

15ème législature

Question N° : 28962	De Mme Florence Lasserre (Mouvement Démocrate et apparentés - Pyrénées-Atlantiques)	Question écrite
Ministère interrogé > Culture		Ministère attributaire > Culture
Rubrique > presse et livres	Tête d'analyse > Baisse des recettes publicitaires - presse écrite - épidémie de covid-19	Analyse > Baisse des recettes publicitaires - presse écrite - épidémie de covid-19.
Question publiée au JO le : 28/04/2020 Réponse publiée au JO le : 06/04/2021 page : 2978 Date de changement d'attribution : 07/07/2020		

Texte de la question

Mme Florence Lasserre attire l'attention de M. le ministre de la culture sur la diminution des recettes publicitaires de la presse écrite, constatée depuis le début de la crise sanitaire qui touche le pays. Les entreprises de presse quotidienne, diffusant une information politique et générale au niveau local, subissent actuellement des pertes importantes de leur chiffre d'affaires lié à la vente d'espaces publicitaires : moins 75 % depuis la mi-mars 2020. Cette baisse pourrait encore s'aggraver pour le mois d'avril 2020 et s'élever jusqu'à moins 90 %. Ces diminutions de revenus publicitaires s'expliquent principalement par l'absence de demande d'annonces événementielles. Le secteur de la presse écrite locale est inquiet et demande l'adoption de mesures spécifiques afin de soutenir cette activité essentielle à la vie locale, à la proximité et à la démocratie. Pour relancer les investissements publicitaires, les professionnels concernés proposent la création d'un crédit d'impôt temporaire au profit de ces investissements lorsqu'ils sont réalisés dans les médias d'information. Elle souhaite savoir s'il est envisagé des mécanismes spécifiques, à l'exemple de celui proposé par la profession, pour soutenir ce secteur en difficulté.

Texte de la réponse

La situation financière du secteur de la presse est structurellement fragile. En 10 ans, son chiffre d'affaires ventes (ventes au numéro et abonnements) a baissé de 22 %. Dans le même temps, son chiffre d'affaires publicitaire (publicités et annonces) a baissé de 56 %. La crise sanitaire constitue également un choc conjoncturel négatif pour le secteur, le fragilisant davantage. La presse a connu une chute massive de ses investissements publicitaires en 2020 (une baisse allant jusqu'à 90 % certains mois, une baisse globale à l'année de 18,9 %, de 25,1 % pour la presse magazine, de 14,5 % pour la presse quotidienne nationale et s'agissant plus particulièrement de la presse quotidienne régionale, de 15,8 %). Le premier confinement a eu impact extrêmement fort sur la filière de la presse papier : près de 20 % des points de vente ont dû fermer, fragilisant le circuit de la vente au numéro. Les services de presse en ligne ont certes observé une augmentation du nombre de leurs visiteurs, mais qui ne leur a pas permis de combler les pertes liées à la baisse des recettes papier. Enfin, le transport postal a été perturbé et la faillite de la messagerie de presse historique, Presstalis, n'a fait que fragiliser davantage le secteur. C'est dans ce contexte que le président de la République a présenté, le 27 août 2020, les mesures d'un ambitieux plan de filière pour soutenir la presse. Celui-ci est constitué d'un volet d'urgence lié à la crise et spécifique au secteur – qui s'ajoute aux mesures transversales à l'ensemble de l'économie auxquelles les acteurs de la filière peuvent avoir recours – et d'un volet de mesures de plus long terme, visant à consolider l'avenir de la presse. L'État s'est pleinement mobilisé pour

accompagner et préserver la distribution de la presse au numéro dans un contexte de crise en apportant un soutien financier à hauteur de 187 M€ en 2020 (pour assurer la continuité d'activité de Presstalis et accompagner le lancement de France Messagerie), dont 140 M€ sous forme de subventions du programme 180 et 47 M€ en prêts du Fonds de développement économique et social. Par ailleurs, le ministère de la culture a aidé en urgence les acteurs les plus fragiles de la filière, par la mise en place de trois aides exceptionnelles votées en loi de finances rectificative 3 pour 2020 : l'aide au bénéfice de certains diffuseurs de presse (19 M€), l'aide au bénéfice des éditeurs d'information politique et générale les plus fragilisés par la liquidation de Presstalis (8 M€) et enfin l'aide aux titres ultramarins d'information politique et générale (3 M€). Outre cette série de mesures d'urgence, qui ont donné lieu à des versements fin 2020, le plan de filière comprend par ailleurs des mesures davantage structurelles s'inscrivant sur le plus long terme. Ainsi, en loi de finances pour 2021, a été inscrite la mise en place de deux nouvelles aides pérennes au pluralisme : une aide au pluralisme des services de presse en ligne (4 M€) ; - une aide au pluralisme des titres ultramarins (2 M€). De plus, au titre du plan de relance, 140 M€, sur les années 2021 et 2022, bénéficieront au secteur de la presse : la mise en place d'un fonds de lutte contre la précarité dans le secteur (36 M€ sur deux ans) ; la mise en place d'un fonds pour la transition écologique (16 M€ sur deux ans) ; la mise en place d'un fonds pour la réforme industrielle des imprimeries (31 M€ sur deux ans, en plus de 5 M€ déjà votés en loi de finances rectificative pour 2020 pour amorcer ce fonds) ; le renforcement des crédits du Fonds stratégique pour le développement de la presse (45 M€ sur deux ans, en plus de 5 M€ supplémentaires déjà votés en loi de finances rectificative pour 2020) ; le doublement de l'aide à la modernisation des diffuseurs (12 M€ sur deux ans). C'est également dans le cadre du plan de filière qu'a été annoncée la mise en place d'un crédit d'impôt pour les premiers abonnements à la presse d'information politique et générale. Voté en loi de finances rectificative 3 pour 2020, ce dispositif a été pré-notifié à la Commission européenne. Le prochain retour de la Commission au regard de la conformité du dispositif au droit européen devrait permettre sa rapide mise en œuvre. Ces différentes mesures permettent d'accompagner avec force les mutations du secteur et de réaffirmer l'attachement de l'État à une presse libre, indépendante et pluraliste. Il s'agit d'un enjeu vital pour la démocratie.