



ASSEMBLÉE NATIONALE

10ème législature

Presse regionale

Question écrite n° 9252

Texte de la question

M. Pierre Pascallon appelle l'attention de M. le ministre de la communication sur la situation de la presse hebdomadaire regionale. L'importance de cette forme de presse n'est pas a rappeler, tant en ce qui concerne l'actualite nationale que les informations regionales ; elle offre a ses lecteurs un rythme de lecture moins contraignant que le quotidien, pour un prix modere. Elle maintient donc les lecteurs en contact avec l'ecrit et avec la vie democratique. Implantee dans les villes moyennes et dans les zones rurales, elle est un relais de la politique d'aménagement du territoire. Pourtant elle subit actuellement la crise d'une maniere accrue par rapport aux autres formes de presse, car les recettes publicitaires constituent 60 p. 100 environ du chiffre d'affaires, et leur chute depuis 2 ans a gravement affecte son budget. La prolongation de la crise met en peril un grand nombre de titres, bien que beaucoup d'entre eux aient fait de gros efforts de formation, de modernisation technique et d'investissement en general. Il lui demande, dans le but d'offrir de bonnes conditions a un maintien, voire a un developpement de ces entreprises, s'il est possible d'envisager l'extension du fonds d'aides aux quotidiens a cette presse hebdomadaire, ce qui représenterait environ 5 a 10 p. 100 du budget total de ce fonds (une vingtaine de titres paraissent concernes). D'autre part, cette forme de presse est exclue des investissements publicitaires engages par les ministeres et les administrations dans le cadre des campagnes d'interet national, du fait de l'attitude des agences publicitaires parisiennes ; il lui demande donc si des instructions precises pourraient etre donnees afin qu'elle ne soit plus neglige.

Texte de la réponse

La presse hebdomadaire regionale contribue souvent de facon determinante a l'exercice du pluralisme d'expression dans les regions, et constitue un moyen precieux d'information economique, culturel et social. Comme l'ensemble de la presse, elle n'a pas ete epargnee par la crise qui frappe ses ressources publicitaires, lesquelles ont recule de 10 p. 100 entre 1990 et 1992. Loin d'etre l'objet de « mesures discriminatoires » comme l'affirme l'honorable parlementaire, cette forme de presse fait l'objet d'une attention vigilante et soutenue de la part des pouvoirs publics. Ainsi, le decret du 26 mars 1993, en modifiant les articles R. 15 et suivants du code des PTT, a etendu aux hebdomadaires regionaux d'information politique et generale la reduction de 50 p. 100 du montant hors taxes des charges resultant des communications telephoniques interurbaines demandees par les correspondants de presse pour transmettre des informations de nature redactionnelle, jusqu'ici reservee aux seuls quotidiens. Il n'est certes pas apparu possible d'etendre a la presse hebdomadaire regionale le benefice du fonds ordinaire d'aide aux quotidiens a faibles ressources de petites annonces. En effet, une telle mesure, qui supposait une modification du decret du 28 juillet 1989 fixant les modalites d'attribution de cette aide, n'aurait permis d'accorder a chaque hebdomadaire qu'une subvention purement symbolique et sans reelle portee economique, dans la mesure ou il s'agit d'un fonds de repartition de 5,38 MF, auquel ont deja droit un nombre accru de quotidiens en 1994. Par ailleurs, parallelement au dispositif de l'article 39 bis du code general des impots, maintenu jusqu'en 1997, il a ete decide d'ouvrir au secteur de la presse le fonds de garantie des investissements de l'industrie, ainsi que le fonds de garantie pour la transmission des entreprises, geres par la Sofaris. Tout dernièrement, dans le cadre du dispositif exceptionnel d'aide de la presse, il a ete decide de creer

un fonds de garantie finance sur les credits publics, specifiquement dedie a la presse d'information politique et generale et destine a conforter les capitaux permanents des petites et moyennes entreprises, au nombre desquelles figurent en bonne place les entreprises editrices de presse hebdomadaire regionale. Avec une dotation initiale de 50 millions de francs, ce dernier fonds, gere conformement a une convention passee avec l'Etat par la Sofaris, devrait permettre au reseau bancaire de drainer vers la presse 500 millions de francs de concours financiers, garantis pour la moitie de l'encours. De plus, conscient des difficultes conjoncturelles particulieres de la presse d'information politique et generale, le Gouvernement a, comme vous le savez, mis en place un fonds d'aide automatique de 90 MF, reparti au prorata du chiffre d'affaires des publications. C'est ainsi que 3,72 millions de francs ont ete attribues aux soixante-sept hebdomadaires regionaux totalisant un chiffre d'affaires des ventes de 511 MF hors taxes, qui en avaient fait la demande, et qui remplissaient l'ensemble des conditions prevues par le decret du 6 aout 1993. De plus, d'une facon beaucoup plus marquee que par le passe, la presse hebdomadaire regionale est desormais associee aux campagnes publicitaires gouvernementales, dont les investissements sont passes de 0,2 million de francs pour l'annee 1992 a 0,4 million pour le seul premier semestre 1993. Enfin, le ministere de la communication, soucieux de contribuer a une meilleure connaissance et appreciation de ce secteur de presse, finance actuellement une etude, confiee a la SOFRES, et qui porte sur l'univers et le lectorat de la presse hebdomadaire regionale. Les conclusions de cette vaste enquete, a laquelle le syndicat de la presse hebdomadaire regionale a ete etroitement associe, seront tres prochainement connues. Elles doivent permettre de positionner le PHR en tant que media national par comparaison de son audience avec celle d'autres medias, d'enrichir la reflexion quant aux strategies susceptibles d'etre mises en oeuvre par cette categorie de presse, afin de mieux repondre aux attentes de ses lecteurs, mais egalement de donner aux annonceurs et aux agences de publicite une image precise de l'audience et de l'impact des hebdomadaires regionaux en tant que vecteurs de publicite.

Données clés

Auteur : [M. Pascallon Pierre](#)

Circonscription : - RPR

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 9252

Rubrique : Presse

Ministère interrogé : communication

Ministère attributaire : communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 20 décembre 1993, page 4553

Réponse publiée le : 14 février 1994, page 765