



Commission des affaires culturelles
et de l'éducation

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

MISSION FLASH RELATIVE AUX AIDES À LA PRESSE RÉGIONALE ET LOCALE

Composée de près de 420 titres – dont 62 quotidiens, 300 hebdomadaires régionaux ou départementaux et quelques dizaines de magazines –, la presse régionale et locale (PRL) est la presse la plus diffusée en France. Certains de ces titres ont un tirage très important : *Ouest France* est ainsi le premier quotidien français. Avec 43 millions de lecteurs chaque mois, elle joue un rôle essentiel pour le débat démocratique, le lien social et la vie économique des territoires.

Au-delà du contexte économique actuel, particulièrement difficile, les titres locaux font face à d'importants défis : baisse des ventes liée à l'érosion du papier et à la fermeture de nombreux points de vente, ressources publicitaires captées par les GAFAs, évolution des habitudes d'information des citoyens.

La mission s'est attachée à évaluer la qualité du soutien public dont bénéficie aujourd'hui la presse régionale et locale, dans l'hexagone comme dans les outremer, et les améliorations susceptibles d'y être apportées.

À l'issue de nombreuses auditions, les rapporteures formulent des propositions pour consolider son modèle économique, mieux garantir le pluralisme de la presse régionale et locale, préserver sa distribution dans tous les territoires et clarifier le cadre général des aides dont elle bénéficie.

Voir [ici](#) la vidéo de la réunion de la commission du 7 avril 2021

Voir [ici](#) l'intégralité de la communication de

Mmes Géraldine Bannier et Virginie Duby-Muller



Rapporteure

[Mme Géraldine Bannier](#)

Députée de la Mayenne

(Mouvement Démocrate (MoDem)
et démocrates apparentés)



Rapporteure

[Mme Virginie Duby-Muller](#)

Députée de la Haute-Savoie

(Les Républicains)

AVRIL 2021

Une presse aujourd'hui en difficulté

Composée de près de 420 titres d'information générale, la presse régionale et locale (PRL) apporte une contribution essentielle à la vie démocratique.

Si la PRL semble avoir mieux résisté que d'autres familles de presse aux **évolutions structurelles des dernières décennies** – baisse des ventes au numéro, difficultés de distribution, évolutions des habitudes des citoyens, apparition de nouveaux médias, baisse des ressources publicitaires, etc. –, ses tirages et son chiffre d'affaires ont néanmoins diminué de façon significative, mettant à mal son modèle économique et conduisant à la **disparition de nombreux titres**.

Récemment, elle a été **frappée de plein fouet par la crise sanitaire** : outre la contraction des ventes au numéro due à la fermeture de diffuseurs, les recettes tirées de la publicité, des annonces légales et de l'évènementiel ont fortement reculé en raison du ralentissement de l'activité économique.

Un soutien par l'intermédiaire des aides directes à la presse

La PRL a accès aux aides directes à la presse, notamment au Fonds stratégique pour le développement de la presse (FSDP) et au fonds d'aide au portage de la presse.

L'accès au FSDP est toutefois difficile pour les titres qui ne sont pas reconnus d'information politique et générale (IPG) : seuls leurs projets numériques sont éligibles aux aides du fonds, alors que le papier demeure un support essentiel pour la PRL.

Majoritairement portée, **la PRL bénéficie peu des aides au postage**, notamment des tarifs postaux préférentiels. Si la PRL

perçoit donc une part substantielle de l'aide au portage, la modification de ses règles de calcul et la baisse continue de ses crédits ont **progressivement conduit à diminuer le soutien public** apporté par ce biais.

La presse locale bénéficie également de **l'aide au pluralisme des titres locaux** et de **l'aide aux quotidiens à faibles ressources de petites annonces**, dotées chacune d'une enveloppe annuelle de 1,4 million d'euros, qui apportent un soutien utile mais néanmoins limité à plusieurs publications.

En outre, une **nouvelle aide pérenne aux titres ultramarins** de 2 millions d'euros a été créée par la loi de finances pour 2021.



Un soutien exceptionnel à la presse pour 2020-2022

Afin de garantir la continuité de la distribution de la presse et soutenir les acteurs les plus fragiles de la filière dans le contexte de crise, un plan d'urgence de **483 millions d'euros a été engagé** au cours de l'année 2020.

À cela s'ajoute le nouveau **crédit d'impôt sur le premier abonnement à un titre d'information politique et générale**, qui entrera en vigueur dès qu'il aura reçu l'aval de la Commission européenne.

Pour toute information complémentaire :

Commission des affaires culturelles et de l'éducation

Téléphone : 01.40.63.65.95 – culture-social.sec@assemblee-nationale.fr

Les propositions des rapporteuses

Engager une réflexion sur les critères et les conditions d'attribution des aides à la presse

Les rapporteuses ont acquis la conviction qu'une **refonte globale et une simplification des aides à la presse** sont aujourd'hui nécessaires.

En particulier, la **notion d'IPG devrait être réinterrogée** afin de mieux soutenir des familles de presse aujourd'hui peu aidées, bien que relevant d'un intérêt citoyen.

Par ailleurs, une réflexion sur la **conditionnalité des aides, notamment en matière sociale**, devrait être rapidement menée.

Renforcer la visibilité des titres locaux

Le nombre de **points de vente de la PRL** diminue d'année en année. Ceci s'explique notamment par le développement de nouvelles grandes surfaces qui refusent de distribuer la presse. Afin d'y remédier, un **critère tenant à la distribution de la presse IPG** pourrait être inclus parmi ceux pris en compte par la commission départementale d'aménagement commercial pour la délivrance de l'autorisation d'ouverture.

Soutenir les ressources des titres locaux par un crédit d'impôt publicité

Face au **fort recul des investissements publicitaires** dans la presse depuis le premier confinement, un soutien ciblé pourrait être apporté au niveau local par la voie d'un **crédit d'impôt ouvert aux annonceurs locaux**. Il permettrait en effet à la fois d'aider les titres de presse locaux à retrouver des ressources, et de **soutenir les petites et moyennes entreprises locales** en favorisant la relance de leurs activités.



Mieux réguler le marché des annonces légales

La loi PACTE a **réformé en profondeur le marché des annonces judiciaires et légales**, en permettant aux services de presse en ligne habilités par les préfetures de publier des annonces et en forfaitisant les tarifs applicables aux entreprises.

Certaines dérives ont pu être observées. Ainsi, si le décret d'application fixe un critère de volume substantiel d'information locale renouvelée sur une base hebdomadaire, **certain services habilités ne remplissent plus cette condition à ce jour**.

Les rapporteuses proposent donc de permettre aux préfetures de **saisir la Commission paritaire des publications et agences de presse (CPPAP)** afin d'évaluer le respect de ce critère, au moment de l'habilitation, puis à échéance régulière.

Une **enquête** devrait également être menée sur les **pratiques de certains intermédiaires entre éditeurs de presse et entreprises**, qui exigent parfois des commissions d'un montant disproportionné.

Créer les conditions d'un nouvel équilibre dans la distribution

Le système de soutien à la distribution de la presse « abonnée » est aujourd'hui **aussi considérable sur le plan financier que complexe dans son organisation**.

Afin de préparer les nécessaires évolutions dans la régulation du secteur, la création d'un **Observatoire de la qualité de la distribution de la presse** a été proposée, qui réunirait tous les acteurs du secteur. Les rapporteuses estiment qu'il pourrait également être chargé de veiller au **pluralisme de la presse au sein des territoires** et de publier, chaque année, en lien avec les services de l'État, un **baromètre** du pluralisme de la presse.

Renforcer le soutien à la presse ultra-marine

Dans une situation critique depuis plusieurs années, **les éditeurs ultramarins apparaissent pourtant, en comparaison, moins aidés que les éditeurs hexagonaux**, leurs spécificités les privant du bénéfice de certaines aides. La nouvelle aide de 2 millions d'euros devant y remédier est trop modeste face aux charges spécifiques qui pèsent sur ces entreprises.

Les rapporteuses préconisent par conséquent **d'augmenter le montant de cette aide** et **d'ouvrir aux titres ultramarins le bénéfice d'un plus grand nombre d'aides**.

Par ailleurs, la presse des Outre-mer devrait être sollicitée au même titre que les titres hexagonaux dans le cadre des **grandes campagnes de communication publique**.

S'assurer de l'effectivité des droits voisins reconnus aux éditeurs de la PRL

Si un accord a été récemment conclu par les principaux titres IPG avec Google s'agissant des droits voisins reconnus aux éditeurs et agences de presse, **tous les titres de la presse régionale et locale ne bénéficient pas d'une force de négociation suffisante** pour obtenir le

même type d'accord. Les rapporteuses appellent dès lors le Gouvernement à veiller à ce que tous les éditeurs puissent bénéficier de ces droits nouveaux et à ce que, dans le cadre de l'exécution de ces accords, les données transmises par les plateformes puissent être certifiées par un **tiers indépendant**.

Réexaminer l'arrêt de l'éco-contribution en nature

Faisant une lecture stricte de la directive européenne sur la gestion des déchets, la loi visant à lutter contre le gaspillage et pour l'économie circulaire (Agec) **met fin à la possibilité offerte aux éditeurs de verser leur éco-contribution en nature**, par l'insertion d'encarts publicitaires portant sur le tri et le recyclage du papier, à compter du **1^{er} janvier 2023**.

Face aux conséquences lourdes pour les éditeurs, les rapporteuses souhaitent que le ministère de la culture **réinterroge la Commission européenne sur l'interprétation à donner à la directive**, afin de tirer ce sujet au clair et préparer, le cas échéant, une révision de la loi Agec.

Accroître la transparence dans l'attribution des aides

Les données relatives aux aides à la presse sont **publiées à une fréquence trop irrégulière** : à la date où la mission a rendu ses conclusions, les derniers chiffres dataient de 2017.

Afin de permettre au Parlement d'évaluer plus finement le soutien au secteur, les rapporteuses recommandent que des **données complètes sur les aides directes et indirectes dont a bénéficié chaque titre soient publiées chaque année dans le cadre du débat budgétaire**.

Pour toute information complémentaire :

Commission des affaires culturelles et de l'éducation

Téléphone : 01.40.63.65.95 – culture-social.sec@assemblee-nationale.fr