



ASSEMBLÉE NATIONALE

10ème législature

Diffusion

Question écrite n° 18021

Texte de la question

M. Eric Raoult attire l'attention de M. le ministre de la communication sur la diffusion des journaux français à l'étranger, notamment durant les mois de congés. En effet, plusieurs centaines de milliers de nos compatriotes se retrouvent à l'étranger sur des lieux de congés où il leur est souvent très difficile de pouvoir acheter des journaux français. Ce problème intervient en Europe et partout à travers le monde depuis plusieurs années sans amélioration, alors même qu'une diffusion organisée et appropriée, en coordination avec les agences de voyages et les diffuseurs de presse, pourrait s'avérer rentable et de nature à répondre à l'attente de nombreux vacanciers. Il lui demande donc s'il compte répondre à cette proposition.

Texte de la réponse

La distribution des journaux français à l'étranger et la mise en œuvre des plans de diffusion par zones géographiques pendant les périodes de vacances, en vue de toucher la clientèle de nos compatriotes séjournant à l'étranger, sont de la compétence exclusive des éditeurs et de leurs organismes coopératifs de distribution. De leurs côtés, les pouvoirs publics soucieux de favoriser la diffusion de la pensée et de la langue françaises auprès des lectorats étrangers apportent un soutien non négligeable aux exportations de la presse française hors de l'Union européenne. Les objectifs poursuivis à cet égard par le fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger sont rappelés dans l'arrêté du 4 février 1991 instaurant ce fonds, à savoir : mieux atteindre le lectorat étranger francophone, en particulier par l'abonnement ; mieux adapter la diffusion de la presse française aux objectifs géographiques de la politique culturelle extérieure par le moyen de conventions annuelles passées avec les NMPP et Unipresse. Par ailleurs, diverses études conduites depuis 1990 ayant fait ressortir que le prix de la presse française à l'étranger reste élevé, l'action de l'État en faveur de l'expansion de la presse française à l'étranger porte prioritairement sur l'abaissement des prix de vente. Mais il est également apparu nécessaire d'améliorer la coordination des différents organismes exportateurs de presse française à l'étranger, ce qui s'est notamment traduit par la mise en œuvre de conventions passées entre l'État, d'une part, et les NMPP ou Unipresse, d'autre part, définissant des priorités d'action. Avec le fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger, doté de près de 37 millions de francs en 1994, la presse dispose d'un instrument de soutien à toutes les publications inscrites sur les registres de la commission paritaire des publications et agences de presse qui justifient d'un marché à l'étranger et d'un plan de promotion sérieux. L'action du fonds est triple : par l'aide apportée directement aux éditeurs, le fonds permet d'abaisser les coûts d'abonnement aux publications spécialisées et constitue un vecteur essentiel de la diffusion de la presse française, notamment scientifique et technique ; par l'appui accordé à Unipresse, organisme collectif d'éditeurs français, le fonds favorise les actions spéciales de promotion de la presse française, les « plans éveil », fondés sur des campagnes de sensibilisation au moyen d'expositions ou par la participation aux foires internationales et sur la réduction du prix de l'abonnement (jusqu'à - 30 p. 100) dans des zones géographiques où l'intérêt pour la presse française est grand mais le pouvoir d'achat local réduit (tel est notamment le cas dans les pays de l'Est ou l'Asie du Sud-Est) ; par l'abaissement des coûts de transport de la presse vendue au numéro par les NMPP, le fonds exerce un levier efficace auprès des éditeurs peu enclins, en période de crise, à se tourner vers les marchés extérieurs, et à développer des opérations coûteuses d'exportation dont la rentabilité immédiate est rarement assurée. L'action du fonds a ainsi permis en 1993 aux NMPP d'aboutir à une baisse significative des prix de

vente locaux : 24 p. 100 en Afrique noire francophone ; 24 p. 100 dans les pays de l'Est ; 30 p. 100 en Amérique latine et 40 p. 100 au Moyen-Orient avec un effort d'implantation particulier au Liban.

Données clés

Auteur : [M. Raoult Éric](#)

Circonscription : - RPR

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 18021

Rubrique : Presse

Ministère interrogé : communication

Ministère attributaire : communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 12 septembre 1994, page 4538

Réponse publiée le : 17 octobre 1994, page 5154