817 |
| <i>Podium - Hit</i> | 219.526 |
| <i>Le Nouvel Economiste</i> | 211.401 |

c) Socpresse

| | |
|---|-------------------------|
| Répartition du capital (31.12.1989) | |
| · Robert Hersant | 60 % |
| · Rolande Hersant | 15 % |
| · Enfants Hersant | 9,3 % |
| · Publicité Annonces (contrôlé par Hersant) | 15,7 % |
| Chiffre d'affaires 1987 (1) | € 5 milliards de francs |
| Principales publications en France (Diffusion 1989) | |
| · <i>Le Figaro Magazine</i> | 650 000 |
| · <i>Madame Figaro</i> | 630 000 |
| · <i>Le Figaro</i> | 408 000 |
| · <i>France Soir</i> | 250 000 |
| · <i>Jours de France</i> | 147 000 |

(1) Rachat du *Figaro* en 1975, rachat de *France Soir* en 1976, rachat de *L'Aurore* en 1979. 25 % de la *Cinq*, 100 % de *Fun Radio*

d) Groupe de la Cité (1)

| | |
|--|-------------|
| Répartition du capital (31.12.1989) | |
| · Hoche Friedland (C.E.P. Communications) | 73,2 % |
| Répartition du chiffre d'affaires (millions de francs) | |
| · <i>Nathan</i> | 1 464 |
| · <i>France Loisirs</i> | 1 442 |
| · <i>Presses de la Cité</i> | 977 |
| · <i>Larousse</i> | 973 |
| · <i>Bordas</i> | 673 |
| · <i>Groupe de la Cité</i> | 87 |
| · <i>Dalloz</i> | 76 |
| Total | <hr/> 5 692 |

e) Groupe Amaury

| | |
|-------------------------------------|--------------------------|
| Répartition du capital (31.12.1988) | |
| · Editions Philippe Amaury | 67,4 % |
| · Hachette | 32,6 % |
| · Chiffre d'affaires 1988 | 1 642 millions de francs |
| · Principaux titres | |
| · <i>Le Parisien</i> | |
| · <i>L'Équipe</i> | |
| · <i>Liberté Dimanche</i> | |
| · <i>Le Maine Libre</i> | |
| · <i>France Football</i> | |

1 Ne de la reunion, en juin 1988, des interets dans l'edition de la *Generale Occidentale* et de *C.E.P. Communications*

f) Bayard Presse

| | |
|--|----------------------|
| Repartition du capital (31 07 1989) | |
| Congregation des Augustins de l'Assomption | 100 % |
| Repartition du chiffre d'affaires (31 12 1989) | (millions de francs) |
| Presse jeunes | 354 |
| Presse adultes | 315 |
| Presse senior | 295,3 |
| Presse religieuse | 46,6 |
| Livres | 30 |
| Autres | 106 |
| Total | <u>1 146,9</u> |
| Principaux titres diffusés en France | |
| <i>Le Pelerin magazine</i> | |
| <i>Notre Temps</i> | |
| <i>Le Chasseur Français</i> | |
| <i>Bonne Soirée</i> | |
| <i>Pomme d'Air</i> | |
| <i>Okapi</i> | |
| <i>La Croix</i> | |
| <i>Medias Pouvoirs</i> | |
| <i>Astrapi</i> | |

4. Presse française éditée par des groupes étrangers

| Principaux groupes | Principaux titres |
|--|--|
| • Condé Nast (U.S.A.) | - <i>Vogue</i> - <i>Maison et Jardin</i> |
| • Bonnier (Suède) | - <i>Mon Jardin, Ma Maison</i> - <i>Le Journal de la Maison</i> |
| • Bauer (R.F.A.) | - <i>Marie-France</i> - <i>Maxi</i> |
| • Prisma Press (R.F.A.) (Bertelsmann) | - <i>Prima</i> - <i>Femme actuelle</i> - <i>Vouet</i> |
| • Pearson (G.B.) | - <i>Les Echos</i> |

5. Internationalisation de la presse française

L'évolution de la presse est marquée par un mouvement croissant d'internationalisation qui se traduit par des rachats et des prises de participation croisées de plus en plus nombreuses de groupes français à l'étranger et surtout de groupes étrangers en France.

D'une manière générale, à l'exception des *Editions Milan*, les groupes français restent encore absents de ce mouvement.

Depuis 1988, les prises de participation des groupes français à l'étranger et des groupes en France dans le secteur de la presse ont évolué comme suit :

1988

- Janvier Rachat par *Hachette* de *D.C.I.*, 5e groupe de presse magazine américain (*Woman's Day*, *American Photo*, *Road & Track...*).
- Rachat par *Pearson*, éditeur du *Financial Times* de *Les Echos* (885 millions de francs).
- Mai Le Groupe *Expansion* acquiert 32,5 % de l'éditeur espagnol *Estructura* (éditeur de *Cinco Dias*, l'un des deux quotidiens économiques ibériques), en même temps que l'américain *Dow Jones* pour 7,5 %.
- Décembre Rachat par *Socpresse* de 45 % du capital du quotidien *Alerta* (Espagne).

1989

- Janvier Le Groupe *Expansion* et le groupe espagnol *Prisa* (qui publie le premier quotidien espagnol *El Pais*) rentrent dans le capital de la filiale du Groupe *Expansion-Estructura* ; les deux groupes détiendront à parité 67 % des actions.
- Février Le Groupe *Expansion* et le groupe suisse *Edipresse* lancent en commun un mensuel économique et financier *Bilan*, pour la communauté suisse francophone.
- Avril Après sa prise de contrôle des *Echos*, le groupe *Pearson* se défait de sa participation de 8 % dans la *Sebdo*, société éditrice du *Point*.
- Octobre *Socpresse* acquiert 40 % du capital du groupe de presse belge *Rossel*, qui édite notamment le quotidien *Le Soir*.
- Novembre Le groupe *Sud-Ouest* se porte acquéreur d'une participation de 6 % dans le capital du groupe basque espagnol *Bilbao Editorial*, propriétaire de 6 journaux.

- Novembre *C.E.P. Communications* acquiert 49 % du capital du groupe espagnol *Boixaren Editores*, éditeur de revues et de livres techniques (première acquisition de la C.E.P. en Espagne).
- Décembre *Hachette* cède à *Newscorp* la participation de 50 % détenue dans le magazine *Première Visa*.

1990

- Mars *Hachette* cède le mensuel économique espagnol *Futuro* à son associé italien *Rizzoli Corriere della Sera*.
- Le groupe éditorial *Masson* rachète le groupe espagnol *Garsi* (35 périodiques médicaux).
- Hachette* entame des négociations pour racheter *Diez Minutos*, hebdomadaire d'informations générales et acquiert *Fotogramas*, leader de la presse vidéo, cinéma.
- Le Groupe *Hersant* acquiert 15 % de *Grupo 16*, qui édite notamment le quotidien *Diario 16* et l'hebdomadaire *Cambio 16*.
- Mai Le Groupe *Hersant* acquiert 5 % du *Jornal de Noticias*, premier quotidien portugais.
- Juin *CERUS*, le holding financier français du groupe de *Benedetti*, s'associe avec l'agence de presse hongroise *M.T.I.*, pour créer une entreprise mixte majoritairement française qui diffusera une lettre économique bimensuelle publiée en Hongrie et diffusée à l'étranger.
- Juillet *Bayard Presse* acquiert 51 % du *Chasseur Français* aux côtés du britannique *E.M.P.A.* (49 %) (environ 150 millions de francs).
- Août Le Groupe *Hersant* acquiert 45 % du capital du principal quotidien hongrois *Magyar Nemzet*.

B. CARACTERISTIQUES ECONOMIQUES

1. Tirage et diffusion

En 1988, le tirage total annuel de l'ensemble de la presse française atteint 7,92 milliards d'exemplaires.

L'évolution est donc marquée par une diminution de 1,4 % du tirage par rapport à 1987, qui reflète une chute quasi parallèle de 1,5 % de la diffusion.

Cette évolution globale est le résultat de situations variables selon les catégories de presse.

Seule la presse régionale et locale d'information générale et politique et la presse spécialisée technique et professionnelle enregistrent une hausse du tirage et de la diffusion.

Diffusion totale annuelle et évolution sur les deux dernières années
(en millions d'exemplaires et en %)

| | DIFFUSION TOTAL ANNUELLE | 1987/1986 | 1988/1987 |
|--|-----------------------------|--------------|--------------|
| INFORMATION GENERALE & POLITIQUE NATIONALE | 840 | -3,4% | -1,2% |
| dont quotidiens | 588 | -5,0% | -1,4% |
| INFORMATION GENERALE & POLITIQUE LOCALE | 2 343 | -1,3% | +0,4% |
| dont quotidiens (1) | 2 170 | -1,1% | +0,8% |
| PRESSE SPECIALISEE GRAND PUBLIC | 1 743 | +1,1% | -4,4% |
| PRESSE SPECIALISEE TECHNIQUE & PROFESSIONNELLE | 325 | 0,0% | +3,2% |
| GRATUITS | 1 489 | +2,5% | -2,4% |
| ENSEMBLE | 6 740 | -0,2% | -1,5% |
| ENSEMBLE (hors gratuits) | 5 251 | -0,7% | -1,1% |

(1) y compris les journaux du 7^{ème} jour

Source : Enquête annuelle sur la presse - Chiffres 1988

a) Quotidiens nationaux : - 2,2 %

Le tirage annuel des quotidiens généralistes a diminué, en 1988, de 2,2 % par rapport à 1987. Le nombre d'exemplaires diffusés a diminué de 8,76 millions, les abonnements de 0,3 %, la vente au

numéro de 1 %. La baisse des services gratuits est particulièrement importante : - 13,5 %.

Diffusion totale annuelle

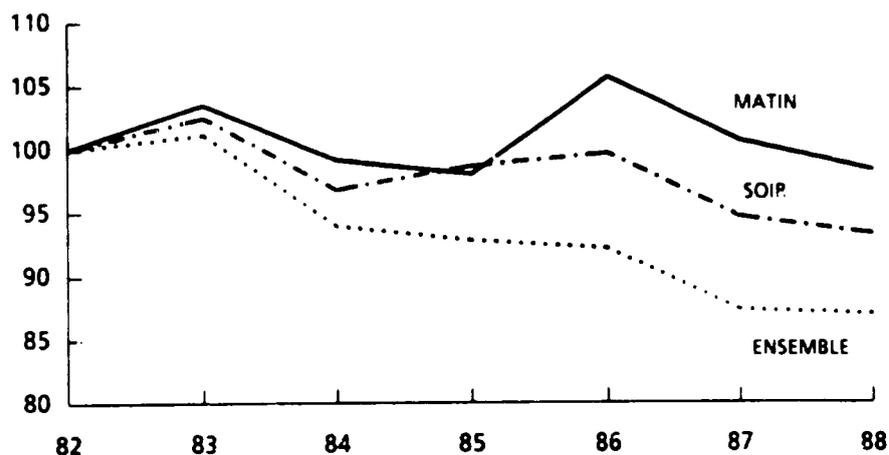
(milliers d'exemplaires)

| | 1982 | 1983 | 1984 | 1985 | 1986 | 1987 | 1988 |
|----------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Généralistes du matin..... | 354 000 | 366 531 | 350 837 | 347 075 | 374 226 | 356 271 | 348 268 |
| Généralistes du soir..... | 286 516 | 290 020 | 260 423 | 266 201 | 264 154 | 250 081 | 240 316 |
| ENSEMBLE | 640 525 | 656 551 | 620 260 | 613 276 | 638 380 | 606 352 | 587 584 |
| SPECIALISES | 146 855 | 148 428 | 140 419 | 134 507 | 147 864 | 156 853 | 151 160 |

Source : Enquête annuelle sur la presse - Chiffres 1988

Diffusion des quotidiens nationaux

(Base 100 en 1982)



• En termes d'audience d'un jour moyen de parution, le classement des titres est le suivant :

| | |
|----------------------|--------------------|
| . <i>Le Parisien</i> | 1.273.000 lecteurs |
| . <i>Le Monde</i> | 1.229.000 " |
| . <i>Le Figaro</i> | 1.137.000 " |
| . <i>Liberation</i> | 819.000 " |
| . <i>L'Equipe</i> | 784.000 " |

b) *Hebdomadaires nationaux d'information générale et politique : + 0,7 %*

Le tirage de l'ensemble des hebdomadaires est de 295,27 millions d'exemplaires, soit une progression de 0,7 % par rapport à 1987. La diffusion a progressé plus faiblement (+ 0,04 %) excepté celle des magazines d'information illustrés (+ 1,8 %).

(En milliers d'exemplaires et en %)

| | TIRAGE | | DIFFUSION TOTALE ANNUELLE | REPARTITION DE LA DIFFUSION EN % | | | | |
|------------------------------|-----------------------------|-----------------|---------------------------------|-------------------------------------|-------------------|----------------------|---------------------|-------------|
| | Moyen par titre au N° | Total annuel | | Vente au N° | Vente par abt. | Services gratuits | Diffusion totale | Inventés |
| Magazines d'information..... | 373 | 87 606 | 75 522 | 29,4 | 46,1 | 1,9 | 77,4 | 22,6 |
| Mag. d'info. illustrés..... | 538 | 112 377 | 65 437 | 47,3 | 34,7 | 2,9 | 84,9 | 15,1 |
| Autres hebdo. nationaux..... | 98 | 85 294 | 64 099 | 60,6 | 11,4 | 3,2 | 75,2 | 24,8 |
| ENSEMBLE | 218 | 295 277 | 235 058 | 48,2 | 31,7 | 2,7 | 79,6 | 20,4 |

Source : Enquête annuelle sur la presse - Chiffres 1988.

• Les derniers résultats de l'enquête presse magazine réalisée par le C.E.S.P., en juin 1990, font apparaître les évolutions suivantes.

Pour les magazines d'information, *l'Express*, avec 2.592.000 lecteurs, précède *Le Nouvel Observateur*, *Le Point* et *L'Événement du Jeudi*.

Pour les hebdomadaires T.V., *Télé 7 Jours*, avec 11.189.000 lecteurs, est largement en tête.

Pour les hebdomadaires féminins, *Femme Actuelle*, avec 7.902.000 lecteurs, précède *Nous Deux*, *Echo de la Femme*, *Elle*.

c) *Presse locale d'information générale et politique : + 0,6 %*

• En 1988, le tirage de la presse locale d'information générale et politique - composé à 85 % de quotidiens - a augmenté de 0,6 % et la diffusion de 0,8 % par rapport à l'année précédente.

• En termes d'audience par jour moyen de parution, le classement est le suivant :

| | | |
|---|-----------|----------|
| - <i>Ouest-France</i> | 2.432.000 | lecteurs |
| - <i>La Voix du Nord</i> | 1.312.000 | " |
| - <i>Sud-Ouest</i> | 1.186.000 | " |
| - <i>Le Dauphiné Libéré</i> | 1.077.000 | " |
| - <i>La Nouvelle République du Centre-Ouest</i> | 886.000 | " |

d) Presse spécialisée grand public : - 4,4 %

La presse spécialisée grand public (hors gratuits) enregistre une baisse sensible en 1988 -4,4 % par rapport à 1987- après une progression ininterrompue depuis 1983. En réalité, ce chiffre recouvre des évolutions très différenciées selon les catégories.

Cette régression concerne, en effet, principalement les éditions de "sensation/évasion" (- 25,7 %), les bandes dessinées (- 24,3 %), la presse féminine (- 7 %) et la presse de loisirs (- 6,2 %).

La forte progression des autres publications -journaux d'annonces (+ 18,1 %), sciences et techniques (+ 13,4 %), presse culturelle (+ 11,7 %), TV/spectacle (+ 1,0 %)- réduit sensiblement la perte de diffusion sur l'ensemble de la catégorie.

e) Presse technique et professionnelle : + 3,2 %

Cette catégorie ne représente que 4,6 % de la diffusion de l'ensemble de la presse éditeur. Mais elle enregistre une progression forte : + 3,2 % pour l'ensemble des journaux, inégalement répartie selon les sujets : légère baisse dans la presse médicale qui constitue à elle seule 26 % de l'ensemble (- 0,3 %), progression rapide des publications : services non marchands (+ 41 %), finances/bourse (+ 27 %), commerce (+ 13,6 %), services marchands (+ 7 %).

Tableau récapitulatif
Ensemble de la presse éditeur - 1988 -
 (en milliers d'exemplaires et en %)

| | TIRAGE | | | DIFFUSION TOTALE ANNUELLE | REPARTITION DE LA DIFFUSION EN % | | | | |
|---|-----------------------------|------------------|--------------|---------------------------------|-------------------------------------|-------------------|----------------------|---------------------|-------------|
| | Moyen par titre au N° | Total annuel | Part en % | | Vente au N° | Vente par abt. | Services gratuits | Diffusion totale | Invendus |
| INFO. GENE. & POLITIQUE NATIONALE | 148 | 1 114 899 | 100,0 | 840 297 | 84,2 | 18,3 | 2,9 | 75,4 | 24,6 |
| Info. gén. & politique..... | 224 | 840 751 | 75,4 | 821 090 | 88,0 | 12,8 | 3,0 | 73,8 | 26,1 |
| Presse d'opinion..... | 42 | 62 271 | 5,6 | 48 656 | 55,1 | 18,4 | 3,4 | 74,9 | 25,1 |
| Magazine..... | 379 | 211 677 | 19,0 | 172 551 | 38,7 | 40,4 | 2,5 | 81,6 | 18,5 |
| INFO. GENE. & POLITIQUE LOCALE | 35 | 2 640 810 | 100,0 | 2 342 816 | 83,0 | 22,2 | 3,5 | 88,7 | 11,3 |
| Info. gén. & politique..... | 42 | 2 606 878 | 98,7 | 2 311 106 | 83,5 | 21,7 | 3,4 | 88,6 | 11,3 |
| Magazine..... | 26 | 5 994 | 0,2 | 4 829 | 38,1 | 22,9 | 21,3 | 82,3 | 17,8 |
| A. J. L. | 6 | 27 938 | 1,1 | 26 481 | 20,3 | 65,0 | 9,5 | 94,8 | 5,2 |
| PRESSE SPECIALISEE GRAND PUBLIC | 107 | 2 315 212 | 100,0 | 1 743 470 | 87,2 | 18,1 | 2,0 | 75,3 | 24,7 |
| Journaux d'annonces..... | 31 | 22 084 | 1,0 | 15 468 | 52,8 | 5,0 | 12,2 | 70,0 | 30,0 |
| Bandes dessinées..... | 67 | 70 668 | 3,1 | 50 477 | 64,2 | 6,2 | 1,0 | 71,4 | 28,6 |
| Presse culturelle..... | 59 | 37 314 | 1,6 | 30 183 | 18,0 | 59,3 | 3,5 | 80,8 | 19,1 |
| Maison & Décoration..... | 151 | 50 446 | 2,2 | 39 002 | 35,0 | 39,6 | 2,7 | 77,3 | 22,7 |
| Economie..... | 105 | 81 738 | 4,0 | 64 754 | 17,2 | 43,5 | 9,9 | 70,6 | 29,4 |
| Presse féminine..... | 295 | 422 960 | 18,3 | 330 030 | 67,4 | 9,7 | 0,9 | 78,0 | 22,0 |
| Presse des jeunes..... | 106 | 71 069 | 3,1 | 53 505 | 45,6 | 28,2 | 1,5 | 75,3 | 24,6 |
| Loisirs..... | 55 | 179 689 | 7,8 | 119 726 | 41,9 | 22,6 | 2,2 | 68,7 | 31,4 |
| Presse masculine..... | 103 | 16 652 | 0,7 | 11 695 | 63,3 | 4,1 | 2,8 | 70,2 | 29,8 |
| Sport..... | 75 | 369 044 | 15,9 | 238 111 | 57,6 | 3,8 | 3,1 | 64,5 | 35,5 |
| Science & Technique..... | 148 | 19 242 | 0,8 | 15 387 | 34,4 | 44,5 | 1,1 | 80,0 | 20,0 |
| T.V / Spectacle..... | 458 | 681 680 | 29,4 | 569 676 | 66,8 | 15,8 | 1,0 | 83,6 | 16,3 |
| Sensation / Evasion..... | 290 | 210 197 | 9,1 | 142 765 | 65,4 | 2,1 | 0,5 | 68,0 | 32,1 |
| Famille / Société..... | 228 | 72 429 | 3,1 | 62 691 | 16,2 | 67,6 | 2,8 | 86,6 | 13,1 |
| GRATUITS | 85 | 1 492 392 | 100,0 | 1 489 120 | 0,0 | 0,0 | 99,8 | 99,8 | 0,0 |
| PRESSE SPECIALISEE TECH. & PROFESSIONNELLE | 12 | 355 008 | 100,0 | 324 813 | 87,7 | 65,1 | 20,6 | 91,4 | 8,4 |
| Presse agricole..... | 16 | 83 053 | 23,4 | 79 903 | 3,0 | 75,5 | 17,7 | 96,2 | 3,8 |
| Bâtiment / T.P. | 14 | 11 782 | 3,3 | 10 866 | 3,3 | 77,8 | 11,1 | 92,2 | 7,1 |
| Commerce..... | 11 | 10 539 | 3,0 | 9 079 | 3,3 | 59,6 | 23,2 | 86,1 | 13,9 |
| Presse médicale..... | 9 | 87 467 | 24,8 | 84 225 | 1,1 | 62,1 | 33,1 | 96,3 | 3,7 |
| Biens d'équipements..... | 9 | 6 945 | 2,0 | 6 179 | 10,3 | 49,2 | 22,3 | 81,8 | 18,2 |
| Finances / Bourse..... | 10 | 16 321 | 4,6 | 14 280 | 6,9 | 74,2 | 6,5 | 87,6 | 12,5 |
| Agro-alimentaire..... | 5 | 6 736 | 1,9 | 6 422 | 1,4 | 71,6 | 22,4 | 95,4 | 4,7 |
| Biens intermédiaires..... | 4 | 1 488 | 0,4 | 1 363 | 1,8 | 55,2 | 34,6 | 91,6 | 8,5 |
| Location / Crédit / Immo. | 16 | 2 108 | 0,6 | 2 003 | 4,3 | 87,4 | 3,3 | 95,0 | 5,0 |
| Services marchands..... | 18 | 103 257 | 29,1 | 88 386 | 11,6 | 59,1 | 14,8 | 85,5 | 14,0 |
| Services non marchands..... | 7 | 11 342 | 3,2 | 9 989 | 6,8 | 63,4 | 17,8 | 88,0 | 11,9 |
| Prod. / Distr. énergie..... | 3 | 536 | 0,2 | 490 | 1,5 | 77,2 | 12,7 | 91,4 | 8,6 |
| Assurance..... | 6 | 1 402 | 0,4 | 1 316 | 1,0 | 86,3 | 6,6 | 93,9 | 6,1 |
| Transport & Télécom. | 16 | 6 090 | 1,7 | 5 091 | 14,8 | 46,2 | 22,6 | 83,6 | 16,4 |
| Biens consommation..... | 7 | 5 942 | 1,7 | 5 521 | 6,0 | 49,3 | 37,6 | 92,9 | 7,1 |
| ENSEMBLE | 85 | 7 918 121 | /// | 6 740 016 | 45,6 | 17,6 | 21,9 | 85,1 | 14,8 |

f) Comparaisons avec l'étranger

Avec 176 exemplaires diffusés pour mille habitants, la France se retrouve pratiquement en dernière place, juste avant la Grèce et l'Italie, le Japon et les pays nordiques se situant très largement en tête.

**Diffusion annuelle des quotidiens d'information
générale et politiques**

(milliers d'exemplaires)

| | 1986 | 1987 |
|-----------------|------------------|------------------|
| Belgique | 557 156 | 557 555 |
| Danemark | 557 000 | 554 000 |
| Grèce | 339 381 | 354 957 |
| Italie | 2 143 748 | 2 254 779 |
| Pays-Bas | 1 394 316 | 1 405 912 |
| Grande Bretagne | 6 820 000 | 6 843 000 |
| Finlande | 870 265 | 891 248 |
| Norvège | 708 425 | 729 885 |
| Suède | 1 416 532 | 1 500 203 |
| France | 2.637.686 | 2.930.273 |

Source : F I E J

| | Nombre de titres | | Diffusion moyenne quotidienne | |
|-----------------|------------------|-------|-------------------------------|--------|
| | 1986 | 1987 | 1986 | 1987 |
| Belgique | 37 | 34 | 1 847 | 1 821 |
| Danemark | 46 | 46 | 1 831 | 181 |
| Grèce | 129 | 129 | 1 306 | 1 289 |
| Italie | 78 | 78 | 6 366 | 6 618 |
| Pays-Bas | 48 | 48 | 4 527 | 4 564 |
| Grande-Bretagne | 103 | 102 | 22 200 | 21 933 |
| R.F.A. | 1 273 | 1 260 | 20 822 | 21 046 |
| Finlande | 64 | 66 | 2 665 | 2 719 |
| Norvège | 84 | 84 | 2 209 | 2 268 |
| Suède | 114 | 109 | 4 462 | 4 469 |
| Japon | 124 | 124 | 68 653 | 70 194 |
| Etats-Unis | 1 657 | 1 645 | 62 500 | 62 826 |
| France (1) | 85 | 83 | 8 320 | 9 243 |

2. Modalités de distribution

a) Situation actuelle

Les statistiques concernant la répartition des modalités de distribution de la presse demeurent difficiles à obtenir. Ainsi, selon la réponse obtenue par votre Rapporteur :

"Faute de renseignements statistiques précis permettant d'appréhender, chez chaque éditeur, les différents modes de diffusion employés, et compte tenu des délais d'élaboration des statistiques globales sur la presse, il n'est pas possible de fournir des résultats récents et précis sur les parts respectives des différents moyens de distribution de la presse"

Les statistiques disponibles permettent au moins d'aboutir aux conclusions suivantes :

- la vente par abonnement représente, en chiffre d'affaires, environ 30 % du total des recettes brutes de diffusion, (20 % pour les quotidiens, 35 % pour les publications) ;
- la vente au numéro, qui assure 70 % des recettes totales de diffusion peut être réalisée :
 - soit par l'intermédiaire des sociétés de messageries (environ 2/3 des recettes totales brutes de vente),
 - soit directement par les éditeurs, pour le 1/3 restant. Pour l'essentiel, il s'agit des ventes réalisées par les éditeurs de la presse quotidienne régionale.

Il n'est pas possible d'estimer, au sein des ventes au numéro réalisées en direct par les éditeurs, la part représentée par le **portage**. En effet, le portage à domicile peut s'adresser aussi bien à des abonnés, auxquels est assuré un service comparable à celui de la poste, qu'à des acheteurs réguliers au numéro.

Des études sont actuellement réalisées par les N.M.P.P. (Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne), d'une part, et le ministère des postes, des télécommunications et de l'espace, d'autre part, en liaison avec les éditeurs, en vue de **développer la distribution des quotidiens par portage, notamment dans les zones urbaines.**

Par ailleurs, aucun renseignement statistique précis, d'ordre général ou particulier, ne permet de cerner l'importance réelle des services gratuits.

b) Le système de distribution de la presse en France, face au droit européen

Le rapport de M. Pierre Todorov "*La presse française à l'heure de l'Europe*", a souligné les problèmes posés par le système français de distribution de la presse dans la perspective du marché unique européen de 1993.

Le système français issu de la loi du 2 avril 1947 ⁽¹⁾ apparaît, en effet, comme une exception à la norme européenne. En règle générale, les principes de la distribution sont définis contractuellement. Seules la France et l'Italie ont choisi la voie réglementaire. Cependant, le caractère concurrentiel du réseau est en général tempéré par deux pratiques qui ont pour effet de soustraire la vente de la presse aux mécanismes du droit commun : les mécanismes d'agrément et d'exclusivité, ainsi que la pratique du prix imposé, à l'exception de la Grande-Bretagne et des Pays-Bas.

Les principes généraux du droit communautaire concernant la distribution de la presse ont été posés par les arrêts SALONIA (16 juin 1981) et BINON (3 juillet 1985).

La Cour de justice des communautés européennes a jugé que l'article 85 du traité prohibant les ententes anti-concurrentielles s'applique à la distribution, dans la mesure où les deux conditions suivantes sont réunies :

1. La loi du 2 avril 1947, dite loi "Bichet", relative au statut des entreprises de groupage et de distribution des journaux et publications périodiques, pose le principe de la liberté, pour l'éditeur, de diffuser ses titres par les moyens qu'il juge le plus convenable à cet effet, et dispose, par ailleurs, que "le groupage et la distribution de plusieurs journaux et périodiques ne peuvent être assurés que par des sociétés coopératives de messageries de presse."

Ces coopératives sont soumises à l'obligation d'admettre comme adhérent tout éditeur de presse qui en fait la demande, des lors qu'il accepte d'être diffusé aux conditions tarifaires établies par ces coopératives.

C'est dans ce cadre qu'ont été créées et que fonctionnent aujourd'hui dix coopératives, qui regroupent 995 adhérents au 31 décembre 1989.

Comme la loi les y autorise, certaines de ces coopératives se sont regroupées pour assurer une utilisation optimale des moyens nécessaires à la distribution

C'est ainsi qu'ont donc été constituées les deux sociétés commerciales suivantes

- les Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne (N M P P),*
- et la Société Auxiliaire pour l'Exploitation des Messageries Transports Presse (S A E M. Transports-Presse)*

- la condition "d'affectation du commerce intracommunautaire" est considérée comme remplie, dès lors que, dans un pays, existe un réseau unique de distribution ;

- le caractère "sensible" de cette affectation résulte presque automatiquement de l'existence d'une norme générale régissant la distribution.

La Cour a jugé que la presse entrerait dans la catégorie des produits pour lesquels un système de distribution sélective est jugé compatible avec les règles posées à l'article 85, mais à condition notamment que le mode de sélection des points de vente réponde à des critères objectifs d'ordre purement qualitatif (qualification professionnelle du vendeur...), eux-mêmes utilisés de façon non discriminatoire.

La pratique du prix imposé par l'éditeur, qui est de règle dans la grande majorité des Etats de la C.E.E., bien que jugée incompatible avec les stipulations de l'article 85-1, peut cependant faire l'objet d'une demande d'exception au titre de l'article 85-3.

3. Les recettes de la presse

a) Evolution générale : + 6,1 %

La croissance du chiffre d'affaire global, toutes catégories confondues, de la presse éditeur constatée les années précédentes se poursuit en 1988. En 1988, le chiffre d'affaire total atteint 49,64 milliards de francs, soit une progression de 6,1 %.

En réalité, cette évolution globale recouvre une décélération sensible de la progression des recettes de ventes et une accélération de la progression des recettes de publicité.

Taux de croissance

(En pourcentage)

| | Recettes de ventes | Recettes de publicité |
|------|--------------------|-----------------------|
| 1986 | + 8,1 % | + 4,9 % |
| 1987 | + 4,8 % | + 9,6 % |
| 1988 | + 1,5 % | + 12,7 % |

Chiffre d'affaires 1988

| | Millions de francs | Evolution 1988/1987 |
|---|--------------------|------------------------|
| • Information générale et politique nationale | 9 865 | + 9,2 % |
| - dont quotidiens | 5 978 | + 8,0 % |
| • Information générale et politique locale | 13 927 | + 7,1 % |
| - dont quotidiens | 11 718 | + 7,1 % |
| • Presse spécialisée grand public | 17 184 | - 0,2 % |
| • Presse spécialisée technique et professionnelle | 5 987 | + 19,3 % |
| • Gratuits | 2 673 | + 7,1 % |
| Total | 49 636 | + 6,1 % |

b) Evolution par catégorie de presse

- Presse nationale d'information générale et politique :
+ 8 %
- quotidiens

Le chiffre d'affaires de l'ensemble des quotidiens nationaux augmente de 1987 à 1988 de 8 % essentiellement à cause de la forte hausse des recettes de publicité (+ 17,5 %). La progression des ventes est pratiquement nulle : + 0,4 %.

- hebdomadaires

Le chiffre d'affaires des hebdomadaires nationaux progresse de 11,2 %, pour atteindre 3,8 milliards de francs en 1988. Ce sont les magazines d'information qui réalisent la plus forte hausse de la catégorie : + 18,7 %, grâce à la progression des recettes de publicité (+ 22,7 %).

- Presse locale d'information générale et politique :
+ 7,1 %

En 1988, la progression du chiffre d'affaires atteint 7,1 %. L'évolution est particulièrement sensible dans la catégorie "7ème jour" : + 13,2 %. Là encore, la progression des recettes publicitaires (+ 10,7 %) est plus forte que celle des recettes de ventes (+ 4,6 %).

- Presse spécialisée "grand public" : - 0,2 %

Malgré la progression des recettes publicitaires (+ 6,9 %), le chiffre d'affaires baisse légèrement en 1988 de 0,2 % en raison d'une forte chute des ventes de 2,8 %, particulièrement sensible dans les catégories sensation/évasion et bandes dessinées.

- Presse spécialisée technique et professionnelle : + 19,3 %

Le chiffre d'affaires de la presse spécialisée technique et professionnelle progresse fortement : 5,99 milliards en 1988, soit + 19,3 %. A la hausse des ventes (+ 9,7 %) s'ajoute l'augmentation très importante des recettes publicitaires, qui passent de 2,76 milliards en 1987 à 3,50 milliards en 1988, soit + 26,8 %.

Les catégories marquées par la progression la plus forte sont notamment :

| | |
|----------------------------|----------|
| Finances/bourse : | + 58 % |
| Commerce : | + 47,5 % |
| Presse agricole : | + 27 % |
| Bâtiment/travaux publics : | + 27,7 % |
| Biens d'équipement : | + 12,3 % |

c) Evolution des recettes publicitaires

L'évolution globale des recettes publicitaires - tous médias confondus - est marquée par un net ralentissement depuis 1987 :

| | |
|--------|----------|
| 1987 : | + 16 % |
| 1988 : | + 15,5 % |
| 1989 : | + 13 % |

La presse conserve une position dominante sur le marché publicitaire, avec plus de 56 % des recettes publicitaires médias.

En outre, l'année 1989 marque l'amorce d'un retournement de tendance pour la presse ; l'érosion continue observée depuis 1969, année d'apparition de la publicité à la télévision, est pour la première fois stoppée. En 1989, les recettes publicitaires de la presse progressent de 14 %.

Repartition des recettes publicitaires (1)

| | 1986 | 1987 | 1988 | 1989 |
|--------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Presse (2) | 57,9 | 56,9 | 55,6 | 56,2 |
| Télévision | 19,1 | 22,4 | 24,6 | 24,7 |
| Publicité extérieure (3) | 12,9 | 12,2 | 11,7 | 11,5 |
| Radio | 8,5 | 7,4 | 7,2 | 6,8 |
| Cinéma | 1,6 | 1,1 | 0,9 | 0,8 |
| Total | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

(1) Hors taxes, dégressifs, déduits, commissions d'agences et de régies incluses

(2) Petites annonces et publicité locale comprises

(3) Affichage sous toutes ses formes

Source : I.R.E.P.

Evolution des recettes publicitaires

| | 1987 | 1988 | 1989 |
|----------------------|-------------|---------------|-------------|
| Presse | + 14 | + 13 | + 14 |
| Télévision | + 36 | + 27 | + 13,5 |
| Publicité extérieure | + 10 | + 11 | + 11 |
| Radio | + 1 | + 12 | + 6 |
| Cinéma | - 20 | - 6 | + 1,5 |
| Total médias | + 16 | + 15,5 | + 13 |

Source : I.R.E.P.

La majeure partie des recettes publicitaires reste affectée aux magazines (31,2 % en 1989), malgré une légère tendance à la baisse depuis 1986 (34,1 %), et aux quotidiens régionaux (21 % en 1989 contre 23,5 % en 1988). La diminution de la part relative de ces deux "supports" s'effectue au profit des quotidiens nationaux et surtout de la presse gratuite.

**Répartition des recettes publicitaires
par catégories de presse**

(en pourcentage)

| | 1986 | 1987 | 1988 | 1989 |
|----------------------|------------|------------|------------|------------|
| Quotidiens nationaux | 11 | 11,7 | 12,3 | 13,2 |
| Quotidiens régionaux | 23,5 | 23,1 | 22,4 | 21,0 |
| Magazines | 34,1 | 32,8 | 31,8 | 31,2 |
| Spécialisés | 16,7 | 16,8 | 17,3 | 17,3 |
| Gratuits | 14,7 | 15,6 | 16,2 | 17,3 |
| Total presse | 100 | 100 | 100 | 100 |

**Evolution annuelle des recettes publicitaires
par grandes catégories de presse**

(en pourcentage)

| | 1987 | 1988 | 1989 |
|----------------------|---------------|---------------|---------------|
| Quotidiens nationaux | + 21,5 | + 19,0 | + 22,0 |
| Quotidiens régionaux | + 12,0 | + 9,5 | + 7,0 |
| Magazines | + 9,5 | + 9,5 | + 12,0 |
| Spécialisés | + 13,5 | + 17,0 | + 14,5 |
| Gratuits | + 21,0 | + 17,0 | + 22,0 |
| Total presse | + 14,0 | + 13,0 | + 14,0 |

• Concernant les recettes publicitaires de la presse, votre Commission des Finances attache une importance particulière à l'évolution et la répartition des campagnes publicitaires gouvernementales.

L'investissement publicitaire des campagnes gouvernementales dans la presse française est passé de 15 millions de francs en 1980 à 31,7 millions de francs en 1989, soit une progression totale de 110 % en moins de dix ans.

En valeur relative, la presse représente 20 % à 30 % des investissements dans les médias. Cette stabilisation de la part de marché autour de 25 %, alors que les investissements progressent, s'explique par le renchérissement des autres médias, notamment de la télévision, dû à l'arrivée des chaînes privées, à l'éclatement de l'audience et à la perte pour l'Etat-annonceur des tarifs privilégiés (en particulier sur TF1).

Depuis 1980, les grands secteurs d'investissement ont été

le secteur social avec l'emploi, les élections prud'homales, la Sécurité sociale, le Revenu Minimum d'Insertion (R.M.I.),

les économies d'énergies,

les mesures économiques (livret d'épargne populaire, inflation 5 %, plan de lutte contre l'inflation, les "Yeux ouverts"),

les bilans de l'activité gouvernementale,

les P.T.T., (France-Télécom qui a consacré 14 millions de francs en 1988 pour sa campagne institutionnelle dans la presse magazine),

l'Education nationale, qui a consacré 4.8 millions de francs, en 1989, à des campagnes dans la presse quotidienne nationale et régionale

L'investissement publicitaire pour 1989 a atteint 14,52 millions de francs pour la presse quotidienne et 17,17 millions de francs pour la presse magazine, soit près de 32 millions de francs (20 % des investissements médias).

Le bilan du premier semestre 1990 fait apparaître une tendance à la progression, avec 20 millions de francs investis dans la presse quotidienne nationale et régionale et 11 millions de francs dans la presse magazine, soit au total 31 millions de francs.

TABLEAU RECAPITULATIF DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES
DES CAMPAGNES GOUVERNEMENTALES DANS LA PRESSE

| en francs TTC Année | Investissement dans la Presse quotidienne nationale et régionale | Investissement dans la presse Magazine | TOTAL | Part de la presse par rapport à l'investissement total dans les médias | Principales campagnes et annonceurs en presse |
|---------------------------|--|--|------------|--|---|
| 1980 | 8 000 000 | 7 050 000 | 15 050 000 | 26,6 % | - Economies d'énergie - Pacte National pour l'Emploi/Travail & Participation - Institutionnel P&T/P&T |
| 1981 | 23 000 000 | 6 120 000 | 29 120 000 | 39,8 % | - Economies d'Energie/Agence pour les économies d'énergie |
| 1982 | 20 000 000 | 16 300 000 | 36 300 000 | 38,3 % | - Livres d'Epargne Populaire/Economie & Finances - Les Contrats de Solidarité - Mission N°1e pour l'Emploi - les "Yeux Ouverts"/SID - Formation alternée 16-18 ans/Formation professionnelle - Elections prud'homales/Travail |
| 1983 | 11 216 000 | 8 134 000 | 19 350 000 | 28,6 % | - Promotion du Label qualité/Consommation - Elections à la sécurité sociale/Affaires sociales - Inflation 5 %/Economie & Finances - Mixité de l'Emploi /Droits des femmes |
| 1984 | 3 524 000 | 9 149 000 | 12 673 000 | 27,1 % | - Activité des PTT/PTT - Image de l'Industrie/Industrie et Recherche |
| 1985 | 13 562 000 | 7 803 000 | 21 365 000 | 23,7 % | - Accueil à la petite enfance/Affaires sociales - Image institutionnelle des PTT/PTT - Nouvelle numérotation téléphone/DGT - Emploi des Jeunes/Travail, Emploi & Formation profes. - Réduction des charges locatives/Logement |
| 1986 | 24 900 000 | 10 000 000 | 34 900 000 | 32,7 % | - Emploi des 16-25 ans /Affaires sociales et emploi - Réforme tarification téléphone/PTT - Image institutionnelle/AFME |
| 1987 | 24 000 000 | 10 400 000 | 34 400 000 | 24,1 % | - Etats généraux de la sécurité sociale - Résultats Economie Française - Sécurité/Intérieur - Promotion du câble/Mission Câble |
| 1988 | 18 400 000 | 23 000 000 | 41 400 000 | 25,5 % | - Bilan de l'action gouvernementale/SID - Economie d'énergie/AFME - Image institutionnelle France Télécom - Accueil/Tourisme - Bilan de la politique Environnement |
| 1989 | 14 523 000 | 17 172 000 | 31 695 000 | 20,2 % | - Information sur la loi d'orientation/Educ. Nat. - Promotion du service ministériel Euroguide/Affaires européennes - Recrutement Armée de Terre/Défense - Image institutionnelle France Télécom - Information sur le RMI/ Solidarité , Santé et Protection sociale |

*d) Comparaison avec les principaux pays européens .
retard des ventes françaises*

Les statistiques disponibles, partielles (1986-1987), diffusées par la *Fédération Internationale des Editeurs de Journaux* (F.I.E.J.) limitent les points de comparaison à la presse d'information générale et politique et essentiellement aux quotidiens.

La progression globale du chiffre d'affaire moyen chez l'ensemble de nos partenaires européens est légèrement plus forte que celle enregistrée en France : + 10,6 % en 1987.

En outre, cette évolution résulte davantage de la forte progression des ventes : + 17,9 %, tandis que les recettes publicitaires n'augmentent que de 4,7 %.

La part de la publicité dans le chiffre d'affaires en 1987 se situe pour l'ensemble des pays à 46,3 %. Elle varie, cependant, sensiblement, d'un pays à l'autre. Elle représente 52,8 % du chiffre d'affaires au Danemark, 64,6 % en R.F.A., 63,5 % en Suisse, 48,5 % en Belgique, 44,9 % en Italie, 37,4 % au Portugal.

**Structure en % des recettes des quotidiens de la presse
nationale d'information générale et politique
des pays de la C.E.E. en 1987**

| | Publicité | Ventes | Total |
|-----------------|-----------|--------|-------|
| Belgique | 45,8 | 54,2 | 100,0 |
| Danemark | 52,8 | 48,0 | 100,0 |
| Grèce | 18,0 | 82,0 | 100,0 |
| Italie | 44,9 | 55,1 | 100,0 |
| Pays-Bas | 56,9 | 43,1 | 100,0 |
| Portugal | 37,4 | 62,6 | 100,0 |
| Espagne | 47,9 | 52,1 | 100,0 |
| Grande-Bretagne | 42,1 | 57,9 | 100,0 |
| RFA | 64,7 | 35,3 | 100,0 |
| France | 55,3 | 44,7 | 100,0 |

Source : F.I.E.J.

C. SITUATION RELATIVE DE LA PRESSE FRANCAISE

Au total, l'analyse du secteur fait apparaître la faiblesse relative du chiffre d'affaires de la presse éditeurs en France (45,9 milliards de francs en 1988), par rapport aux principaux pays européens (R.F.A. : 70 milliards de francs, Royaume-Uni : 60 milliards de francs).

La croissance actuellement modérée de son chiffre d'affaires risque de renforcer cet écart.

Cette conclusion a été largement développée par *l'étude du Cabinet Arthur Andersen*, rendue publique en 1989. Le rapport précité définit ainsi les handicaps structurels actuels de la presse française.

1. Faible croissance des ressources de vente

De 1983 à 1986, alors que le nombre de titres est resté à peu près stable (environ 2.420 titres), la diffusion a régressé de - 1,4 % tandis que le taux d'invendus progressait de 17,2 % à 21,5 %.

Seule l'augmentation du prix de vente des publications, supérieure à l'augmentation des prix à la consommation, a permis aux éditeurs de compenser la perte de recettes engendrée par cette diminution globale de la diffusion.

2. Régression relative de la part de marché publicitaire

Si les recettes publicitaires de la presse écrite continuent à croître (+ 6,5 % par an), la part de marché publicitaire a chuté de 78 % en 1967 à 55 % en 1988.

Ce taux situe la presse française loin derrière la presse allemande (80 %) et anglaise (61 %).

En réalité, le problème n'est pas tant celui de la concurrence entre médias que celui d'une concurrence interne entre quotidiens, périodiques et gratuits.

3. Faiblesse des activités à l'exportation

Les recettes issues des activités d'exportation restent faibles et la part du chiffre d'affaires réalisée à l'étranger insuffisamment développé (5 % du chiffre d'affaires total), par rapport aux réalisations de nos partenaires européens.

4. Insuffisance des investissements

Au total, selon les conclusions de l'étude *Andersen*, la rentabilité du secteur est insuffisante par rapport aux besoins d'investissement. Les investissements réalisés par l'ensemble de la presse restent faibles en moyenne (6,5 % de la valeur ajoutée du secteur) au regard des besoins de modernisation. La capacité moyenne d'autofinancement (10,9 % en 1987) semble limitée par rapport à la valeur ajoutée, mais très forte (168 % en 1987) par rapport au montant total des investissements. Le recours à l'endettement est donc très faible.

Le rapport distingue différents types d'investissements nécessaires : conception et lancement d'un nouveau titre, informatisation des rédactions des quotidiens (20 à 30 millions de francs), commercialisation (un abonné supplémentaire coûte environ 300 francs pour un hebdomadaire).

Face à ces besoins, l'insuffisance de capitaux à long et moyen terme, liée à la fois aux faibles marges d'exploitation et à la réticence des éditeurs à recourir au marché financier, se traduit par la fragilité du financement des investissements par recours à des ressources à court terme.

En outre, l'importance des blocages sociaux qui caractérisent ce secteur limitent considérablement les gains de productivité consécutifs aux efforts de modernisation.

5. Evolutions différenciées suivant les catégories de presse

Le rapport Andersen analyse ensuite les caractéristiques des différents types de presse qu'il définit comme suit :

a) presse quotidienne nationale

Confrontée à la baisse de son lectorat, cette catégorie se modernise. Elle souffre, au niveau de ses recettes, de l'insuffisance des abonnements (7,6 % des recettes), et au niveau de ses coûts, du poids des frais de fabrication (25 à 35 % des coûts d'exploitation). Le taux d'invendus reste notablement supérieur à celui des autres types de presse (25,3 % du tirage).

b) presse quotidienne régionale

Son chiffre d'affaire stagne en raison de la baisse régulière de sa diffusion payante à prix de vente stable. Concurrencée par les journaux gratuits sur le marché de la publicité locale, elle a commencé à réagir en créant des gratuits, en s'associant à des gratuits existants ou en prenant leur contrôle. Elle maîtrise relativement les réseaux de distribution (15 à 20 % de ses coûts et 11 % d'invendus seulement).

c) presse nationale périodique d'information politique et générale

Cette catégorie a perdu 22 millions d'exemplaires et 6 titres entre 1983 et 1986. Les disparités sont très fortes, selon la capacité des titres à attirer publicité et abonnés.

d) presse périodique locale d'information politique et générale

Elle subit la concurrence des radios locales, des gratuits et de la presse quotidienne régionale et trouve l'essentiel de ses recettes dans la publicité locale et les petites annonces.

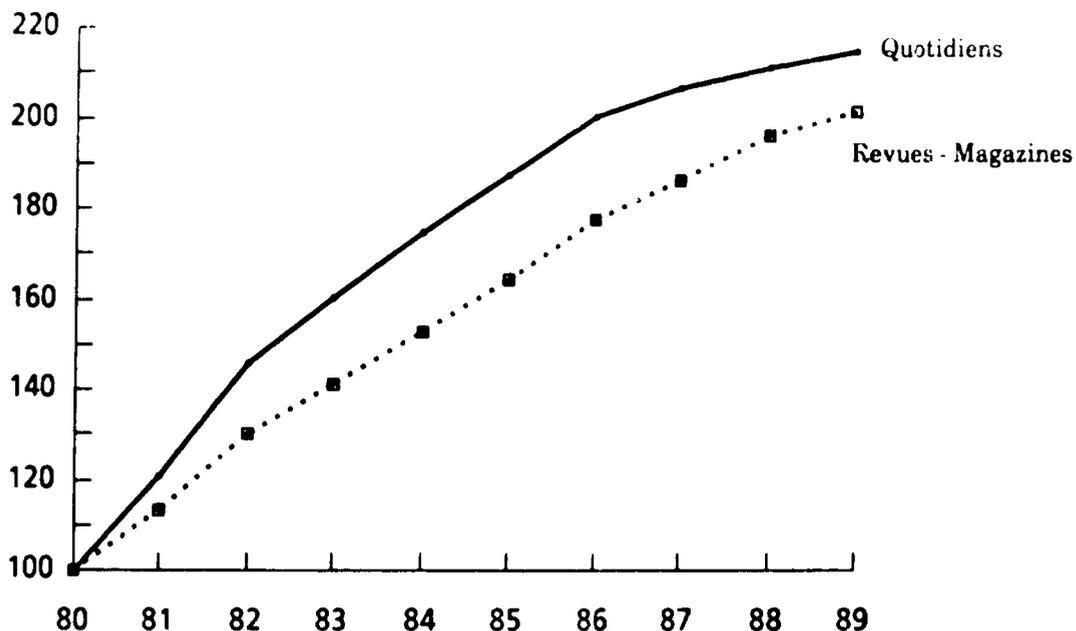
e) presse spécialisée grand public

Malgré un pourcentage d'invendus assez élevé (24,48 %), cette catégorie connaît à la fois une augmentation du nombre des titres et une croissance du tirage. Elle se caractérise par des budgets de promotion élevés (6 à 20 % du total des coûts), et des coûts de la distribution au numéro cinq fois plus élevé que ceux de l'abonnement.

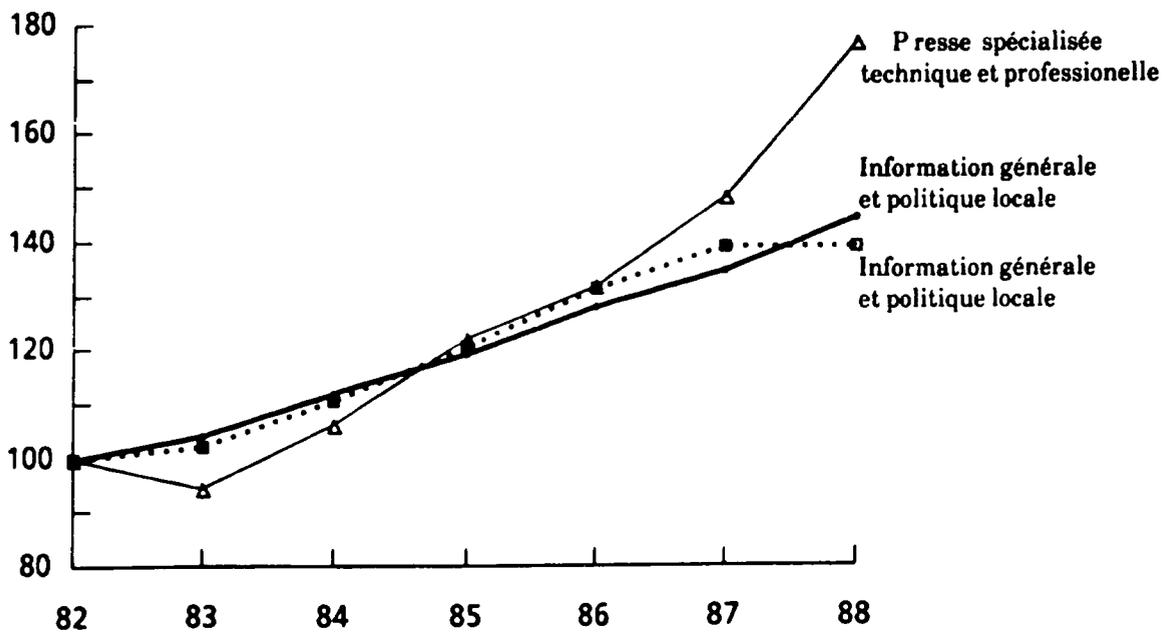
f) presse spécialisée technique et professionnelle

Il s'agit essentiellement d'une presse d'abonnement (93 %) stable dans son nombre de titres avec un lectorat en faible expansion.

Evolution du prix de vente
100 = 1980



Evolution du chiffre d'affaires
100 = 1982



CHAPITRE II

LES AIDES DE L'ETAT A LA PRESSE

Les aides de l'Etat à la presse sont essentiellement constituées d'aides indirectes, dont le montant total a atteint 5.276,0 millions de francs en 1989.

Les aides directes inscrites dans le projet de loi de finances pour 1991 atteignent, pour leur part, 278,45 millions de francs.

A. LES AIDES DIRECTES

Les crédits d'aides directes à la presse sont inscrits au Budget des Services Généraux du Premier Ministre depuis la loi de finances pour 1990.

Evolution des aides directes

(En millions de francs)

| | 1989 | 1990 | 1991 | Evolution 1991/1990 (en %) | Part de chacune des aides en 1991 (%) |
|--|---------------|---------------|---------------|----------------------------------|---|
| Allègement des charges supportées par les journaux raison des communications téléphoniques des correspondants de presse et remboursements des transmissions par fac-similé (chapitre 41-01-10) | 33,96 | 33,00 | 37,55 | + 1,5 | 13,5 |
| Remboursement à la SNCF des réductions de tarifs accordées à la presse (chapitre 41-02-10) | 142,26 | 185,50 | 180,40 | - 2,5 | 64,8 |
| Fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger (chapitre 43-03-10) | 32,66 | 32,66 | 41,42 | + 26,8 | 14,9 |
| Fonds d'aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires (chapitre 43-03-20) | 19,29 | 13,39 | 13,48 | + 0,6 | 4,8 |
| Fonds d'aide aux quotidiens de province d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces (chapitre 43-03-30) | 5,56 | 5,56 | 5,60 | + 0,7 | 2,0 |
| Aide au papier journal | 5,00 | - | - | - | - |
| Total | 238,73 | 273,60 | 278,45 | + 1,8 | 100,0 |

1. Remboursement à la S.N.C.F. des réductions de tarifs accordées à la presse

Les crédits affectés à ce poste - 180,4 millions de francs pour 1991 - constituent l'essentiel des aides directes (plus de 65 % du total des aides directes).

a) Réduction de tarifs

Depuis le 14 mai 1948, la presse bénéficie, pour l'acheminement des publications et le retour des invendus, d'une réduction de 50 % sur les tarifs de la S.N.C.F.

Cette aide est accordée à toutes les publications de presse, sans distinction, *qu'elles soient ou non inscrites à la Commission paritaire*, à la seule exception des revues pornographiques ayant fait l'objet de deux interdictions successives du ministère de l'Intérieur.

Initialement prise pour un an, cette mesure a été reconduite d'année en année.

La contribution versée par l'Etat a fait l'objet d'une convention définitivement signée le 30 décembre 1988, après un retard de près de cinq ans que votre Commission a toujours déploré.

Le coût pour la S.N.C.F. de cette mesure fait l'objet d'un remboursement en provenance du budget général.

L'importance de la charge pour le budget général a conduit le Gouvernement à supprimer progressivement, à partir de 1988, l'aide relative au retour des invendus, qui représentait un coût de 28,5 millions de francs en 1988. Cette suppression est totale depuis 1990.

b) Evolution des crédits

Les crédits inscrits en loi de finances initiale au titre de l'aide au transport de la presse par la S.N.C.F. ont, durant plusieurs années, été nettement sous-estimés.

Conformément aux souhaits maintes fois exprimés par votre Commission, pour remédier à cette sous-évaluation systématique des crédits, les crédits inscrits pour 1990 ont bénéficié d'un ajustement conséquent, puisqu'ils ont été majorés de 30 %, permettant ainsi la remise à niveau des crédits nécessaires.

La loi de finances rectificative pour 1990 prévoit toutefois encore l'inscription de crédits complémentaires pour un montant de 11,82 millions de francs, correspondant à un *"apurement de charges"*.

Les crédits inscrits pour 1991 au chapitre 41-01 article 10, du budget des Services Généraux du Premier Ministre font l'objet d'une mesure d'économie de 4,6 millions de francs (soit - 2,5 %) censée *"tenir compte d'une légère baisse de trafic prévue pour 1991"*.

Votre Rapporteur est sensible à cet effort de bonne gestion des deniers publics. Il souhaite toutefois qu'il ne soit pas nécessaire de recourir à nouveau à l'inscription de crédits supplémentaires en loi de finances rectificative pour 1991.

Transports S.N.C.F.
Credits inscrits en loi de finances

(en millions de francs)

| Année | Loi de finances initiale | Loi de finances rectificative |
|-------|--------------------------|-------------------------------|
| 1980 | 65,0 | 5,1 |
| 1981 | 75,6 | 8,2 |
| 1982 | 95,2 | 6,6 |
| 1983 | 102,8 | 25,8 |
| 1984 | 114,8 | 31,6 |
| 1985 | 110,2 | 44,0 |
| 1986 | 110,2 | 62,2 |
| 1987 | 110,2 | 73,3 |
| 1988 | 136,3 | - |
| 1989 | 142,2 | - |
| 1990 | 185,0 | 11,8 |
| 1991 | 180,4 | - |

c) Régime en vigueur dans les autres pays européens

La *Deutsche Bundesbank* n'applique pas à la presse de tarif préférentiel. L'essentiel du transport de la presse est d'ailleurs effectué par route ou par avion.

La *Société nationale des Chemins de Fer neerlandais* n'applique pas de tarif préférentiel.

La *Société Nationale des Chemins de Fer belges* applique aux quotidiens et hebdomadaires un tarif spécial variable suivant les acheminements.

En *Italie*, les publications de presse bénéficient d'une réduction de 50 % du coût du transport, quel que soit le mode de transport utilisé.

En *Suisse*, les transports de journaux et périodiques sont taxés au tarif normal, avec possibilité de forfait pour les abonnements.

Au Portugal et en Belgique, les journalistes professionnels bénéficient de réductions de tarifs sur certains modes de transport.

2. Allègement des charges de télécommunications

a) Réductions de tarifs

Les correspondants de presse bénéficient d'une réduction de tarif de 50 % sur les communications téléphoniques et sur les "liaisons spécialisées" (transmission par télécopie).

Pour les liaisons spécialisées, la réduction est appliquée sur la totalité du montant du tarif de location. Pour les dépenses téléphoniques, la réduction est appliquée sur la totalité du montant des communications des correspondants. Elle s'applique sur 60 % des communications des bureaux régionaux, compte tenu d'un abattement de 30 % pour exclure les communications locales et de 10 % pour exclure les communications émanant de bureaux disposant par ailleurs de liaisons téléphoniques spécialisées.

Ces réductions sont calculées sur le montant hors T.V.A. et après déduction des taxes d'abonnement ou de raccordement.

Les modalités de remboursement aux quotidiens et agences de presse sont définies par les articles R 15 à R 19 du Code des Postes et Télécommunications.

Après vérification par le S.J.T.I. des relevés transmis par les quotidiens et les agences de presse, un état, mentionnant, pour chaque titre, le montant du remboursement des dépenses téléphoniques est établi, par bimestre, et soumis à l'examen de la Commission mixte pour l'allègement des charges téléphoniques de la presse

Ce montant correspond au total déclaré auquel il est appliqué la réduction de 50 %. Après que la commission a approuvé cet état, une décision du ministre de la culture et de la communication de verser à l'administration des P.T.T. la somme des dégrevements est adressée pour engagement et ordonnancement au directeur des services administratifs et financiers.

Un exemplaire de cette décision est communiqué aux P.T.T., les remboursements aux éditeurs et agences de presse étant effectué par les P.T.T., par réductions correspondantes sur les relevés téléphoniques suivants

b) L'évolution des crédits

Là encore, votre Commission avait déploré la sous-évaluation systématique de la dotation initiale, entraînant le recours inévitable aux ajustements par loi de finances rectificative.

Les crédits inscrits en loi de finances 1989 ont fait l'objet d'une importante majoration (42,3 %) qui a permis une remise à niveau correspondant aux règlements à venir en cours d'exercice.

Les crédits inscrits pour 1990, - 37 millions de francs, soit une majoration de 9 % par rapport à 1989 - devraient permettre de régler l'ensemble des dépenses de septembre 1989 à août 1990 inclus.

La loi n° 90-508 du 2 juillet 1990 portant réforme du statut des Postes et Télécommunications s'est notamment traduite par la suppression du budget annexe des P. et T.

Les modalités pratiques de remboursement seront désormais définies dans les cahiers des charges des deux nouveaux exploitants publics, *la Poste* et *France Télécom*, actuellement en cours d'élaboration.

En tout état de cause, la solution retenue sera sans incidence sur les réductions tarifaires dont la presse continuera de bénéficier.

c) Bénéficiaires

L'évolution globale traduit une diminution des allègements accordés en 1990 par rapport à 1989 : 22,96 millions de francs en 1990, contre 29,78 millions de francs en 1989. Cette évolution confirme la tendance enregistrée précédemment.

(millions de francs)

| | Remboursements 1989 | Remboursements 1990 |
|--------------------|------------------------|------------------------|
| Presse parisienne | 1,26 | 1,07 |
| Presse de province | 18,45 | 16,49 |
| Agences de presse | 5,50 | 3,66 |
| T.V.A. P.T.T. | 4,57 | 1,75 |
| Total | 29,78 | 22,96 |

Globalement, les principaux bénéficiaires des réductions de tarifs sont les quotidiens de province (16,5 millions de francs en 1990) et, dans une moindre mesure, les agences de presse (3,6 millions de francs). La presse parisienne n'est que faiblement concernée par cette aide (1,1 million de francs en 1990).

• Pour l'allégement des charges téléphoniques, les principaux bénéficiaires sont les quotidiens régionaux :

| | |
|-----------------------------|---------|
| - <i>Ouest France</i> | 1,7 MF |
| - <i>Sud-Ouest</i> | 1,3 MF |
| - <i>Le Dauphiné libéré</i> | 1,1 MF |
| - <i>L'Est républicain</i> | 0,98 MF |

A ce titre de comparaison, les deux premiers bénéficiaires de la presse parisienne sont *l'Equipe* (0,36 MF) et *Le Parisien* (0,2 MF).

• Le remboursement des frais de transmission bénéficie, en revanche, essentiellement à la presse parisienne :

| | |
|-----------------------------|---------|
| - <i>Le Figaro</i> | 0,77 MF |
| - <i>France Soir</i> | 0,60 MF |
| - <i>Le Parisien libéré</i> | 0,42 MF |

d) Régime en vigueur dans les autres pays européens

Votre rapporteur a pu obtenir quelques renseignements concernant les pratiques adoptées dans les autres pays.

La presse française apparaît dans ce domaine particulièrement privilégiée puisque seuls la Belgique, l'Italie et le Portugal pratiquent une réduction des tarifs de télécommunications pour la presse :

| | |
|-------------------|------|
| - <i>Belgique</i> | 25 % |
| - <i>Portugal</i> | 30 % |
| - <i>Italie</i> | 50 % |

*
* *

Les réductions tarifaires - S.N.C.F. et P et T - accordées à l'ensemble des catégories de presse représentent donc l'essentiel des aides directes de l'Etat.

Celles-ci sont complétées, pour une faible part, par des mécanismes d'aides spécifiques concernant des catégories particulières de presse.

3. Aide aux journaux à faibles ressources publicitaires

a) Le Fonds d'aide aux quotidiens nationaux à faibles ressources publicitaires

Une aide exceptionnelle aux quotidiens nationaux d'information générale et politique à faibles ressources publicitaires avait été instituée en 1982. Ce mécanisme a été définitivement pérennisé à compter du 1er janvier 1986 (1).

- Conditions d'accèsion à l'aide

Cette aide, qui prend la forme d'une *subvention d'exploitation*, est réservée aux titres présentant les caractéristiques suivantes :

- quotidiens de langue française ;
- d'information politique et générale ;
- à diffusion nationale ;
- paraissant 5 jours au moins par semaine , imprimés sur papier journal , dont le tirage et la diffusion payante sont respectivement inférieurs, en moyenne, à 250 000 et 150.000 exemplaires .
- dont le prix de vente est compris dans une fourchette de + 30 % et - 10 % du prix de vente moyen pondéré des quotidiens nationaux d'information politique et générale , dont les recettes publicitaires n'excèdent pas 25 % de leurs recettes totales.

- Modalités de répartition

La répartition du montant global de l'aide est définie selon les principes suivants :

proportionnellement au nombre d'exemplaires vendus ,

dans la limite d'un plafond de subvention par exemplaire vendu, égal à 6 % du prix moyen pondéré des quotidiens nationaux d'information générale et politique ,

1. Décret n° 86-616 du 12 mars 1986

en affectant le montant unitaire de l'aide d'une dégressivité définie en fonction de l'importance des recettes publicitaires du quotidien bénéficiaire, dès lors que ces recettes représentent plus de 15 % des recettes totales du journal.

Cette clause de dégressivité a joué en 1987 pour le *Matin de Paris* et en 1988 pour *Libération*.

L'aide est répartie annuellement par décision du Ministre chargé de la Communication.

- Bénéficiaires

L'évolution de la dotation budgétaire est essentiellement liée aux "allées et venues" du quotidien *Libération*, éligible certaines années et d'autres pas.

De 1984 à 1986, cinq quotidiens étaient éligibles : *La Croix*, *L'Humanité*, *Libération*, *Le Matin de Paris* et *Présent*.

En 1987, *Libération* n'a pas déposé de dossier de demande d'aide. Quatre quotidiens : *La Croix*, *L'Humanité*, *Le Matin de Paris* et *Présent* étaient donc éligibles.

En 1988, la dotation inscrite en loi de finances s'est élevée à 11,4 millions de francs. *Libération* ayant déposé un dossier de demande d'aide en cours d'année 1988, la disparition du quotidien *Le Matin de Paris* n'a pas permis de compenser financièrement le retour à l'éligibilité de *Libération*.

La dotation initiale a donc dû être augmentée par loi de finances rectificative.

En 1989, la dotation initiale a été majorée de 69,6 % pour tenir compte du retour à l'éligibilité de *Libération* et d'une revalorisation de 50 % de l'aide.

Libération n'ayant pas déposé de demande, la somme qui lui était destinée (5,8 MF) a été déduite de la dotation initiale et reportée sur le Fonds d'aide aux quotidiens de province

En 1990, la dotation initiale (13,4 MF), en diminution par rapport à 1989, tient compte à nouveau de la non-éligibilité de *Libération*

Trois quotidiens ont déposé un dossier de demande d'aide au titre de l'année 1990 : *La Croix*, *L'Humanité*, *Présent*. Le quotidien *Présent* ne satisfait toutefois pas aux conditions requises.

Evolution des subventions

(milliers de francs)

| Titres | 1988 | 1989 | 1990 |
|----------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| - <i>La Croix</i> | 4 044,7 | 6 008,4 | 6 681,7 |
| - <i>L'Humanité</i> | 4 395,0 | 6 865,4 | 6 701,8 |
| - <i>Libération</i> | 3 890,5 | | |
| - <i>Le Matin de Paris</i> | | | |
| - <i>Présent</i> | 301,4 | 596,2 | |
| Total | 12.631,7 | 13.470,0 | 13.388,7 |

Le montant des crédits prévus au titre de cette aide dans le projet de loi de finances pour 1991 s'élève à 13.477.364 francs, soit une progression de 0,6 %, malgré la non éligibilité de *Présent*.

b) Le Fonds d'aide aux quotidiens de province à faibles ressources de petites annonces

• Origine

Le principe de l'aide aux quotidiens à faibles ressources publicitaires a été étendu à partir de 1990 aux quotidiens de province (1).

• Conditions d'accession à l'aide

Aux termes de ce décret, l'aide est réservée aux titres présentant les caractéristiques suivantes :

- quotidiens de langue française,
 - d'information politique et générale,
 - à diffusion régionale, départementale ou locale,
 - paraissant cinq jours au moins par semaine et imprimés sur papier journal,
 - dont le tirage et la diffusion payante sont respectivement inférieurs, en moyenne, à 70 000 et 60 000 exemplaires,
- dont l'édition locale la plus diffusée est vendue à un prix compris entre 90 % et 130 % du prix de vente moyen des quotidiens régionaux, départementaux ou locaux d'information politique et générale.

1. Décret n° 89-528 du 28 juillet 1989

qui, dans la région ou le département où ils sont diffusés, n'ont pas la diffusion la plus forte des quotidiens régionaux, départementaux ou locaux et, par conséquent, ne sont pas en position dominante.

L'aide est répartie annuellement par décision du Ministre chargé de la Communication.

• Bénéficiaires

En 1989, sept quotidiens ont bénéficié de l'aide inscrite à ce titre (5,56 millions de francs en loi de finances initiale ; 8,47 millions de francs au total) :

| | |
|---|---------|
| - <i>L'Echo du Centre</i> (Limoges) | 1,41 MF |
| - <i>La Liberté de l'Est</i> (Epinal) | 1,92 MF |
| - <i>La Liberté</i> (Lille) | 0,39 MF |
| - <i>La Marseillaise</i> (Marseille) | 1,81 MF |
| - <i>Nord Littoral</i> (Calais) | 0,44 MF |
| - <i>Le Petit Bleu du Lot et Garonne</i> (Agen) | 0,77 MF |
| - <i>La Presse de la Manche</i> (Cherbourg) | 1,71 MF |

La dotation initiale s'est avérée insuffisante, compte tenu d'un nombre de bénéficiaires supérieur à celui qui avait été prévu. Les crédits nécessaires ont été abondés par un transfert en provenance de l'article 30 du chapitre 43-80 du budget de la Culture, rendu possible par la sortie de *Libération* de la liste des quotidiens nationaux éligibles à cette aide.

Le montant des crédits inscrits à ce titre dans la loi de finances pour 1990 s'élevait à 5,56 millions de francs. La répartition de cette dotation n'a pas encore été effectuée.

Le montant des crédits demandés à ce titre dans le projet de loi de finances pour 1991 s'élève à 5,60 millions de francs, soit une très faible majoration de 0,7 %.

c) *Régime en vigueur dans les autres pays européens*

Deux pays seulement connaissent un dispositif comparable d'aide à la presse d'opinion : la Belgique et l'Italie.

4. Fonds d'Aide à l'Expansion de la Presse Française à l'Etranger

Les crédits d'aide à la presse proposés pour 1991 sont marqués par la forte progression de la dotation du Fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger, majorée de 26,8 %, après la stagnation enregistrée en 1990 ⁽¹⁾.

Votre rapporteur se félicite de cette évolution vivement souhaitée depuis longtemps, compte tenu de l'insuffisance de la présence de la presse française à l'étranger et du caractère impératif des efforts à accomplir dans ce domaine, notamment aujourd'hui en direction des pays de l'Est.

Il souhaite que cet effort financier s'accompagne d'une amélioration des structures de cette aide, indispensable à ses yeux pour garantir l'efficacité d'un mécanisme qui ne semble pas encore totalement acquise.

a) Evolution et répartition des crédits

Le Fonds d'aide à l'expansion de la presse française a fourni, en 1990, une aide globale de 32,7 millions de francs.

Cette aide a bénéficié à une cinquantaine d'éditeurs, représentant 140 titres environ ⁽²⁾ ainsi qu'aux N.M.P.P. qui diffusent environ 2.000 titres.

Elle ne concerne que les ventes hors C.E.E. et Suisse et privilégie en fait des actions ponctuelles en direction de pays dont la liste est arrêtée par le ministère des Affaires étrangères.

En 1990, outre les N.M.P.P. (23,95 millions de francs), les principaux bénéficiaires ont été :

| | |
|--------------------------------|---------|
| - Unipresse : | 3,3 MF |
| - Cogedipresse (Paris-Match) : | 0,86 MF |
| - Le Monde : | 0,85 MF |
| - Groupe Express : | 0,50 MF |
| - Socpresse (Le Figaro) : | 0,50 MF |

Les subventions accordées par le Fonds financent essentiellement l'allègement des coûts de transport (85 % du total des crédits), principalement pour les ventes au numéro.

1. Conformément à la déclaration du Premier ministre devant la Fédération nationale de la presse spécialisée, le 27 juin 1990 "L'Etat doit favoriser la diffusion de la presse hors de nos frontières"

2. Dont Masson : 33 titres, Gauthiers-Villars : 34 titres

Outre la participation aux frais de transport, les dépenses prises partiellement en charge sont celles relatives à la prospection des abonnements (envois gratuits ou à tarif réduit pendant une période limitée)

La part consacrée aux dépenses de prospection et de promotion de la presse française à l'étranger demeure marginale.

b) Une réforme nécessaire

Votre Rapporteur avait, l'an dernier, souligné la nécessité d'un réexamen sérieux des modalités d'aide à la diffusion de la presse française à l'étranger.

Une réflexion a été entamée à partir de la fin 1990, sous l'égide du S.J.T.I., sur l'amélioration des modalités d'aide à la diffusion de la presse française à l'étranger.

Les principaux éléments de cette étude, dont les conclusions ne sont, à ce jour, toujours pas disponibles, ont porté sur :

- les priorités géographiques,
- une répartition plus équilibrée des aides, qu'il s'agisse des types de lectorat ou des moyens de diffusion,
- la nécessaire coordination des actions d'exportation de la presse avec d'autres actions à vocation linguistique et culturelle (politique du livre et de l'audiovisuel),
- l'efficacité d'actions pluriannuelles de promotion, menées avec d'autres départements ministériels, dans le cadre général d'une politique de soutien à l'enseignement du français et à la lecture en langue française,
- une plus grande publicité auprès des éditeurs quant à l'existence et aux objectifs du Fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger. Celui-ci ne semble pas avoir en effet l'audience que supposerait la variété de la presse française.

Cette étude doit déboucher sur des mesures concrètes d'amélioration des mécanismes de l'aide qui sont en cours de définition.

Votre Rapporteur ne peut que se féliciter d'une telle démarche, et souhaiter qu'elle se traduise concrètement.

Un effort indispensable doit en effet être accompli en faveur de l'expansion de la presse française à l'étranger. Cet effort doit viser à la fois l'abaissement des prix de vente dans les pays où ils demeurent excessifs, une plus grande régularité et rapidité d'approvisionnement, enfin la dynamisation des réseaux commerciaux permettant la conquête de nouveaux marchés.

5. Les aides directes dans les pays européens

a) situation actuelle

Les études menées par M. Pierre Todorov dans le cadre de son rapport sur *"La Presse française à l'heure de l'Europe"* l'ont conduit aux conclusions suivantes :

Les aides directes sont inexistantes en R.F.A. et en Grande-Bretagne. Dans les autres pays, elles sont réservées à la presse d'information ou aux publications culturelles. L'Espagne et l'Italie ont programmé l'extinction à terme des aides directes.

- Les systèmes d'aides directes ne bénéficient de fait qu'aux publications nationales, en imposant soit un lieu d'impression, soit la nationalité de l'entreprise, soit la langue.

Cette tradition discriminatoire trouve ses origines dans le principe même de la politique de subvention liée à l'identité culturelle.

Elles revêtent des formes diverses : subventions d'exploitation ; aides à l'investissement et à la restructuration (Pays-Bas, Danemark) ; aides à la diffusion (Belgique, Portugal, Italie) ; aide à l'approvisionnement en papier (Espagne).

b) Les aides publiques et le droit communautaire

- Aux termes de l'article 92 du Traité de Rome les "*aides accordées par les Etats au moyen de ressources d'Etat, sous quelque forme que ce soit, qui faussent ou qui menacent de fausser la concurrence en favorisant certaines entreprises ou certaines productions*" sont incompatibles avec le principe d'un marché commun.

• L'article 92 définit ensuite un certain nombre d'exceptions à ce principe, au rang desquelles ne figure pas explicitement la presse.

Un paragraphe d) prévoit toutefois une possibilité d'exception pour *"d'autres catégories d'aides déterminées par décision du Conseil statuant à la majorité qualifiée sur proposition de la Commission"*.

Seule une décision explicite de cette nature permettrait donc de conclure définitivement que la presse peut bénéficier d'aides publiques.

L'interprétation des dispositions du Traité de Rome, telle qu'elle résulte à la fois des directives existantes et de différentes réponses à des questions écrites posées à la Commission des Communautés Européennes, ne permet pas d'affirmer sans équivoque que la presse doit être considérée comme un produit spécifique, et ne relève pas des obligations générales d'harmonisation.

Une réponse donnée par Lord Cockfield au nom de la Commission à une question concernant les tarifs postaux applicables à l'expédition de journaux fait toutefois preuve d'une interprétation assez favorable à la presse :

"Les critères d'application de l'article 92, paragraphe 1 du traité CEE, ne sont, en général, pas remplis en matière d'aides à la presse. On ne peut en effet pas parler de concurrence entre les journaux d'un Etat-membre et ceux édités d'autre part, en raison de leur contenu divers.

Les mêmes considérations s'appliquent aux périodiques à l'exception de quelques revues scientifiques ou spécialisées.

Les aides à la presse ne sont, en général, pas susceptibles d'affecter les échanges entre Etats-membres et ne sont dès lors pas incompatibles avec le marché commun ".

Il reste qu'il serait sans doute plus sûr que la presse fasse l'objet d'une décision explicite et définitive du Conseil, statuant à la majorité qualifiée sur proposition de la Commission, conformément au d), paragraphe 3 de l'article 92.

B. LES AIDES INDIRECTES

Les aides indirectes à la presse se traduisent par des moins-values de recettes pour le budget annexe des Postes, Télécommunications et de l'Espace, pour le budget général de l'Etat et pour les collectivités locales, liées, d'une part, aux réductions de tarifs postaux, d'autre part au régime fiscal particulier de la presse. Elles ne peuvent donc faire l'objet que d'une évaluation pour l'année en cours.

Elles représentent un montant beaucoup plus important que les aides directes : 5.276 millions de francs en 1991.

Aides indirectes

(En millions de francs)

| Nature de l'aide | 1989 | 1990 | Evolution 1990/1989 |
|---|----------------|-----------|------------------------|
| Moins-values des recettes du Budget Annexe des P.T.T. en raison des déductions tarifaires appliquées sur les tarifs postaux préférentiels | 3.354,0 | 3.300 | - 1,6 |
| Moins-values de recettes du Trésor Public en raison d'allègements et de régimes fiscaux particuliers aux entreprises de presse : | | | |
| - Allègement des taux de T.V.A. | 1.050 | 1.130 | + 7,6 |
| - Régime spécial des provisions pour investissements (article 39 bis du Code général des impôts) | 280 | 290 | |
| Moins-values de recettes pour les collectivités locales : | | | |
| - Exonération de la taxe professionnelle | 592 | nc* | + 3,6 |
| Total | 5.276,0 | -- | -- |

*nc : non communiqué par la Direction Générale des Impôts.

Le numero de commission paritaire

Aux termes du décret du 27 avril 1982, la commission paritaire des publications et agences de presse donne "un avis sur l'application aux journaux et écrits périodiques et aux agences de presse des textes législatifs ou réglementaires prévoyant des allègements en faveur de la presse en matière de taxes fiscales et de tarifs postaux"

L'attribution d'un numéro de commission paritaire est donc une condition expresse du bénéfice de ces aides.

La commission paritaire a pour mission de distinguer parmi les publications celles qui répondent aux critères nécessaires pour avoir accès au régime économique de la presse

Cet organisme est placé sous la présidence d'un conseiller d'Etat et comprend pour moitié des représentants des ministères intéressés et pour moitié des professionnels désignés par les organisations les plus représentatives de la presse.

La commission paritaire apprécie la situation des publications au regard des dispositions des articles 72 et 73 de l'annexe III du code général des impôts et des articles D.18 et suivants du code des P.T.T. Il ressort de ces textes qu'il ne suffit pas de faire paraître régulièrement une publication pour obtenir systématiquement un certificat d'inscription. Conformément aux articles susvisés, ce certificat ne peut être délivré qu'aux "journaux et écrits périodiques". Dès lors, les publications doivent présenter, pour l'ensemble de leur contenu, un lien suffisant avec l'actualité, laquelle est interprétée en fonction de la nature, de l'objet du public, et de la périodicité de la publication.

En outre, la commission considère d'une manière générale que *les documents qui ont une fin en soi sont assimilables à des ouvrages n'entrant pas dans le cadre de la presse*. Dans ce sens, la commission est donc conduite à refuser la délivrance d'un certificat d'inscription aux recueils consacrés à un seul sujet ou à un seul auteur, chaque fois différents. Il ne suffit pas, en effet, de publier régulièrement des numéros sous un titre permanent et avec une numérotation suivie, pour que ceux-ci soient automatiquement assimilables à la presse et bénéficient de son régime économique.

D'autre part, les publications doivent remplir toutes les conditions des articles 72 et D.18 précités. C'est ainsi notamment qu'en application des plus importantes d'entre elles, les publications doivent :

1. Présenter un caractère d'intérêt général quant à la diffusion de la pensée instruction, éducation, information, récréation du public.
2. Paraître au moins une fois tous les trois mois.
3. Etre offertes au public à un prix marqué ou par abonnement, ce qui implique nécessairement une vente effective. La commission paritaire estime que cette disposition est respectée lorsque la période de lancement étant écoulée, le nombre des exemplaires vendus atteint au moins 50 % du tirage.

De plus, sont exclues les publications dont le prix est compris dans une cotisation à une association ou à un groupement quelconque.

4. Avoir au plus les "deux-tiers de leur surface consacrés à des réclames ou annonces". Pour déterminer cette surface, la commission paritaire applique des critères découlant d'une jurisprudence du Conseil d'Etat et décompte en publicité non seulement les réclames et annonces mais également la publicité rédactionnelle.

Enfin, les publications ne doivent pas être assimilables à un certain nombre d'ouvrages ou de publications dont une liste est donnée par le 6° des articles 72 et D.18 précités. A cet égard, il convient de noter que bien qu'à l'origine le paragraphe e de l'alinéa 6° des articles 72 et D.18 ait exclu très explicitement du régime de la presse "les publications constituant des organes de documentation administrative ou corporative, de défense syndicale ou de propagande pour des associations, groupements ou sociétés", la commission accepte d'admettre les publications éditées par les associations dès lors qu'elles sont susceptibles d'intéresser un public plus large que leurs seuls adhérents et, qu'à cet effet, elles consacrent plus de 50 % de leur pagination totale à des informations d'intérêt général qui ne concernent pas la vie interne de ladite association et qui ne constituent pas non plus de la publicité.

Par ailleurs, les articles 73 et D.19 des codes précités prévoient la possibilité d'un régime dérogatoire en faveur de certaines publications "à titre exceptionnel à la condition, toutefois, qu'elles ne servent pas directement ou indirectement à la défense d'intérêts commerciaux ou professionnels". C'est ainsi que peuvent être inscrites les publications d'anciens combattants, mutilés ou victimes de guerre, les publications ayant pour objet principal l'insertion à titre d'information, des programmes des émissions de radio et de télévision, et les publications syndicales de salariés, ou mutualistes présentant un caractère social. Quant aux publications périodiques publiées par l'administration de l'Etat, ou par les établissements publics ou pour leur compte, elles peuvent recevoir un certificat d'inscription au titre du dernier alinéa de l'article 73 susvisé et de l'article D.19-2 du code des P.T.T.

Le 27 juin 1990, devant la Fédération nationale de la presse spécialisée, le Premier ministre a indiqué qu'il fallait "réfléchir à un resserrement des critères d'attribution du numéro de commission paritaire"

Cette réforme est à l'étude

Les mesures envisagées seront soumises à une concertation avec les organismes représentatifs de la presse française.

1. Le régime postal de la presse

a) Les réductions tarifaires

L'essentiel du montant des aides indirectes (57 %) résulte des réductions de tarifs postaux, jusqu'à présent pris en charge aux deux tiers par le budget annexe des P.T.T.

L'application de tarifs postaux préférentiels pour la presse, qui existe depuis une quarantaine d'années, s'est en effet traduit par une charge de plus en plus lourde pour la Poste.

En 1980, les accords Laurent avait défini un plan de rattrapage tarifaire, destiné à réduire progressivement, en principe, à horizon 1987, la charge pesant sur la Poste.

Aux termes de ces accords, la presse administrative (12 % du trafic total environ) devait assurer une couverture quasi complète des charges réelles, tandis que l'objectif fixé pour le transport de la presse éditeur (87,2 % du trafic total) était d'assurer une répartition équitable des charges entre l'Etat (37 %), la Poste (30 %) et la presse (33 %), par le biais à la fois d'une majoration progressive des tarifs postaux et d'une prise en charge partielle du coût par le budget général.

En réalité, l'objectif défini par les *accords Laurent*, pour la partie presse (33 %), n'est que partiellement atteint en raison, d'une part, des inconvénients de la structure tarifaire actuelle et, d'autre part, de l'incidence des mesures non compensées prises depuis 1984 en faveur des tarifs du régime international.

**Presse éditeur - Presse associative
- Majoration intervenues depuis 1980 -**

- en 1980, augmentation de 24,9 % au 1er juin,
- en 1981, 27 % au 1er octobre,
- en 1982, 27 % au 1er janvier,
- en 1983, 8 % au 1er juin et 14,8 % au 1er septembre,
- en 1984, 21,3 % au 4 juin,
- en 1985, 18,6 % au 1er juillet,
- en 1986, 17,4 % au 1er août.

- En 1987, dernière année d'application des *accords Laurent*, l'augmentation de 14,2 % est intervenue au 2 juin sous la forme d'une taxe fixée en valeur absolue et modulée selon les tranches de poids et la périodicité.

- Pour 1988, une augmentation de 5,2 % est intervenue au 1er septembre applicable uniquement aux envois du régime intérieur.

- En 1989, une augmentation globale de 8,86 % est intervenue le 1er octobre (4,40 % sous forme d'augmentation en pourcentage et 4,28 % traduite en tarif fixe).

- En 1990, une augmentation de 3,78 % est intervenue le 1er octobre (sous forme d'une augmentation uniforme en pourcentage s'appliquant à toutes les tranches de poids), qui correspond à l'évolution de l'indice I.N.S.E.E. du prix des services.

La nouvelle grille tarifaire intérieure n'est toujours pas définitivement déterminée. Un rapport d'étape comprenant un certain nombre d'hypothèses a été remis à la presse en juin 1989.

En 1990, les travaux du groupe technique paritaire ont surtout consisté à vérifier la base des coûts des différentes hypothèses.

Tout en s'inspirant de la logique et des objectifs fixés par le groupe paritaire (prise en compte des critères relatifs au *point d'entrée*, au *niveau de préparation* des envois et à l'*urgence*), il existe encore une large marge d'évolution possible qui devra être explorée en commun.

S'agissant des tarifs du régime international, la limitation des majorations de prix s'est traduite pour la Poste par une perte de recettes cumulées de 36,8 millions de francs sur les années 1986-1990.

b) Le financement de la charge du transport de presse

D'autre part, depuis 1986, aucune contribution du budget général n'a été versée à la Poste au titre de la participation aux frais de transport de la presse.

Au total, de 1986 à 1990, la Poste a supporté près des deux tiers de la charge du transport de la presse éditeur et associative, et près de la moitié de la charge du transport de la presse administrative.

Coûts du transport postal de la presse

| | Presse Editeur | | | Presse Associative | | | Publications administratives | | |
|---------------------------------|----------------|-------|-------|--------------------|------|------|------------------------------|------|------|
| | 1988 | 1989 | 1990 | 1988 | 1989 | 1990 | 1988 | 1989 | 1990 |
| Recettes | 1.081 | 1.139 | 1.229 | 146 | 150 | 162 | 57 | 58 | 60 |
| Coûts complets (1) | 3.848 | 3.901 | 4.122 | 604 | 611 | 645 | 106 | 106 | 111 |
| Charges supportées par la Poste | 2.767 | 2.607 | 2.691 | 458 | 450 | 466 | 49 | 48 | 51 |
| En % du total | 71,9 | 66,8 | 65,4 | 75,8 | 69,8 | 72,2 | 46,2 | 45,2 | 45,9 |

(1) La notion de "coût complet" mériterait une définition plus "complète", que votre Rapporteur n'a toujours pas réussi à obtenir, ce qu'il déplore.

De fait, la Poste a été amenée à subventionner à hauteur des deux tiers le coût de transport des envois postaux.

Votre Rapporteur a toujours considéré que ce n'était ni la vocation de la Poste, ni sa responsabilité, de se substituer

à l'Etat pour assurer la charge du transport de la presse, qui constitue en réalité une aide au lecteur.

Il n'est pas acceptable que, par suite de la défection de l'Etat, l'aide au lecteur soit, en définitive, financée par les usagers de la Poste.

Votre Rapporteur s'est toujours inquiété, en outre, des conséquences de la pérennisation d'un système qui alourdissait les charges du budget annexe et risquait de détériorer les relations entre la Poste et les entreprises de presse.

C'est la raison pour laquelle votre Commission se félicite de l'évolution importante intervenue avec l'adoption de la loi n° 90-508 du 2 juillet 1990, relative à l'organisation du service public de la poste et des télécommunications.

L'article 2 de cette loi, modifié par un amendement du Gouvernement qui reprenait très exactement les termes de l'amendement déposé au nom de la Commission des Finances par M. Henri Torre, rapporteur pour avis de ce texte, prévoit en effet que le transport et la distribution de la presse sont considérés comme des *"missions de service public"*.

Dès lors, cette activité, exercée dans un cadre concurrentiel, est soumise à certaines obligations de service public. En particulier, les tarifs appliqués font l'objet d'une aide spécifique et ne correspondent pas au prix du marché. La loi consacre ainsi des dispositions déjà présentes dans le code des P.T.T. qui prévoient que la Poste est tenue d'exercer cette activité et de *"distribuer tous les jours ouvrables à l'adresse indiquée"* les publications dotées d'un numéro délivré par la commission paritaire des publications et agences de presse.

S'agissant des charges liées aux tarifs préférentiels pratiqués à l'égard de la presse, l'article 7 de cette loi renvoie au cahier des charges la fixation des principes de leur couverture par l'Etat. La charge financière effectivement supportée par l'Etat fera l'objet des dispositions du contrat de plan qui sera signé entre l'Etat et l'exploitant public *La Poste*.

D'ores et déjà, la traduction budgétaire de la prise en charge partielle par le budget général est acquise, puisque le chapitre 41-10-12 nouveau du budget des P.T.E. pour 1991 *"Contribution de l'Etat à la couverture du coût du transfert de la presse par la Poste"* a fait l'objet d'une inscription de 1 milliard de francs⁽¹⁾.

1. Par amendement du Gouvernement déposé en deuxième délibération à l'Assemblée nationale.

Votre Rapporteur note toutefois que pour assurer le respect du "*principe de neutralité budgétaire*" qui a présidé à la définition de la réforme des P.&T., cette ressource de la Poste, complétée par une mesure destinée à majorer la rémunération des C.C.P. à hauteur de 2,1 milliards de francs, est compensée par un prélèvement de 2,6 milliards de francs sur la marge de la C.N.E. et de 0,5 milliard de francs sur la trésorerie de la Poste (1).

En d'autres termes, pour le budget global de La Poste, l'opération est "neutre", sinon "blanche".

En réalité, c'est le contenu du cahier des charges, actuellement en cours d'élaboration, qui constituera un élément fondamental d'appréciation de cette disposition essentielle.

A cet égard, votre Rapporteur insiste pour que soient effectivement comprises dans le "*service public*" rendu par la Poste, les mesures définies par M. Limat en matière de distribution des quotidiens :

- distribution des quotidiens le samedi,
- amélioration de la qualité de service des quotidiens de province diffusés hors de leur zone de diffusion,
- mise en place d'un système de rattrapage des quotidiens en cas d'erreur de tri dans les services postaux.

Il souhaite, en outre, que soient définies des mesures destinées à assurer la distribution matinale à une heure convenable, et à garantir la distribution en cas de grève.

Seules, de telles mesures seront de nature à garantir le respect des principes définis par le texte même de la loi du 2 juillet 1990. L'article 8 indique, en effet, que le cahier des charges :

1. Voir, sur ce point, le rapport de M. Henri Torre, rapporteur special au nom de la Commission des Finances du budget Poste, Télécommunications et Espace pour 1991.

"précise notamment les conditions dans lesquelles sont assurées :

- la desserte de l'ensemble du territoire national ;*
- l'égalité de traitement des usagers ;*
- la qualité et la disponibilité des services offerts ;"*

c) Les perspectives de la création d'un "espace postal européen "(1)

En l'état actuel de la création d'un "espace postal européen", les tarifs postaux préférentiels sont une pratique générale. Mais la situation diffère selon que la qualité du service postal est médiocre et donc peu utilisée par la presse (Italie, Espagne), que le service postal fonctionne de façon satisfaisante mais reste un moyen de diffusion peu utilisé par la presse (Grande-Bretagne, Hollande), ou enfin, que la presse est un gros utilisateur d'un service postal fonctionnant bien (France, R.F.A.).

Les enjeux sont dès lors assez différents. En Grande-Bretagne, où le taux de couverture du coût postal par la presse est élevé, les aides postales sont d'une faible ampleur budgétaire puisque le service est peu utilisé. A l'inverse, dans les pays qui, comme la France ou la Belgique, connaissent une presse grosse consommatrice de services postaux pour un faible taux de couverture des tarifs, le poids budgétaire est lourd.

Le débat sur le poste engagé dans le cadre communautaire constitue aujourd'hui le vecteur principal d'une éventuelle transformation de l'environnement réglementaire des activités de presse. Les orientations actuellement retenues par la Commission pour l'élaboration du *Livre Vert sur la Poste* tendent à concilier la reconnaissance du principe de l'aide postale à la presse et l'objectif de neutralité assigné au nouvel espace postal européen.

Deux types d'évolution sont susceptibles d'affecter les mécanismes actuellement en vigueur :

- une harmonisation du montant des aides par l'homogénéisation des tarifs et des conditions d'accès, par le biais d'une définition communautaire du produit presse. Les risques de contournement (repostage) existent et incitent à une telle harmonisation ou, à tout le moins, à une reconnaissance mutuelle ;

- une réforme des mécanismes des aides qui pourraient dorénavant être accordées par l'intermédiaire d'un fonds de nature budgétaire, par remboursement sur facture, afin que les administrations postales déficitaires n'aient plus à supporter la charge des subventions. Ce projet, qui a la faveur de la Commission, répond à l'objectif de neutralité. Il est cependant difficile à mettre en place techniquement.

2. Le régime fiscal spécifique de la presse

Au regard du système fiscal français, les entreprises de presse bénéficient de trois types de dispositions préférentielles relatives à :

- la T.V.A.,
- l'impôt sur les sociétés (article 39 bis du C.G.I.),
- la taxe professionnelle.

En 1989, les "aides fiscales" accordées à la presse (Etat + collectivités locales) ont représenté 1,92 milliard de francs, soit 36 % du total des aides indirectes de l'Etat.

Sur ce total,

- le régime particulier de T.V.A. a représenté 1,05 milliard de francs (soit 54 % du total des allègements fiscaux),
- l'application de l'article 39 bis du Code général des impôts : 280 millions de francs (14,6 %),
- l'exonération de taxe professionnelle : 592 millions de francs (30,5 %).

a) Le régime particulier de T.V.A.

• Evolution des taux applicables

La loi du 29 décembre 1976 relative au régime fiscal de la presse a posé le principe de l'assujettissement de la presse à la T.V.A.

Dans un premier temps, toutes les publications inscrites à la commission paritaire étaient soumises au taux réduit (soit 7 % à l'époque).

- Pour les quotidiens et les publications assimilées (1), le taux était assorti d'une réfaction (70 %) telle que le taux réel de T.V.A. perçu dans les départements de la France métropolitaine atteignait 2,1 %

- Les autres publications ayant opté pour l'assujettissement à la T.V.A. (2) étaient soumises au taux réduit assorti d'une réfaction telle que le taux réel perçu était de 4 % (3)

Le taux privilégié de 2,1 % a ensuite été étendu aux hebdomadaires politiques nationaux par la loi du 27 décembre 1987 relative au régime fiscal de la presse, puis à l'ensemble de la presse par la loi de finances pour 1989.

Les publications non inscrites à la commission paritaire supportent une T.V.A. à 18,6 %.

Les publications pornographiques ou faisant appel à la violence sont soumises au taux majoré de 25 % (4).

Récapitulatif

| | Taux de T.V.A. applicable |
|--|----------------------------------|
| - Publications inscrites à la Commission paritaire - ensemble dont | 2,1 % depuis le 1er janvier 1989 |
| - quotidiens et publications assimilées | 2,1 % depuis le 1er janvier 1977 |
| - hebdomadaires politiques nationaux | 2,1 % depuis le 28 décembre 1988 |
| - Publications non inscrites à la commission paritaire | 18,6 % |
| - Publications à caractère pornographique ou faisant appel à la violence | 25 % (1) |

(1) Maintien d'un régime particulier pour la Corse (3,15 %), la Guadeloupe, la Martinique, la Réunion (2 %)

• Moins-values de recettes pour l'Etat

Si les entreprises concernées ne réinvestissent pas la totalité du "supplément de ressources" qui leur est ainsi affecté, l'Etat récupérera une partie des moins-values de recettes au titre de l'impôt sur les sociétés.

1. Aux termes de l'article 39 bis du C.G.I. soit "Les publications à diffusion départementale ou régionale consacrées principalement à l'information politique et générale, paraissant au moins une fois par semaine, et dont le prix de vente n'excède pas de 75 % celui de la majorité des quotidiens".

2. Option couverte jusqu'au 1er janvier 1982.

3. De 2 % pour les départements de la Guadeloupe, de la Martinique et de la Réunion.

4. 22 % à compter de l'entrée en vigueur de la loi de finances pour 1991.

Moins-values de recettes pour l'Etat

(millions de francs)

| | 1980 | 1981 | 1982 | 1983 | 1984 | 1985 | 1986 | 1987 | 1988 | 1989 | Prév. 1990 |
|--|------|------|------|------|------|-------|------|------|-------|-------|---------------|
| Coût total des allègements de T.V.A. dont : | 660 | 676 | 770 | 851 | 915 | 1 009 | 925 | 970 | 1 120 | 1 050 | 1 130 |
| - imposition à 4 % des publications non quotidiennes | | | | | | 480 | 370 | 390 | 450 | | |
| - imposition à 2,1 % des quotidiens et publications assimilées | | | | | | 490 | 490 | 500 | 520 | | |
| - imposition à 2,1 % des hebdomadaires politiques nationaux | | | | | | 39 | 65 | 80 | 80 | | |

La perte de recettes fiscales en 1989 a diminué de 6,3 % en raison du passage du taux réduit de T.V.A. -qui fait référence pour le calcul de la moins-value fiscale- de 7 % à 5,5 %.

En 1990, la perte de recettes fiscales estimée est majorée de 7,6 %.

- Perspectives européennes

Dans tous les Etats membres de la Communauté, la presse bénéficie d'un traitement favorable en matière d'imposition à la T.V.A., que ce soit à travers une exonération, un taux 0, un taux réduit ou un taux "super-réduit".

| | Quo- tidiens | Pério- diques | Livres | Publi- cité |
|-----------------|-----------------|------------------|--------|----------------|
| RFA | 7 % | 7 % | 7 % | 14 % |
| Belgique | 0 | 0-6 (1) | 6 | 19 |
| Danemark | 0 | 0-22 (2) | 22 | 22 |
| France | 2,1 | 2,1 | 7 | 18,6 |
| Irlande | 10 | 25 | 0 | 25 |
| Italie | 0 | 0 | 0 | 19 |
| Luxembourg | 3 | 6 | 6 | 6-12 (3) |
| Pays-Bas | 6 | 6 | 6 | 6-18,5 (4) |
| Grande-Bretagne | 0 | 0 | 0 | 15 |
| Grèce | 3 | 3 | 3 | 6 |
| Espagne | 6 | 6 | 6 | 6-12 (5) |
| Portugal | 0 | 0-16 (6) | 0 | 16 |

(Source : Commission des communautés européennes)

(1) Sont taxées à 0 % les publications paraissant plus de 50 fois par an.

(2) Le taux 0 est réservé aux publications au moins mensuelles.

(3) Seule la publicité figurant sur des supports écrits est taxée à 6 %.

(4) Le taux de 6 % ne s'applique qu'à la publicité figurant dans une publication paraissant au moins 3 fois par an.

(5) Le taux de 6 % s'applique à la publicité des quotidiens.

(6) Le taux 0 ne bénéficie qu'aux publications au moins mensuelles.

Toutefois, chacun des régimes nationaux présente des particularités, notamment en ce qui concerne la définition du secteur et des produits admis à en bénéficier, soit en y incluant en aval le papier, la fourniture des agences ou l'imprimerie (ex. Italie), soit en l'élargissant à d'autres étapes du cycle de fabrication (ex. la publicité en Espagne).

Le niveau des taux de T.V.A. dont bénéficie la presse dans la C.E.E. devra être reconsidéré dans la perspective du marché unique de 1992, compte tenu de la nécessaire harmonisation des taux de T.V.A. en vigueur dans les Etats membres.

La 6e directive T.V.A. (1), précisée par une communication globale de la Commission (2), prévoit en effet deux fourchettes de taux :

- un taux normal compris entre 14 et 20 %,
- un taux réduit compris entre 4 et 9 %.

Les livres, journaux et périodiques feraient partie des biens imposés à taux réduit.

1. Sixième directive du Conseil - 17 mai 1977 - Harmonisation des législations des Etats membres relative aux taux sur le chiffre d'affaires. Système commun de taxe sur la valeur ajoutée - assiette uniforme.

2. Commission des Communautés européennes - Communication du 10 septembre 1987.

La situation de la presse dans la plupart des pays de la C.E.E. est à la fois dérogoire au regard du droit communautaire existant et a priori incompatible avec l'objectif de rapprochement des taux de T.V.A. fixé dans le cadre du "marché unique européen".

Cependant, le problème du taux applicable aux publications de presse ne sera soulevé qu'à la fin du processus d'harmonisation des taux et non en préalable.

Il est loin d'être exclu que les publications de presse puissent faire l'objet d'un traitement particulier et déroger au droit commun.

Trois types de scénarios sont envisageables :

- l'intégration dans la fourchette basse des taux harmonisés (4-9) ;

- le maintien du *statu quo* en considérant que les taux spécifiques de T.V.A. sont des choix politiques nationaux ne pouvant faire l'objet d'un contrôle communautaire (la généralisation du taux 0, trop contraire à la 6e directive, serait toutefois exclue) ;

- la création d'un régime spécifique d'imposition de la presse. Mais le "minimum commun" serait en définitive moins favorable que la situation qui prévaut aujourd'hui dans les pays qui, comme la France, ont une conception extensive de la presse au regard de la T.V.A.

S'agissant d'un domaine où l'unanimité est requise, la solution d'un tel problème paraît encore lointaine.

***b) Régime spécial de provisions pour investissement
(Article 39 bis du Code général des impôts)***

Instituée en 1945, les dispositions de l'article 39 bis du Code général des impôts accordent à la presse, en matière d'impôts sur les bénéfices, un régime spécial en vue de lui faciliter l'achat de ses installations.

A l'origine, l'article 39 bis s'applique à toutes les entreprises de presse qui éditent ou exploitent, soit des journaux quotidiens ou hebdomadaires, soit des revues mensuelles ou bimestrielles "*consacrées pour une large part à l'information politique*". Les publications pornographiques, perverses ou de violence sont exclues. En 1953, le système a été étendu aux quotidiens et hebdomadaires non politiques.

Jusqu'en 1969, ce régime permettait d'exonérer totalement de l'impôt sur les sociétés les bénéfices affectés aux investissements de toute nature, nécessaires à l'exploitation du journal de ces entreprises, ou constitués en provision, en vue d'investissements réalisés dans un délai de cinq ans suivant cette constitution.

Les effets de ce régime ont été progressivement limités depuis 1970. Désormais, l'entreprise peut affecter en franchise d'impôt, donc retrancher de son bénéfice imposable :

- soit les dépenses effectuées au cours de l'exercice pour l'acquisition de matériels ou de constructions strictement nécessaires à l'exploitation du journal,
- soit une provision destinée à lui permettre de faire face au financement ultérieur d'investissements de même nature.

• Modalités d'application

En 1980, le Parlement a adopté une nouvelle rédaction de l'article 39 bis prorogeant celui-ci de deux ans pour les exercices 1980 et 1981, tout en réduisant notablement ses effets.

Aussi, depuis le 1er janvier 1981, la provision est établie en franchise d'impôt dans la limite de :

- 30 % du bénéfice pour les non quotidiens,
- 60 % du bénéfice pour les quotidiens et journaux assimilés (c'est-à-dire les hebdomadaires régionaux)

Les provisions constituées ne peuvent être utilisées qu'au financement d'une fraction du prix de revient des matériels et constructions dans la limite de :

- 40 % de leur prix de revient pour les non quotidiens,
- 80 % de leur prix de revient pour les quotidiens et assimilés.

Les sommes ainsi affectées, réputées constituer un amortissement anticipé, viennent en déduction de la base amortissable ultérieurement. Les reliquats de provision non employés au bout de cinq années sont réintégrés aux résultats et peuvent faire à nouveau l'objet de provisions.

Le régime spécial des provisions résultant de l'article 39 bis a été reconduit d'année en année de 1982 à 1986, puis pérennisé par la loi de finances pour 1987 pour une période de cinq ans à partir de 1987.

Les dispositions de l'article 39 bis ont été étendues en 1986 aux investissements concernant la presse télématique (1).

• Moins-values de recettes pour l'Etat

(millions de francs)

| 1982 | 1983 | 1984 | 1985 | 1986 | 1987 | 1988 | 1989 | 1990 |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 340 | 350 | 370 | 250 | 250 | 250 | 270 | 280 | 290 |

• Perspectives

Le système actuel est plus favorable à la presse quotidienne (qui peut mettre en provision 60 % du bénéfice de l'exercice pour concourir au financement de 80 % de son investissement) qu'à la presse périodique (30 % du bénéfice pour financer 40 % de l'investissement).

Il ne concerne en outre que les entreprises qui réalisent des bénéfices, et ne favorise donc pas celles qui équilibrent tout juste leur exploitation ou sont déficitaires.

En tout état de cause, le mécanisme actuel n'est valable que jusqu'en 1992. Sa prorogation sera alors liée aux contraintes de l'harmonisation européenne.

Il présente toutefois un avantage tout à fait indispensable à l'économie de la presse, confrontée à la nécessité d'un effort de modernisation. Il mérite donc qu'on s'y attache.

Ce mécanisme d'aide à l'investissement est en effet indispensable, compte tenu du poids très lourd de l'investissement par rapport au chiffre d'affaires. Le ratio, pour la presse quotidienne régionale par exemple, se situe entre 5 % et 8 %, soit un taux sensiblement supérieur à celui de la moyenne des industries françaises.

Il doit s'analyser non pas comme une subvention nette, mais comme un mécanisme d'amortissement anticipé. En vérité, l'aide nette est constituée par la différence entre l'avantage procuré par l'application de l'article 39 bis du Code général des impôts et celui qu'aurait représenté l'application de l'amortissement dégressif (2).

1. *Instruction 4E-4-86 du 25 novembre 1986 - B.O.D.G.I.*

2. *Votre Rapporteur a demandé à la profession de bien vouloir lui communiquer des évaluations précises concernant ce point.*

Afin de pallier l'inconvénient réel qui consiste à ne profiter qu'aux seules entreprises bénéficiaires, ce mécanisme pourrait être utilement complété - mais non remplacé - par un système de prêts bonifiés à intérêts différés, utilisables pour la partie du financement des investissements ne pouvant recourir au 39 bis.

Le Premier ministre a tenu à préciser qu'il était ouvert "à une réflexion sur la mise en place d'un mécanisme d'incitation à l'investissement qui permettrait de faire bénéficier d'une aide tous les journaux qui ont besoin, à un moment donné, de franchir un cap technologique", en particulier les entreprises de presse qui ne réalisent pas de bénéfices et qui sont, de ce fait, exclues du bénéfice des dispositions de l'article 39 bis (1).

Sur la base des études actuellement en cours, pourrait s'engager une réflexion permettant d'envisager :

- d'une part, la pérennisation du dispositif actuel, afin de permettre aux entreprises de presse concernées de bénéficier d'un cadre stable pour leurs décisions concernant les investissements susceptibles de bénéficier de cette aide de l'Etat,
- d'autre part, la mise en place d'un mécanisme d'incitation à l'investissement - sous forme de prêts à taux bonifiés ou de tout autre système d'aide - qui permettrait de faire bénéficier d'une aide tous les journaux qui ont besoin, à un moment donné, de franchir un cap technologique, en particulier les entreprises de presse qui ne réalisent pas de bénéfices.

• Régime en vigueur dans les autres pays européens

Le rapport de M. Todorov "La presse française à l'heure de l'Europe" a précisé les différents types d'aide à l'investissement existants dans les pays membres de la Communauté.

Dans certains pays, la presse bénéficie d'aides directes ponctuelles, liées à des opérations d'investissement ou de restructuration.

Aux Pays-Bas, le fonds de soutien à la presse sert à financer des projets d'extension ou des opérations de restructuration, et également à compenser, sur une durée limitée, des déficits d'exploitation.

De même, au Danemark, l'Institut de financement de la presse quotidienne attribue des subventions d'investissement et aide à la création de nouveaux titres.

Outre les aides directes, deux types de méthodes sont utilisés pour favoriser l'investissement des entreprises de presse : *l'avantage fiscal et les prêts à taux bonifiés.*

L'Italie connaît un mécanisme d'aide fiscale à l'investissement qui s'apparente à celui de l'article 39 bis du Code général des impôts, sauf qu'il n'est pas propre à la presse. Les éditeurs sont autorisés à constituer des provisions pour investissement en franchise d'impôt pendant une durée de trois ans dans la limite de 50 % du bénéfice imposable.

En R.F.A. et en Belgique, la presse bénéficie pour ses investissements d'avantages fiscaux de portée générale, en particulier de procédures d'amortissement accéléré. Par ailleurs, le niveau d'imposition du bénéfice des sociétés est plus faible qu'en France dans plusieurs pays (Espagne, Italie, Grande-Bretagne et Pays-Bas).

Quatre pays (Italie, R.F.A., Grèce et Espagne) font bénéficier les entreprises de presse d'un système de prêts à taux bonifiés, la charge de la bonification étant supportée soit par un organisme de crédit para-public, soit par l'Etat lui-même. En général, le bénéfice de la bonification de taux est réservé aux investissements contribuant à la modernisation technologique de l'entreprise. En Italie, il existe des prêts dont la vocation est de restructurer les bilans des entreprises déficitaires.

En Italie, l'aide à l'investissement se prolonge en quelque sorte par une aide à la restructuration ou au "désinvestissement". En effet, outre le financement d'un mécanisme de préretraite des journalistes et typographes touchés par les réductions d'effectifs, les pouvoirs publics ont contribué à mettre en place, jusqu'en 1987, un mécanisme de "*Cassa Integrazione*" (mise au chômage technique pour une période maximum de deux ans) pour les journalistes affectés par le redéploiement des activités éditoriales des groupes de presse.

c) *Exonération de la taxe professionnelle (article 158 du Code général des impôts)*

Cette exonération date de la loi de 1844, qui exemptait de la patente les éditeurs de feuilles périodiques. Elle a été étendue aux agences de presse agréées et, sous certaines conditions, aux activités d'impression et de diffusion. Seules sont bénéficiaires les publications qui ont obtenu un numéro de commission paritaire.

Moins-values de recettes pour les collectivités locales (1)

(millions de francs)

| 1982 | 1983 | 1984 | 1985 | 1986 | 1987 | 1988 | 1989 | 1990 |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 382 | 437 | 508 | 513 | 556 | 515 | 546 | 592 | nc |

(1) Les chiffres de 1986 et 1987 sont difficilement comparables, dans la mesure où le dégrevement de 10 %, institué pour 1985 et 1986, a été supprimé et remplacé par un abaissement de 10 %, dès 1987, des bases de la taxe professionnelle

La taxe professionnelle figure parmi les charges déductibles pour le calcul du bénéfice fiscal. Lorsque l'entreprise de presse est bénéficiaire, l'exemption de la taxe accroît donc d'autant son bénéfice imposable et l'avantage final de l'entreprise se trouve réduit d'un montant équivalent au taux de l'impôt sur les sociétés.

Ce mécanisme n'est pas totalement satisfaisant dans la mesure où les pertes de recettes pour les collectivités locales excèdent le gain que les entreprises de presse retirent de l'exonération de taxe professionnelle.

C. L'EFFICACITÉ DES AIDES DE L'ÉTAT À LA PRESSE

Le diagnostic établi par l'étude du cabinet Andersen sur le système français d'aide à la presse aboutit aux conclusions suivantes :

- Les aides publiques sont marquées par un caractère diffus et hétérogène -elles bénéficient à 2.500 publications (voire 13.000 en incluant la presse associative qui bénéficie des tarifs postaux)- et dont l'efficacité reste difficile à appréhender en raison de leur forte intégration à la gestion des entreprises.

- En volume, la part des aides dans le chiffre d'affaires de la presse tend à diminuer (de 16,9 % en 1982 à 11,3 % en 1988). Toutefois, ces estimations restent incertaines pour le montant des moins-values postales et fiscales.

• Les mécanismes d'aide, *essentiellement centrés sur la distribution* (63 % du montant des aides) ont un effet amplificateur sur le niveau d'activité, en aidant d'autant plus les titres qu'ils sont en *bonne santé financière* et d'autant moins qu'ils rencontrent des difficultés.

En conclusion, le rapport estime que certaines modifications sont nécessaires, afin d'atteindre un meilleur équilibre entre des mesures automatiques à caractère sectoriel et des mesures conjoncturelles, mieux adaptées à la situation particulière des entreprises.

Quatre domaines seraient à privilégier :

- la distribution, notamment par l'amélioration de la qualité du service postal et du réseau de distribution,
- la distribution à l'étranger,
- la diffusion auprès des lecteurs, notamment par le maintien d'un taux de T.V.A. faible,
- la modernisation des entreprises de presse.

D. LES AIDES PUBLIQUES À LA PRESSE ET LES RÈGLES COMMUNAUTAIRES

Le rapport Todorov, *"La presse française à l'heure de l'Europe"*, aboutit aux conclusions suivantes.

1. Le système des aides publiques

En principe, les aides nationales qui ne sont visées par aucune dérogation particulière, ce qui est le cas de la presse, ne sont pas admises. La compatibilité doit s'apprécier au regard de l'article 92-1 du Traité qui prohibe les aides qui ont pour effet d'affecter le commerce entre pays membres. Toutefois, à l'heure actuelle, la condition de l'affectation du commerce intracommunautaire n'est pas remplie, de sorte que l'application de l'article 92 est suspendue pour la presse. La question n'est cependant pas réglée juridiquement, et dans les secteurs où existe une véritable substituabilité des produits (presse économique), le problème peut se poser.

Sont considérées comme abusives les aides directes qui sont, en droit ou en fait, réservées aux nationaux, mais sauf

contentieux individuel, ces aides devraient bénéficier d'une certaine tolérance au regard du droit communautaire. En revanche, elles sont plus vulnérables si elles peuvent profiter à des fournisseurs (imprimerie, agences...) ou avoir des effets limitatifs à l'importation.

2. Les règles relatives à la propriété du capital et à la concentration

Des articles 67 et 68 du Traité, il résulte que toute restriction aux mouvements de capitaux en provenance d'Etats membres de la C.E.E. ou toute discrimination fondée sur la nationalité et la résidence est contraire à l'ordre juridique communautaire. En revanche, les règles anti-trust visant à limiter les transferts de propriété à l'intérieur du secteur de la presse ou dans un cadre multimédia, sont compatibles, sous certaines conditions, avec les dispositions du Traité de Rome.

La libération des mouvements de capitaux au sein de la C.E.E. se transforme en une liberté "*erga omnes*" dès lors que certaines législations n'établissent pas de distinction entre Etats membres et pays tiers. Ceci rend difficile l'application de certains textes français, comme par exemple l'article 7 de la loi du 1er août 1986. Dans la mesure où la liberté d'investissement direct est, à bien des égards, le corollaire de la liberté d'établissement, il n'est pas sûr qu'il soit possible de soumettre durablement cette dernière à des conditions plus restrictives que la première.

La presse, et plus généralement les médias, entrent dans le champ d'application du dispositif institué par le règlement communautaire portant sur le contrôle des concentrations entre entreprises. Mais le seuil retenu pour l'application des dispositions du règlement en atténue considérablement la portée. En pratique, la situation des entreprises de presse ne devrait guère en être affectée, quel que soit le type de législation "anti-trust" à laquelle elles sont soumises au plan national. La nécessité d'assurer le pluralisme des médias peut légitimer l'intervention d'un droit national sur les opérations de concentration, même de dimensions communautaires. C'est en tout cas l'esprit du dispositif mis en place par Bruxelles.

3. Les législations "d'ordre public"

Trois dispositions françaises conduisant à un traitement distinct des ressortissants nationaux et des ressortissants communautaires peuvent prêter à discussion au regard des principes de non discrimination et de liberté d'établissement : l'article 14 de la loi du 29 juillet 1881 sur les publications étrangères, l'article 14 de la loi du 16 juillet 1949 sur les publications destinées à la jeunesse et l'article 5 du décret du 17 janvier 1936 modifié (art. R 761-9 du Code du travail) relatif à la carte d'identité des journalistes professionnels.

4. Perspectives

Au regard de la démarche communautaire actuelle, la spécificité de la presse n'est pas prise en compte.

Le rapport Todorov souligne la nécessité de définir une *logique dérogatoire*, soit par référence à la notion de bien culturel telle qu'elle a été définie à propos du livre, soit en insérant dans l'ordre communautaire un principe analogue à ceux qui fondent les régimes nationaux de la presse.

Mais les difficultés que rencontrerait une telle démarche, tant au regard de la variété des règles nationales que de la primauté du droit communautaire, interdisent de penser qu'elle garantirait juridiquement le droit des Etats membres à déroger durablement aux règles du Traité, au nom de principes internes.

Le rapport opte plutôt pour un *pragmatisme "éclairé"*, qui consisterait à rechercher un accord politique et aurait pour effet de faire prendre conscience de la nécessité d'aborder les questions relatives à la presse dans un cadre de référence générale. Cet accord devrait nécessairement se traduire par une *résolution du Conseil*, soulignant à la fois la particularité de la presse et la nécessité d'une adaptation globale et non sectorielle, pour éviter les effets déséquilibrants.

Aucune urgence n'impose de prises de position immédiates au regard des échéances européennes, à l'exception du régime des aides postales. La priorité est en réalité celle de l'adaptation des entreprises de presse françaises à la compétition européenne.