



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

presse

Question écrite n° 98552

Texte de la question

M. Jean-François Mancel attire l'attention de M. le ministre de la culture et de la communication sur la situation des diffuseurs de presse. En 2008, les états généraux de la presse écrite avaient été l'occasion pour l'État d'affirmer son soutien aux diffuseurs de presse qui souffrent aujourd'hui de la baisse générale des ventes de la presse écrite. Par un décret du 8 juillet 2009, une aide financière exceptionnelle à hauteur de 4 000 € par bénéficiaire avait été octroyée pour l'année 2010 dans l'attente de la réforme de la vente au numéro, proposée lors des états généraux. Cette aide s'est avérée d'une grande utilité à la profession mais, au lieu de consolider le réseau des diffuseurs de presse, elle s'est retrouvée noyée dans le contexte de la crise si bien que la profession se retrouve aujourd'hui dans la même situation qu'avant 2010. Aussi, il lui demande si un renouvellement de cette aide financière est envisageable ou si la profession peut compter sur une autre forme de soutien de la part de l'État afin de retrouver durablement une stabilité.

Texte de la réponse

Le 23 janvier 2009, à la suite de la remise du livre vert des États généraux de la presse écrite, le Président de la République a annoncé le versement d'une aide exceptionnelle aux diffuseurs de presse spécialistes et indépendants, dans l'attente d'une meilleure répartition de la valeur dans la chaîne de distribution. L'objectif était d'augmenter la rémunération du réseau des diffuseurs spécialistes pour la hisser au niveau des rémunérations connues par les réseaux de vente de la presse en Europe, soit au-delà de 20 %. Le décret n° 2009-856 du 8 juillet 2009 a ainsi institué une « aide exceptionnelle » aux diffuseurs de presse. Elle a donné lieu à un versement unique de 4 000 euros, montant correspondant, en moyenne, à une exonération de 30 % des cotisations sociales personnelles des diffuseurs de presse. Sur les 13 057 demandes d'aide reçues, 12 342 ont été acceptées, pour un montant attribué de 49 368 000 euros. Toutefois, malgré les accords de revalorisation salariale signés entre diffuseurs et éditeurs, la « meilleure répartition de la valeur ajoutée dans la chaîne de distribution » ne s'est pas encore réalisée. Le principe, initié en 1994 avec le premier plan de qualification des diffuseurs, d'une rémunération complémentaire incitative à l'égard des diffuseurs de presse spécialisés, a été prévu dans le cadre du plan stratégique « Défi 2010 » de Presstalis ainsi que dans le « second plan de revalorisation de la rémunération des diffuseurs de presse », signé en juin 2007 et complété en 2008 et 2010. Pourtant, le montant des chèques semestriels individuels est en baisse : un qualifié du deuxième plan a ainsi perçu au titre du premier semestre 2009 un total de compléments de rémunération de 1 890 euros en moyenne contre 2 043 euros un an plus tôt, soit une baisse du chèque moyen de 7,5 %. Par ailleurs, le marché de la presse a connu une forte érosion en 2009, avec un chiffre d'affaires en diminution de 7,7 % par rapport à 2008. En 2009, les exemplaires fournis au réseau ont baissé de 5,5 %. Au total, le volume d'activité sur l'ensemble des produits messageries était en baisse en 2009 de 5,6 %, après une année 2008 à - 3,2 %. Le chiffre d'affaires fin 2010 devrait terminer en baisse de 5,5 % à 6,5 %, étant déjà en recul de 6,3 % fin septembre 2010. En outre, le réseau des points de vente se caractérise à nouveau par un solde négatif, conjugué à une tendance à l'appauvrissement de l'offre : en 2009, il y a eu 1 676 créations de points de vente pour 1 406 fermetures, mais en 2010 le solde du réseau en nombre est à nouveau négatif, avec 455 points de vente en moins par rapport à

2009. de surcroît, les créations se sont surtout concentrées sur les points de vente complémentaires (PVC) à offre réduite (50, 100 ou 300 titres) : en 2010 les PVC représentent 20 % des créations et cette catégorie atteint désormais 12 % du réseau total. Alors qu'un point de vente spécialisé réalise un chiffre d'affaires annuel moyen de 150 000 euros, le chiffre d'affaires « presse » d'un PVC s'établit à 15 000 euros. L'évolution du réseau en faveur des PVC conduit donc à un appauvrissement pour toute la filière. Soucieux de la préservation et du développement du réseau des points de vente et conscient des difficultés économiques de la profession, le ministre de la culture et de la communication a annoncé lors de ses vœux à la presse le 25 janvier dernier la mise en oeuvre en 2011 d'un « plan de soutien conséquent aux diffuseurs de presse ». Il a pu en préciser le contenu auprès de la profession, à l'occasion du congrès annuel de l'Union nationale des diffuseurs de presse le 16 février 2011, en posant en particulier le principe de la reconduction d'une aide exceptionnelle aux diffuseurs de presse spécialisés, au nombre estimé de 8 000 spécialistes, autour d'une somme totale d'environ 12 ME, soit une enveloppe individuelle qui devrait « avoisiner 1 500 euros, en fonction du degré de spécialisation du bénéficiaire ». En outre, un ensemble de mesures visant à favoriser la densification du réseau des points de vente a été annoncé, parmi lesquelles la mise en place d'un « plan kiosques » en vue « d'installer 300 nouveaux kiosques sur l'ensemble du territoire national d'ici trois ans, soit une progression de près de 40 % par rapport au réseau existant aujourd'hui ». Ce plan a fait l'objet d'une convention signée entre l'Association des maires de France, le ministère de la culture et de la communication et le Conseil supérieur des messageries de presse.

Données clés

Auteur : [M. Jean-François Mancel](#)

Circonscription : Oise (2^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 98552

Rubrique : Presse et livres

Ministère interrogé : Culture et communication

Ministère attributaire : Culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 25 janvier 2011, page 615

Réponse publiée le : 26 avril 2011, page 4248