



ASSEMBLÉE NATIONALE

10ème législature

Diffusion

Question écrite n° 5498

Texte de la question

M. Eric Raoult attire l'attention de M. le ministre de la communication sur la diffusion de la presse française à l'étranger. En effet, il apparaît qu'une meilleure coordination de cette diffusion permettrait de participer au développement de la francophonie dans le monde. Il lui demande de bien vouloir lui indiquer sa position sur cette question.

Texte de la réponse

Diverses études, conduites depuis 1990 à l'instigation du ministère de la communication et des NMPP, ont fait ressortir que le prix de la presse française à l'étranger est élevé, qu'elle soit diffusée au numéro ou par abonnement, ce qui a pour conséquence de creuser un écart de prix dissuasif entre l'achat d'un produit local et l'achat d'une publication française. L'action de l'État en faveur de l'expansion de la presse française à l'étranger porte donc prioritairement sur l'abaissement des prix de vente. Mais il est également apparu nécessaire d'améliorer la coordination des différents organismes qui concourent à l'exportation de la 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. Une concertation s'est également amorcée entre les éditeurs, les importateurs et Unipresse afin que la vente par abonnement privilégie la presse non distribuée en kiosque, que des plates-formes de reexpéditions rapides soient utilisées au maximum (par exemple par le biais de la société « Direct ») et que les points d'approvisionnement des abonnés existant auprès de grands importateurs (Periodica, Express Magazine, IMPI, etc.) se multiplient dans le plus grand nombre possible de pays. Avec le fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger, 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 et 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 - 3 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 le marché extérieur et à développer des opérations coûteuses d'exportation dont la rentabilité immédiate est rarement assurée. L'action du fonds a ainsi permis en 1992 aux NMPP d'aboutir à une baisse significative des prix de vente locaux : - 33 p. 100 au Maroc ; - 19 p. 100 en Afrique noire francophone ; - 25 p. 100 dans les pays de l'Est ; - 20 p. 100 en Amérique latine. Un effort d'implantation particulier a été consenti en Afrique noire non francophone où le prix de vente a été diminué de 46 p. 100 et au Liban (- 48 p. 100 sur les quotidiens, - 61 p. 100 sur les périodiques). De nombreuses instances collaborent étroitement aux actions de rayonnement culturel

mises en place par le fonds, aussi bien en France que dans les pays importateurs, pour obtenir la meilleure coordination possible des méthodes de promotion et de diffusion. En France, le ministère des affaires étrangères indique, chaque année, la liste des pays prioritaires dans lesquels les efforts doivent être particulièrement soutenus. Les ministères techniques contribuent aux actions promotionnelles engagées par les revues spécialisées pour étendre leur marche à l'étranger par des souscriptions d'abonnement en faveur d'organismes directement concernés. Le CNRS et le CNL accordent aux revues scientifiques et littéraires des interventions notamment pour la traduction d'articles et la fabrication d'encarts en langue étrangère. À l'étranger, les ambassades, les alliances françaises et les instituts français apportent leur soutien à l'organisation d'expositions (en particulier celles d'Unipresse), de voyages d'étude (à l'initiative des NMPP) et à la tenue de fichiers de personnalités susceptibles d'être intéressées par des abonnements aux titres exportés. Les NMPP, Unipresse et les éditeurs sont informés des directions et soutiens qui doivent faciliter la mise en place de leurs plans annuels de promotion et de diffusion. Leurs bilans et leurs perspectives jointes à leurs demandes d'aide permettent d'orienter les efforts pour l'exercice suivant. La réflexion entamée en 1990 sur l'amélioration des modalités de diffusion de la presse française à l'étranger a permis de préciser les objectifs d'une amélioration des mécanismes d'aide repris dans l'arrêté en date du 4 février 1991 : 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. Les conventions mentionnent les grands choix de répartition des aides. Elles engagent les deux bénéficiaires les plus importants du fonds à concevoir des indicateurs d'activité au cours de chaque exercice et à procéder avec les distributeurs locaux à la collecte de toute information sur le lectorat de la presse française. Dans les limites du crédit budgétaire alloué, les efforts d'expansion, après études de marché et prospectives, sont géographiquement ciblés selon les cas, temporaires ou renouvelés.

Données clés

Auteur : [M. Raoult Éric](#)

Circonscription : - RPR

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 5498

Rubrique : Presse

Ministère interrogé : communication

Ministère attributaire : communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 13 septembre 1993, page 2873

Réponse publiée le : 14 février 1994, page 761