



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

presse

Question écrite n° 4791

Texte de la question

M. Philippe Meunier alerte Mme la ministre de l'artisanat, du commerce et du tourisme sur la disparition de nombreux diffuseurs de presse sur le territoire national. Ces « marchands de journaux » sont implantés dans les villes et les quartiers et constituent l'un des premiers réseaux de commerce de proximité en France et participent au lien social. Aussi, il lui demande quelles mesures elle entend prendre afin de remédier à la disparition des diffuseurs de presse qui pose un problème d'aménagement du territoire.

Texte de la réponse

Alors que les diffuseurs de presse occupent une place essentielle dans le système de distribution de la presse écrite en France, leur situation économique ne cesse de se dégrader. Soucieux de la préservation et du développement du réseau des points de vente et conscient des difficultés économiques de la profession, le ministère de la culture et de la communication soutient les initiatives engagées par les professionnels pour consolider, moderniser et développer le réseau de vente de la presse au numéro. Le niveau 3 de la distribution de la presse vendue au numéro connaît depuis plusieurs années une évolution préoccupante marquée en particulier par deux grandes tendances. La densité du réseau est tout d'abord en diminution, avec un retrait significatif des projets de créations de points de vente présentés par les diffuseurs de presse (923 créations en 2011 contre 1 412 en 2010 et 1 676 en 2009) et une baisse du nombre global de points de vente réellement actifs (28 579 en 2011 contre 29 291 en 2010 et 29 746 en 2010), du fait d'une augmentation des fermetures de points de ventes. Le réseau est ensuite de moins en moins qualifié, avec une part croissante de points de ventes de capillarité (PVC) et la baisse de la part des points de ventes traditionnels. Cette reconfiguration du réseau au détriment des diffuseurs spécialistes conduit à une réduction du chiffre d'affaires moyen de la filière : alors qu'un point de vente spécialisé réalise un chiffre d'affaires annuel moyen de 150 000 €, le chiffre d'affaires « presse » d'un PVC s'établit à seulement 15 000 € (données Union nationale des diffuseurs de presse, UNDP). L'activité des diffuseurs s'inscrit par ailleurs dans un marché en forte érosion : en 2011, le marché de la presse en vente au numéro s'est contracté de 5,1 % (données MLP). Au total, de 2009 à 2011, les ventes ont connu une baisse de l'ordre de -6 % à -7 %. Selon le Conseil supérieur des messageries de presse (CSMP), il y a consensus dans la filière pour considérer que cette tendance devrait se poursuivre à -7 % sur les 5 prochaines années, soit une baisse de -25 % entre 2011 et 2015. En outre, les diffuseurs de presse sont également confrontés à d'autres difficultés comme un niveau de rémunération encore inférieur à celui de leurs homologues européens, des difficultés de création de points de vente, des conditions de travail difficiles et une concurrence accrue avec les rayons presse des grandes enseignes de la distribution pour les diffuseurs exerçant à proximité de ces enseignes. Plusieurs réformes ou dispositifs s'attachent à résoudre certaines de ces difficultés, avec des mesures relevant de la filière de la distribution (par exemple la généralisation de l'assortiment et du plafonnement, limitant les volumes des titres à gérer) et d'autres issues des pouvoirs publics. L'action de l'État menée sur le niveau 3 se concrétise en particulier par un soutien économique au réseau, avec les aides aux diffuseurs : aide à la modernisation des diffuseurs et aides exceptionnelles aux diffuseurs spécialistes et indépendants. Cette action vise également à favoriser le développement des kiosques à journaux, avec

l'allègement de la charge de la taxe sur la publicité extérieure pesant sur l'opérateur des kiosque à journaux, l'aide à Mediakiosk au titre de l'ancien fonds d'aide à la modernisation de la presse quotidienne et assimilée d'information politique et générale, ou encore la simplification et l'optimisation des conditions d'implantation des kiosques à journaux. Sur ce dernier point, une circulaire précisant les modalités juridiques d'implantation des kiosques à journaux sur le domaine public est ainsi en cours de finalisation. Le contexte actuel dans lequel s'inscrit le niveau 3 est celui d'une réorganisation de l'ensemble de la filière de la distribution de la presse, en particulier au niveau 1 avec la restructuration de Presstalis et au niveau 2 avec le Schéma directeur des dépositaires centraux de presse 2012 2015 adoptée par le CSMP le 26 juillet 2012. Dans ce contexte, et face à l'aggravation de la situation économique et sociale des diffuseurs, la ministre de la culture et de la communication souhaite qu'une attention particulière soit portée au niveau 3. La ministre l'a notamment rappelé le 11 juillet 2012 devant la Commission des affaires culturelles de l'Assemblée nationale : « J'attache une importance extrême au maintien des 28 000 points de vente de la presse en France, qui assurent un rôle social essentiel, trop souvent passé sous silence. » Notamment, dans cette optique de pérennisation du niveau 3 et dans le souci de permettre au réseau des diffuseurs d'adopter les modernisations et adaptations permettant d'optimiser la vente de la presse, le ministère de la culture et de la communication mène actuellement un travail d'évaluation de l'aide à la modernisation des diffuseurs. Par cette aide, l'État contribue chaque année depuis 2005 au financement des dépenses d'investissement des points de vente, en subventionnant à hauteur de 40 % les achats d'équipement en mobilier ou en informatisation des diffuseurs éligibles. L'objectif de l'évaluation en cours est de mesurer les effets de cette aide à l'investissement sur le niveau 3 et d'en tirer les enseignements utiles à d'éventuels ajustements du dispositif existant.

Données clés

Auteur : [M. Philippe Meunier](#)

Circonscription : Rhône (13^e circonscription) - Les Républicains

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 4791

Rubrique : Presse et livres

Ministère interrogé : Artisanat, commerce et tourisme

Ministère attributaire : Artisanat, commerce et tourisme

Date(s) clé(e)s

Question publiée au JO le : [18 septembre 2012](#), page 5064

Réponse publiée au JO le : [29 janvier 2013](#), page 1047