



ASSEMBLÉE NATIONALE

15ème législature

Soutien de la presse écrite locale

Question écrite n° 39458

Texte de la question

Mme Alexandra Valetta Ardisson attire l'attention de Mme la ministre de la culture sur l'inquiétude du secteur de la presse écrite locale liée à la forte diminution des recettes publicitaires générée par la crise sanitaire. Malgré le contexte sanitaire actuel, la presse régionale continue à exercer sa mission d'information locale et nationale. Elle joue un rôle de lien social qui s'est montré encore plus important et apprécié pendant les différentes périodes de confinement que l'on vit. Depuis le début de la crise, les entreprises de presse locale sont confrontées à d'importantes difficultés financières causées par la baisse brutale et massive des recettes publicitaires. Cette situation risque de mettre à moyen terme en danger le secteur de la presse d'information qui nécessite des mesures de soutien sectorielles spécifiques. De plus, afin d'assurer la survie de leurs journaux, les professionnels proposent qu'un crédit d'impôt temporaire soit créé au profit des investissements réalisés dans les médias d'information. Elle souhaite donc savoir si, à l'occasion d'un prochain projet de loi de finances rectificative, le Gouvernement envisage de mettre en place des mesures spécifiques pour relancer les investissements publicitaires pour venir en aide au secteur de la presse d'information.

Texte de la réponse

La situation financière du secteur de la presse est structurellement fragile. En 10 ans, son chiffre d'affaires ventes (ventes au numéro et abonnements) a baissé de 22 %. Dans le même temps, son chiffre d'affaires publicitaire (publicités et annonces) a baissé de 56 %. La crise sanitaire constitue également un choc conjoncturel négatif pour le secteur, le fragilisant davantage. La presse a connu une chute massive de ses investissements publicitaires en 2020 (une baisse allant jusqu'à 90 % certains mois, une baisse globale à l'année de 18,9 %, de 25,1 % pour la presse magazine, de 14,5 % pour la presse quotidienne nationale et s'agissant plus particulièrement de la presse quotidienne régionale, de 15,8 %). Le premier confinement a eu un impact extrêmement fort sur la filière de la presse papier : près de 20 % des points de vente ont dû fermer, fragilisant le circuit de la vente au numéro. Les services de presse en ligne ont certes observé une augmentation du nombre de leurs visiteurs, mais qui ne leur a pas permis de combler les pertes liées à la baisse des recettes papier. Enfin, le transport postal a été perturbé et la faillite de la messagerie de presse historique, Presstalis, n'a fait que fragiliser davantage le secteur. C'est dans ce contexte que le Président de la République a présenté, le 27 août 2020, les mesures d'un ambitieux plan de filière pour soutenir la presse. Celui-ci est constitué d'un volet d'urgence lié à la crise et spécifique au secteur, qui s'ajoute aux mesures transversales bénéficiant à l'ensemble de l'économie, auxquelles les acteurs de la filière peuvent avoir recours, et d'un volet de mesures de plus long terme, visant à consolider l'avenir de la presse. L'État s'est pleinement mobilisé pour accompagner et préserver la distribution de la presse au numéro dans un contexte de crise en apportant un soutien financier à hauteur de 187 M€ en 2020 (pour assurer la continuité d'activité de Presstalis et accompagner le lancement de France Messagerie), dont 140 M€ sous forme de subventions du programme 180 et 47 M€ en prêts du fonds de développement économique et social. Par ailleurs, le ministère de la culture a aidé en urgence les acteurs les plus fragiles de la filière, par la mise en place de trois aides exceptionnelles votées en loi de finances rectificative du 30 juillet 2020 : l'aide au bénéfice de certains diffuseurs de presse (19 M€) ; l'aide au bénéfice

des éditeurs d'information politique et générale les plus fragilisés par la liquidation de Presstalis (8 M€) et enfin l'aide aux titres ultramarins d'information politique et générale (3 M€). Outre cette série de mesures d'urgence, qui ont donné lieu à des versements fin 2020, le plan de filière comprend par ailleurs des mesures davantage structurelles s'inscrivant sur le plus long terme. Ainsi, en loi de finances initiale pour 2021 a été inscrite la mise en place de deux nouvelles aides pérennes au pluralisme : une aide au pluralisme des services de presse en ligne (4 M€) ; une aide au pluralisme des titres ultramarins (2 M€). De plus, au titre du plan de relance, les mesures suivantes bénéficieront au secteur de la presse et représentent une enveloppe de 140 M€ sur deux ans (2021 et 2022) : création d'un fonds de lutte contre la précarité dans le secteur (36 M€ sur deux ans) ; mise en place d'un fonds pour la transition écologique (16 M€ sur deux ans) ; instauration d'un fonds pour la réforme industrielle des imprimeries (31 M€ sur deux ans, en plus de 5 M€ déjà votés en loi de finances rectificative (LFR) pour 2020 pour amorcer ce fonds) ; renforcement des crédits du fonds stratégique pour le développement de la presse (45 M€ sur deux ans, en plus de 5 M€ supplémentaires déjà votés en LFR 2020) ; doublement de l'aide à la modernisation des diffuseurs (12 M€ sur deux ans). C'est également dans le cadre du plan de filière qu'a été annoncée la mise en place d'un crédit d'impôt pour les premiers abonnements à la presse d'information politique et générale. Voté en LFR pour 2020 du 30 juillet 2020, ce dispositif a été tout d'abord pré-notifié puis notifié à la Commission européenne, laquelle a confirmé le 15 avril dernier que le dispositif était conforme au droit européen. L'instruction fiscale explicitant le dispositif est parue sur le site de la documentation fiscale en ligne du ministère de l'économie, des finances et de la relance. Ces différentes mesures permettent d'accompagner avec force les mutations du secteur et de réaffirmer l'attachement de l'État à une presse libre, indépendante et pluraliste. Il s'agit d'un enjeu vital pour la démocratie. En revanche, le Gouvernement n'a pas retenu la proposition de mettre en place un crédit d'impôt temporaire pour les achats d'espaces réalisés dans les médias d'information, compte tenu de la disproportion entre le coût d'une telle mesure et son impact potentiel sur la relance des investissements publicitaires.

Données clés

Auteur : [Mme Alexandra Valetta Ardisson](#)

Circonscription : Alpes-Maritimes (4^e circonscription) - La République en Marche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 39458

Rubrique : Presse et livres

Ministère interrogé : [Culture](#)

Ministère attributaire : [Culture](#)

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [8 juin 2021](#), page 4637

Réponse publiée au JO le : [7 septembre 2021](#), page 6682