

N° 90

SÉNAT

SESSION ORDINAIRE DE 1999-2000

Annexe au procès-verbal de la séance du 25 novembre 1999.

AVIS

PRÉSENTÉ

au nom de la commission des Affaires culturelles (1) sur le projet de loi de finances pour 2000, ADOPTÉ PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE,

TOME XI

PRESSE ÉCRITE

Par M. Louis de BROISSIA,
Sénateur.

(1) Cette commission est composée de : MM. Adrien Gouteyron, *président* ; Jean Bernadaux, James Bordas, Jean-Louis Carrère, Jean-Paul Hugot, Pierre Laffitte, Ivan Renar, *vice-présidents* ; Alain Dufaut, Ambroise Dupont, André Maman, Mme Danièle Pourtaud, *secrétaires* ; MM. François Abadie, Jean Arthuis, Jean Bernard, André Bohl, Louis de Broissia, Jean-Claude Carle, Michel Charzat, Gérard Collomb, Xavier Darcos, Fernand Demilly, André Diligent, Jacques Donnay, Michel Dreyfus-Schmidt, Jean-Léonce Dupont, Daniel Eckenspieller, Jean-Pierre Fourcade, Bernard Fournier, Jean-Noël Guérini, Marcel Henry, Roger Hesling, Pierre Jeambrun, Serge Lagauche, Robert Laufoaulu, Jacques Legendre, Serge Lepeltier, Louis Le Pensec, Mme Hélène Luc, MM. Pierre Martin, Jean-Luc Miraux, Philippe Nachbar, Jean-François Picheral, Guy Poirieux, Jack Ralite, Victor Reux, Philippe Richert, Michel Rufin, Claude Saunier, René-Pierre Signé, Jacques Valade, Albert Vecten, Marcel Vidal.

Voir les numéros :

Assemblée nationale (11^{ème} législ.) : **1805, 1861 à 1866** et T.A. **370**.

Sénat : **88** et **89** (annexe n° **10**) (1999-2000).

Lois de finances.

SOMMAIRE

Pages

INTRODUCTION	3
I. LA SITUATION DE LA PRESSE ÉCRITE ET L'AIDE DE L'ÉTAT	4
A. UNE ÉCONOMIE TOUJOURS FRAGILE	4
B. L'ADAPTATION PROGRESSIVE DES AIDES	5
II. LES CRÉDITS DE 2000	7
A. LES AIDES DIRECTES	7
1. <i>Evolution globale</i>	8
2. <i>Les différentes aides</i>	8
a) L'aide aux quotidiens nationaux à faibles ressources publicitaires.....	8
b) L'aide aux quotidiens régionaux, départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces	10
c) L'aide au portage des quotidiens.....	11
d) Le fonds d'aide à la diffusion de la presse hebdomadaire régional et locale.....	12
e) Le fonds de remboursement des charges de fac-similé.....	12
f) Les crédits de remboursement à la SNCF des réductions de tarifs accordées à la presse ...	13
g) Le fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger	14
h) Le soutien au plan social de la presse parisienne	14
i) Le remboursement des cotisations sociales de portage de la presse nationale	14
j) Le fonds d'aide aux investissements multimédia.....	14
k) Le fonds de modernisation de la presse	15
B. LES AIDES INDIRECTES.....	16
III. L'AVENIR DE L'AFP	18
A. LE CONSTAT.....	18
1. <i>Un manque chronique de moyens financiers</i>	18
2. <i>Un moment crucial</i>	19
3. <i>Des atouts et des faiblesses</i>	20
B. LE PROJET	21
1. <i>Les axes stratégiques</i>	21
2. <i>Le nouvel équilibre juridique et financier</i>	22
C. LE DÉBAT	23
EXAMEN EN COMMISSION	26
CONCLUSION	27

INTRODUCTION

Mesdames, Messieurs,

Le projet de budget de la presse pour 2000 augmente de 3,2 %. C'est un motif de satisfaction.

Votre commission des affaires culturelles se doit aussi d'approuver la poursuite de la réorientation des aides en faveur de la presse d'information générale et politique. Ceci correspond aux vœux qu'elle avait exprimés les années passées.

Le projet de budget consacre par ailleurs le lancement du fonds de modernisation de la presse, qui facilitera l'adaptation de la presse quotidienne et assimilée à la conjoncture difficile qu'elle subit depuis plusieurs années. C'est un motif d'espoir.

Il reste bien entendu beaucoup à faire pour aider la presse à sortir du marasme dans lequel de nombreux titres sont plongés ou sont en voie de plonger en dépit du dynamisme des rédactions et des équipes de direction. C'est que la solution du problème peut-être le plus crucial, la raréfaction et le vieillissement du lectorat, dépasse sans doute la presse. Il conviendrait de réfléchir dans le cadre le plus large possible aux initiatives à prendre pour susciter dans la jeunesse le goût un peu perdu de la lecture. L'Éducation nationale a sans doute un rôle essentiel à jouer à cet égard.

Votre commission souhaite aussi qu'une impulsion soit donnée à l'idée de pluriannualité des aides : pour ajuster ses stratégies de développement, la presse a besoin de savoir ce qu'elle peut attendre de l'Etat en moyenne période.

Ce sont les deux pistes sur lesquelles votre commission des affaires culturelles souhaite que soit lancée la réflexion pour l'avenir, au delà du constat de satisfaction globalement tiré de l'examen du projet de budget 2000.

I. LA SITUATION DE LA PRESSE ÉCRITE ET L'AIDE DE L'ÉTAT

A. UNE ÉCONOMIE TOUJOURS FRAGILE

Le chiffre d'affaires de la presse a progressé de 2,6 % en 1998, selon l'enquête rapide du Service juridique et technique de l'information et de la communication publiée chaque année. Mais cette évolution est surtout due à l'augmentation des recettes de publicité commerciale et à la forte progression des recettes d'abonnement.

Les recettes de publicité ont en effet augmenté de 5,7 % et celles des petites annonces de 17,8 % grâce à l'amélioration de la conjoncture et à la reprise du marché du travail et de celui de l'immobilier.

Cette reprise a particulièrement bénéficié à la presse nationale, l'information générale et politique (+ 11,9 %), à la presse locale d'information générale et politique (+7,3 %) et à la presse spécialisée technique et professionnelle (7,4 %). Les recettes publicitaires de la presse spécialisée grand public n'ont augmenté que de 1,9 %, et celles de la presse gratuite que de 1,4 %.

En revanche, l'année 1998 a enregistré une quasi stagnation des recettes de vente : + 0,5 %. Dans la mesure où la hausse de prix est estimée pendant cette période à + 0,3 %, les recettes de vente n'ont augmenté en volume que de 0,2 %. Ici se mesure la fragilité des résultats de 1998.

Les recettes de la vente au numéro ont diminué de 0,8 %. Celles de la vente par abonnement ont augmenté de 3 %, cette augmentation étant inégalement répartie sur l'ensemble des catégories de presse. Le total des ventes s'est accru de façon particulièrement sensible pour la presse locale d'information générale et politique (+ 2,4 %) et pour la presse spécialisée, technique et professionnelle (+ 2,7 %). Inversement, les ventes de la presse nationale d'information générale et politique ont diminué de 1,3 %, et celles de la presse spécialisée grand public ont diminué de 0,5 %.

En conséquence, la part des ventes dans le chiffre d'affaires de la presse a diminué en 1998 d'un peu plus de 2 points par rapport à 1997.

Quant au tirage total annuel de l'ensemble de la presse, il a augmenté de 0,2 %. Celui de la presse nationale d'information générale et politique a diminué de 3,9 %, avec une baisse du tirage des quotidiens de 2,8 % et une baisse des magazines d'information de 7,4 %. En revanche, la presse locale d'information générale et politique a vu son tirage augmenter de 0,7 %, celui de la presse spécialisée grand public augmentant de 0,6 % et celui de la presse gratuite de 0,3 %.

La presse spécialisée technique et professionnelle a quant à elle bénéficié d'une progression de son tirage qui s'est élevé à 6,4 %.

B. L'ADAPTATION PROGRESSIVE DES AIDES

Il serait intéressant d'interpréter les chiffres bruts qui précèdent en fonction du régime des aides publiques, mais il n'existe, semble-t-il, aucun bilan de l'influence des aides de l'Etat sur l'économie globale de la presse ou sur la situation des diverses catégories de presse, aucune estimation de ce que serait la presse écrite aujourd'hui si le système si complexe et divers que nous connaissons n'existait pas. On peut le regretter.

En revanche, l'Etat ne ménage pas sa réflexion sur l'évolution et la rationalisation des aides. Au demeurant, entre le plan Sarkozy de 1995, élaboré à partir des observations de groupes de travail constituées sur les aspects cruciaux de l'économie de la presse, jusqu'à l'annonce par Mme Catherine Trautmann, en octobre 1997, de l'élaboration d'un plan de soutien à la modernisation des quotidiens et des hebdomadaires régionaux, la réflexion a progressivement débouché sur une profonde modification du système.

Le plan de 1995 apparaît en effet rétrospectivement comme le point de départ d'une redistribution des cartes qui a été poursuivie au rythme de la réforme tranquille des instruments existants et de la création régulière de nouveaux mécanismes d'aide.

S'agissant des **aides indirectes**, les accords Galmot de 1996 et 1997 entre l'Etat, la presse et la poste ont apporté des modifications très significatives à la fois en matière de tarifs postaux et de réglementation du transport des publications par la Poste. L'expérience d'environ deux ans de mise en pratique de ces relations nouvelles apparaît très largement positive.

S'agissant des **aides directes**, la politique conduite depuis quelques années met l'accent sur l'aide à la modernisation des entreprises de presse, à leur développement par la réduction de certains de leurs coûts, ainsi que sur la nécessité d'aider particulièrement la presse quotidienne et assimilée.

Les 11 fonds d'aide directe existants ont été soit créés depuis moins de 5 ans, c'est le cas pour 6 d'entre eux, soit, dans le même délai, fortement modifiés dans leurs conditions de fonctionnement.

L'aide à la modernisation des entreprises de presse s'est traduite notamment par la création du fonds d'aide au portage et de celui qui permet le remboursement des cotisations sociales de portage pour les quotidiens nationaux. Le fonds d'aide à l'investissement dans le multimédia, créé en 1997, répond à la nécessité de voir la presse écrite investir dans les nouvelles technologies d'information. Les fonds d'aide à la

transmission par fac-similé et d'aide à la diffusion de la presse hebdomadaire régionale répondent à la nécessité d'abaisser certains coûts pour les entreprises. L'aide complémentaire au plan social de la presse parisienne, mis en place un peu plus tôt, dès 1992, répond à la même nécessité.

D'autres aides directes plus anciennes ont été modifiées depuis quelques années. Il s'agit du remboursement à la SNCF de réductions de tarif accordées à la presse (l'objectif étant de donner la priorité aux quotidiens) et des fonds d'aide aux quotidiens nationaux ou locaux à faibles ressources publicitaires ou de petites annonces.

Si l'adaptation progressive des instruments d'aide provoque des difficultés de tous ordres sur lesquelles votre commission a toujours veillé à attirer l'attention du gouvernement, -et votre rapporteur relève à nouveau la part minime des aides directes distribuée à la presse quotidienne régionale, qui représente pourtant la moitié de la preuve d'information générale et politique- elle montre aussi que l'on ne peut reprocher à l'Etat de rester inactif.

Mais où cet effort tranquille de réforme progressive conduit-il ? C'est au fond la question essentielle à poser. La situation de la presse ne s'est pas améliorée de façon significative. On peut se demander en fin de compte si le véritable effort à consentir ne serait pas du ressort de l'Education nationale. Le principal problème de la presse est en effet en dernière analyse celui du vieillissement et de la raréfaction de son lectorat. Il faut éduquer la jeunesse scolaire à la lecture de la presse. Il y a déjà des initiatives, des efforts. Peut-être faudrait-il les coordonner un peu plus, on peut penser à un mécanisme du type fonds de concours. Votre rapporteur propose d'ouvrir ce chantier.

Il souhaite aussi insister sur deux nécessités de plus en plus cruciales :

- d'une part, la réorientation des aides poursuivie depuis 1995 trouvera tout son sens dans l'étape supplémentaire que votre rapporteur proposait l'année dernière dans son avis sur les crédits de la presse pour 1999. Il s'agit de la pluriannualité des aides, nécessaire afin de mettre les efforts de modernisation engagés par la presse avec l'aide de l'Etat à l'annualité budgétaire. Votre rapporteur notait à cet égard, et ceci reste entièrement valable, qu'au moment où le gouvernement reconnaît au profit de l'audiovisuel public la nécessité pour l'entreprise moderne de communication de disposer de repères pluriannuels sur l'engagement financier de l'Etat, il serait nécessaire de réfléchir à l'élaboration d'instruments juridiques permettant à la presse de prévoir quels concours elle peut attendre de la puissance publique en moyenne période.

Tel est le second chantier que votre rapporteur s'obstine à proposer pour orienter l'évolution du régime d'aides. Ce serait la contrepartie légitime de la renonciation progressive aux instruments globaux et non discriminants, pour lesquels la presse s'est longtemps battue, et de leur remplacement par des aides ciblées et conditionnées, qui comportent une certaine pérennité au profit des titres bénéficiaires, et représentant donc

une forme embryonnaire et partielle de pluriannualité. A partir de ce constat, qui montre que la pluriannualité correspond aux besoins d'aujourd'hui, il conviendrait d'obtenir de l'Etat des engagements sur l'évolution des aides traditionnelles ;

- d'autre part, il importe d'effectuer le bilan d'ensemble évoqué ci-dessus, afin de disposer d'un instrument important d'évaluation de l'acquis, ou de ce qui n'a pu être acquis.

II. LES CRÉDITS DE 2000

A. LES AIDES DIRECTES

En millions de francs

Nature de l'aide	1997		1998		1999	PLF 2000
	LFI	exécuté	LFI	exécuté	LFI	
CHAPITRE 41-10 SGPM						
Remboursement à la SNCF des réductions de tarifs accordés à la presse (art. 11)	140,42	140,42	95	95	102	101
Aide à la transmission par fac-similé (ex allègement des charges téléphoniques) (art.21)	26,04	26,04	13,8	22	6,66	6,5
Fonds d'aide à l'expansion de la presse à l'étranger (art. 31)	21,49	21,49	21,5	20,5	22	23
Fonds d'aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires (art. 32)	15,7	15,7	19	19	20	26,6
Fonds d'aide aux quotidiens régionaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces (art. 33)	7,81	7,81	7,8	7,8	8,2	8,5
Fonds d'aide à la diffusion de la PHR (art. 34)	7	7	8	8	8,4	8,7
Fonds d'aide au portage (art. 35)	15	15	45	39,7	49,5	50,5
Fonds d'aide au multimédia (art. 36)		20	15	10	15	15
Plan social presse parisienne (art. 41)	13	13	13,2	15,2	13,5	13,5
Aide au portage PQN (art. 42)	2,4	2,4	8	7,9	7,5	7,5
TOTAL (hors AFP)	248,86	248,86	246,3	245,1	252,76	260,8
CHAPITRE 34-95 SGPM						
Abonnements de l'Etat à l'AFP	578,6	578,6	588,7	588,7	600,24	607,44
TOTAL	827,5	831	835	837,8	853	868,24
Fonds de modernisation de la presse (compte d'affectation spéciale n° 902-32)			139		153 (e)	200 (e)

1. Evolution globale

Dans son rapport pour avis sur les crédits de 1999, votre rapporteur, tout en considérant que le projet de budget de Mme Catherine Trautmann procédait à une « honnête reconstitution » des crédits de la presse appelait à une consolidation en 2000. Il faisait ainsi allusion à la nécessaire pluriannualité, évoquée précédemment. L'expression peut toutefois être appliquée à l'évolution des aides proposées en 2000 : + 3,2 %, quand les dépenses de l'Etat progresseront globalement au rythme de l'inflation prévisionnelle, c'est-à-dire de + 0,9 %. Les aides à la presse reçoivent ainsi un caractère prioritaire au sein du budget de l'Etat, ce dont votre rapporteur ne peut que se réjouir.

Leur montant total s'établira à 260,8 millions de francs.

Si l'on ajoute à ce montant celui des abonnements souscrits par l'Etat auprès de l'AFP, qui ne sont pas des aides directes mais contribuent à la diminution des coûts de production, on atteint un montant de 868,24 millions de francs, en progression de 1,8 % par rapport à 1999. Il faudra aussi, dorénavant, prendre en considération le compte d'affectation spéciale du fonds de modernisation des quotidiens et assimilés, dont les recettes sont estimées à 200 millions de francs en 2000.

2. Les différentes aides

a) L'aide aux quotidiens nationaux à faibles ressources publicitaires

Elle augmentera de 33 % en 2000, après avoir progressé de 5,3 % en 1999, pour s'établir à 26,6 millions de francs.

Cette aide est répartie en deux sections dont la première ne peut-être inférieure à 85 % de la dotation globale.

Les conditions d'éligibilité au titre de la première section sont les suivantes : être un quotidien de langue française d'information politique et général à diffusion nationale, paraissant cinq jours au moins par semaine, imprimé sur papier journal et dont le tirage et la diffusion payante sont respectivement inférieurs, en moyenne, à 250 000 et 150 000 exemplaires. Leur prix de vente doit être compris dans une fourchette de + 30 % et - 10 % du prix de vente moyen pondéré des quotidiens nationaux d'information politique et générale. Enfin, les recettes publicitaires ne peuvent excéder 25 % des recettes totales. Ces conditions sont vérifiées sur les données de l'année précédant celle de l'attribution de l'aide.

Le bénéfice de la seconde section est accordé aux journaux répondant aux mêmes conditions, mais dont le prix de vente ne dépasse pas 130 % du prix de vente moyen

pondéré par la diffusion annuelle en France des quotidiens nationaux d'information politique et générale, sans qu'aucun plancher soit fixé.

La première section a été doté de 19,8 millions de francs en 1999 ; la seconde de 200 000 francs.

La répartition des aides s'effectue selon des modalités nouvelles : elle commence par la détermination d'un taux de subvention par exemplaire vendu pour chacune des tranches, qui ne doit pas dépasser 8 % du prix de vente moyen pondéré des quotidiens nationaux d'information générale et politique.

Ce taux unitaire est ensuite multiplié par le nombre d'exemplaires vendus par chaque bénéficiaire. Toutefois, pour la première tranche, il est abattu de 50 % au-delà des vingt premiers millions d'exemplaires effectivement vendus par chaque bénéficiaire. Cette disposition vise à favoriser les journaux à faible diffusion. Il est envisagé de modifier les critères de répartition des aides afin de mieux tenir compte de la faiblesse du tirage.

En 1999, cinq titres ont bénéficié de cette aide : au titre de la première tranche, La Croix et l'Humanité ; et pour la seconde tranche, Mon Quotidien, le Petit Quotidien, l'Actu.

Les tableaux suivants indiquent la répartition des montants et le taux des aides de la première section du fonds de 1994 à 1998.

	Exercices budgétaires	1994	1995	1996 (après mise en réserve de crédits)	1997	1998
1	La Croix	7.046.041	6.964.588	8.860.374	9.483.505	10.908.592
2	L'Humanité	5.282.548	4.948.588	6.076.313	6.213.169	7.991.408
3	Mon Quotidien	-	-	-	-	100.000
4	Présent	641.734	603.187	748.168	-	-
	sans emploi					
	Dotation du chapitre 43-03 (art.20)	12.970.323	12.516.362	15.684.855	15.696.674	19.000.000

Année	Montant	Evolution en %	Taux	Evolution en %
1994	12.970.323	- 33,74 %	0,2527	- 28,41 %
1995	12.516.362	- 3,50 %	0,2497	- 1,20 %
1996	19.335.123	+ 54,48 %	0,3870	+ 55,40 %
1996	15.684.855	+25,31 %	0,3180	+ 27,71 %
1997	15.696.674	+ 0,075 %	0,3430	+ 7,86 %
1998	19.000.000	+ 21 %	0,4597	+ 34,02 %

b) L'aide aux quotidiens régionaux, départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces

La dotation de ce fonds augmentera en 2000 de 3,7 % passant de 8,2 millions de francs à 8,5 millions de francs après avoir progressé de 5,1 % en 1999.

Les modalités d'attribution des aides ont été modifiées par le décret n° 97-1068 du 20 novembre 1997 qui distingue deux sections du fonds afin d'apporter une aide aux quotidiens régionaux, départementaux et locaux à faibles ressources en petites annonces subissant de fortes augmentations de leurs abonnements postaux.

Pour chaque section, la répartition du montant global de l'aide est définie proportionnellement au nombre d'exemplaires vendus, dans la limite d'un plafond par exemplaire égal à 6 % du prix de vente moyen des quotidiens éligibles à cette aide.

Les tableaux suivants indiquent, depuis 1994 l'évolution des crédits du fonds et du taux unitaire de subvention, ainsi que leur répartition entre les quotidiens éligibles.

Année	Montant	Evolution en %	Taux	Evolution en %
1995	5.380.501	+ 0,00 %	0,08865	- 25 %
1996	8 015 701	+ 48,97 %	0,12729	+ 43,5 %
1997	7 813 346	- 2,52 %	-	-
1 ^{ère} section	7 032 012	-	0,1288	+ 1,2 %
2 ^e section	781 334	-	0,0821	-
1998	7 800 000	- 0,2 %	-	-
1 ^{ère} section	7 020 000	- 0,2 %	0,124	- 3,7 %
2 ^e section	780 000	- 0,2 %	0,1068	+ 30 %

	Exercices budgétaires	1994	1995	1996	1997	1998
1	Echo du Centre	712.562	552.581	788.292	801.873	767.946
2	La Marseillaise	1.043.970	797.095	1.159.603	1.191.111	1.184.877
3	Nord Littoral	268.062	198.692	292.740	283.282	272.275
4	Le Petit Bleu du Lot et Garonne	422.282	314.733	452.959	466.510	460.865
5	La Liberté de l'Est	1.079.769	822.510	1.190.099	1.156.438	1.094.548
6	Eclair Pyrénées	320.190	245.693	344.145	340.973	324.455
7	Libération Champagne	391.478	280.657	384.499	374.550	347.972
8	Le Journal de la Haute-Marne	1.014.943	755.350	1.078.260	1.083.236	1.020.809
9	Charente-Maritime /Le Journal	127.245	93.518	-	-	-
10	La République des Pyrénées	-	781.617	1.122.744	1.142.320	1.101.962
11	La Dordogne Libre	-	-	-	191.714	189.565
12	Centre Presse Rodez (2ème section)	-	-	-	496.257	470.456
13	L'Echo Républicain (2ème section)	-	-	-	285.074	309.544
	Chapitre 43-03 (article 30)	5.380.501	4.847.501	6.813.346	7.813.346	7.800.000

c) L'aide au portage des quotidiens

En augmentation de 2 %, cette aide atteindra un montant de 50,5 millions de francs en 2000, après avoir augmenté de 10 % en 1999.

Le développement important de la dotation de ce fonds, passée depuis 1997 de 15 millions à 50,5 millions de francs, traduit la priorité que le gouvernement accorde à juste titre à cette forme particulièrement prometteuse de distribution que constitue le portage. Cette inflexion remonte à l'adoption du plan de réforme des aides à la presse d'avril 1995, et répond à la conviction, partagée par les éditeurs, que la diffusion par portage constitue un des axes principaux des stratégies de développement de la presse. Le portage est perçu comme complémentaire de la vente au numéro, et est pris en charge, dans certains cas, par le réseau de vente au numéro, le diffuseur de presse se chargeant de porter les exemplaires aux lecteurs intéressés. La poste elle-même propose un service de portage susceptible de porter remède, à un coût plus élevé, aux insuffisances de la distribution postale.

En 1999, 59 titres ont bénéficié de cette aide, soit 7 quotidiens nationaux, 30 régionaux et 22 départementaux. Aux termes du décret du 6 novembre 1998, la dotation est répartie pour un quart en fonction du nombre d'exemplaires portés, et pour les trois autres quarts, en fonction de la progression de ce nombre au cours des deux dernières années.

Cette clé de répartition permet d'aider prioritairement les journaux qui réalisent des efforts de prospection destinés à leur permettre de gagner de nouveaux lecteurs.

d) Le fonds d'aide à la diffusion de la presse hebdomadaire régional et locale

La dotation de ce fonds progresse de 3,6 % après avoir progressé de 5 % en 1999 et s'établit ainsi à 8,7 millions de francs.

L'aide, instituée par le décret n° 96-410 du 10 mai 1996, est destinée à alléger les coûts de diffusion au numéro des titres de la presse hebdomadaire régionale d'information politique et générale. Le développement des réseaux de vente, situés très majoritairement en zones rurales et semi-rurales, appelle en effet, la prise en charge de coûts importants :

- livraison par l'éditeur d'un grand nombre de points de vente dans des petites communes, ce qui nécessite la mise en place d'une structure de distribution coûteuse ;

- ramassage des invendus ;

- opérations de facturation pour des volumes de vente très faibles par points de vente.

Quelque 200 publications reçoivent une aide au titre de ce dispositif.

e) Le fonds de remboursement des charges de fac-similé

Cette aide va diminuer de 2,4 % en 2000, s'établissant à 6,5 millions de francs. Elle avait remplacé en 1999 l'allégement des charges téléphoniques des correspondants de presse, avec une dotation de 51,7 % inférieure. Votre rapporteur avait regretté, dans son rapport sur le budget de 1999, le remplacement d'une aide profitant essentiellement à la presse quotidienne régionale par un instrument destiné à favoriser l'impression en province des quotidiens parisiens.

Ce transfert n'a pas même la justification de l'efficacité au regard des objectifs poursuivis, puisque les crédits 1998 du fonds de remboursement ont été partiellement consommés, qu'il en sera vraisemblablement de même en 1999, et que la diminution progressive de la dotation ne paraît donc pas en voie de stabilisation.

En revanche, le crédit de remboursement était largement consommé puisque le montant inscrit au budget de 1998 avait dû être abondé de 7,5 millions de francs en cours d'année afin de faire face aux demandes.

On notera que, d'un fonds à l'autre, ces crédits auront diminué de 75 % de 1997 à 2000. Telle est peut-être l'explication majeure du remplacement d'un système supposé archaïque par un système sous doute plus « moderne » mais moins consommateur de crédits.

On pourrait par ailleurs utilement réfléchir à la création d'une aide qui allégerait le coût de la transmission numérique, par la presse quotidienne régionale, des données et des images.

f) Les crédits de remboursement à la SNCF des réductions de tarifs accordées à la presse

Ils passent de 102 millions de francs en 1999 à 101 millions en 2000, enregistrant ainsi une diminution de 1 %.

En 1999, et conformément à la convention signée entre l'Etat et la S.N.C.F., 90 MF auront été versés à l'entreprise nationale pour lui permettre d'abaisser le coût de transport et 12 MF auront été consacrés au remboursement de la dette de l'Etat envers la S.N.C.F. (une cinquantaine de millions à fin 1998). Une répartition identique est envisagée pour 2000.

Rappelons que le tarif de transport ferroviaire de la presse est calculé à partir des prix de revient des différents moyens mis en œuvre : moyens de transport (fourgons et espaces fourgons des trains de voyageurs, trains rapides de marchandises spécialisés, véhicules routiers), moyens de manutention dans les gares, et de distribution aux dépositaires. L'estimation des prix de revient est actualisée périodiquement en fonction de l'évolution des coûts et des progrès techniques (TGV).

A partir du 1^{er} janvier 1996, l'Etat a reversé à la SNCF 70 % du tarif accordé aux quotidiens, contre 35 % pour les périodiques, les éditeurs acquittant le complément. Depuis 1998, le taux de la compensation reste fixé à 70 % pour les quotidiens et a été abaissé à 22 % pour les autres publications. Cette modulation avait pour objectif d'une part d'inciter les partenaires du transport ferroviaire de la presse à une certaine maîtrise des coûts, et d'autre part, de réagir à l'évolution qui fait des magazines les principaux bénéficiaires d'un mécanisme destiné initialement aux quotidiens. En effet, cette aide, progressivement étendue à l'ensemble des 18 000 publications inscrites à la commission paritaire des publications et agences de presse, est le premier poste d'aide directe. Il serait nécessaire d'obtenir une utilisation plus rationnelle des crédits, qui auront diminué de 28,1 % de 1997 à 2000 grâce à l'utilisation plus rationnelle des moyens de la SNCF (le même degré d'urgence ne s'attache pas à tous les envois) et à un redéploiement en faveur d'autres moyens de transport, notamment les moyens spécifiques des messageries. C'est pourquoi une réflexion en ce sens sera lancée à l'issue des travaux en cours sur l'évolution du système de distribution.

g) Le fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger

Les crédits de ce fonds augmenteront en 2000 de 4,5 % pour s'établir à 23 millions de francs.

Votre rapporteur rappelle que trois grandes catégories de bénéficiaires se répartissent ces crédits : d'une part, les Nouvelles messageries de la presse parisienne (NMPP) et l'Union pour la diffusion de la presse française dans le monde (Unipresse), qui sont des organismes collectifs d'exportation ; d'autre part, les éditeurs individuels.

Tous les types de publications françaises inscrites à la commission paritaire des publications et agences de presse et justifiant d'une part d'un marché à l'étranger, d'autre part d'un plan de promotion sérieux, peuvent prétendre à une aide du fonds. Ces publications doivent, de surcroît, être rédigées « tout ou partie » en français et « contribuer au rayonnement de la langue, de la pensée et de la culture française à l'étranger ».

En 1999, 41 titres ont reçu une aide directe pour 5,8 MF environ au total ; la collectivité des éditeurs a bénéficié d'un concours de 16 millions de francs par l'intermédiaire de ses organismes collectifs (N.M.P.P. et Unipresse).

Il est prévu d'affecter les moyens supplémentaires de 2000 aux aides directes consenties aux éditeurs.

h) Le soutien au plan social de la presse parisienne

Le crédit sera maintenu à 13,5 millions de francs. Son objectif est de financer pour la moitié de l'allocation versée, les congés de reconversion de 872 ouvrier et cadres techniques de plus de 50 ans et de moins de 55 ans au-delà du 10^e mois (en deçà, l'allocation de reconversion est financée dans les conditions de droit commun).

i) Le remboursement des cotisations sociales de portage de la presse nationale

Ce crédit sera maintenu à 7,5 millions de francs.

j) Le fonds d'aide aux investissements multimédia

Le fonds d'aide aux investissements multimédia, géré conjointement par l'I.F.C.I.C. et le S.J.T.I.C. sera, comme les deux années précédentes, doté de 15 millions de francs. Depuis sa création en 1997, 54 projets ont été aidés pour un total de près de 40 millions de francs dont, en moyenne, un quart en subventions et trois quarts en avances remboursables. Il n'est pas apparu nécessaire d'augmenter les crédits de ce fonds puisque la presse quotidienne peut désormais faire appel, pour la réalisation de ce type d'investissements au fonds de modernisation créé par la loi de finances pour 1998.

k) Le fonds de modernisation de la presse

Le fonds d'aide à la modernisation de la presse quotidienne et assimilée et des agences de presse a été créé par la loi de finances pour 1998. Il a été mis en place en 1999 avec un crédit de 150 millions de francs, non consommé l'année dernière. Les recettes

sont estimées en l'an 2000 à 200 millions de francs auxquels s'ajoutera le report des 150 millions de francs non consommés en 1999.

Ces montants restent assez éloignés des estimations de recettes avancées lorsque la taxe sur la publicité hors médias a été créée pour financer le fonds de modernisation. Le chiffre de 300 millions de francs avait alors été évoqué.

Cet écart est d'autant plus criant que le taux de taxe est de 1% et que le chiffre d'affaires estimé de la publicité hors médias a été de plus de 50 milliards de francs en 1998.

Interrogé sur les raisons de cette situation par votre rapporteur, le service juridique et technique de l'information a répondu que la base taxable pouvait se situer autour de 35 à 40 milliards de francs, pour autant qu'on puisse l'évaluer avec quelque précision à partir du poste 63 du plan comptable général, qu'il conviendrait d'opérer d'autres déductions, dont le montant est difficiles à identifier, pour évaluer la base effectivement taxable, et qu'au demeurant le ministre avait demandé au ministre chargé du budget d'analyser les conditions de la perception en 1999 et d'envisager les améliorations envisageables. Cette explication suggère une certaine difficulté des comptables d'entreprise, et peut-être des services fiscaux, à identifier les dépenses susceptibles d'entrer dans l'assiette de la taxe.

Il est certain en revanche que la presse a de son côté préparé ses demandes de subventions avec pas mal d'espoir et sans doute beaucoup d'illusions. Votre rapporteur ne dispose pas du montant des demandes. On sait simplement que le niveau des concours proposés par le comité de gestion du fonds a été revu à la baisse afin de laisser à chacun sa chance. On entre donc manifestement dans une logique de saupoudrage. En revanche on doit approuver, d'une part, le report en 2000 des crédits non consommés, et, d'autre part, le fait que contrairement à ce que l'on avait pu craindre lors de la mise en place du fonds, la modernisation de l'AFP ne sera pas financée avec ces crédits.

B. LES AIDES INDIRECTES

En millions de francs

Nature de l'aide	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Moins-values de recettes du budget annexe des PTT et de La Poste à raison des tarifs postaux préférentiels (1)	3 021	3 029	3 498	3 350 (e)	3 252 (e)	3 104 (e)
Contribution du budget général (1)	1 900	1 900	1 900	1 900	1 850	1 850
TOTAL "La Poste" + État	4 921	4 929	5 398	5 250 (e)	5 102 (e)	4 954 (e)
Moins-values de recettes du Trésor Public en raison d'allègements et de régimes fiscaux particuliers aux entreprises de presse (2)						
- allègement des taux de TVA (2)						
. au taux de 5,5 %	1 080	990	1 000	1 100	1 200	1 200 (e)
. au taux de 20,6 %	5 876	5 387	5 550	5 984	6 528	6 528 (e)
- régime spécial des provisions pour investissements (article 39 bis du code général des impôts) (2)	230	210	210	210	150	150 (e)
- exonération de la taxe professionnelle (2)	1 009	1 062	1 135	1 190	1 235	1 206 (e)
TOTAL des aides						
. / au taux de 5,5 %	7 240	7 191	7 743	7 750 (e)	7 687 (e)	7 510 (e)
. / au taux de 20,6 %	12 036	11 588	12 293	12 634 (e)	13 015 (e)	12 838 (e)

(1) origine : direction générale postes et télécommunications.

(2) origine : service de la législation fiscale

(e) : estimation

Source : SJTI

• L'aide au transport postal de la presse

Pour 2000 comme pour 1999, le coût global du transport a été ajusté sur les bases dégagées par la mission d'évaluation menée en 1995 par l'Inspection générale des finances et l'Inspection générale des postes et télécommunications. La contribution de l'Etat a été maintenue au même niveau, soit 1 850 millions de francs.

• Le régime de l'article 39 bis du code général des impôts

La moins-value fiscale pour le budget de l'Etat résultant de l'application de l'article 39 bis du code général des impôts est estimée à 150 millions de francs pour 1999, soit un montant comparable à celui constaté en 1998, après la forte baisse constatée entre 1997 et 1998 (-28,5 %). Les prévisions pour 2000 ne sont pas disponibles.

- **Le régime préférentiel en matière de TVA**

Depuis 1988, toutes les publications de presse inscrites à la commission paritaire sont soumises à une TVA de 2,10 % en France métropolitaine quelle que soit leur périodicité.

Pour 1999, la dépense fiscale qui en résulte est évaluée à 1,2 milliard de francs par rapport à un taux à 5,5 % et à 6,528 milliards de francs par rapport au taux normal de 20,6 % (auquel sont soumises les publications non inscrites à la commission paritaire).

- **Les exonérations de taxe professionnelle (article 1438 du CGI)**

Les éditeurs de feuilles périodiques et, sous certaines conditions, les agences de presse ainsi que, depuis le 1^{er} janvier 1995, les correspondants locaux de presse régionale ou départementale sont exonérés de taxe professionnelle.

Le coût de ces exonérations est supporté par les collectivités locales qui participent ainsi, aux côtés de l'Etat, à l'effort public en faveur de la presse. Son montant peut être évalué à 1 235 millions de francs pour 1998 et 1 206 millions de francs pour 1999.

III. L'AVENIR DE L'AFP

L'AFP est à la croisée des chemins. Les difficultés financières qui s'abattent périodiquement sur elle, l'improbabilité d'une amélioration durable, les incertitudes pesant sur son positionnement dans la société de l'information, rendent inéluctable, selon son président, un choix rapide entre régression et développement sur des bases nouvelles.

Il est utile de rappeler, en marge du débat budgétaire, les principales données de ce débat que le législateur sera appelé à trancher.

A. LE CONSTAT

L'avant-projet de plan stratégique de développement à 5 ans de l'AFP présenté par M. Eric Giully dresse un constat en demi-teinte de la situation de l'Agence.

1. Un manque chronique de moyens financiers

L'exploitation de l'AFP est, aux dires de ses présidents successifs, structurellement déséquilibrée par une croissance des charges, et spécialement des frais de personnel, plus rapide que celles des produits.

Des mesures sont prises périodiquement. Ainsi, un plan à 4 ans lancé au début des années 1990 avait-il fait descendre les frais de personnel à 60 % du chiffre d'affaires contre 70 % auparavant. Mais dès 1996, la tendance a repris son cours naturel, les frais de personnel remontant à 65 % du chiffre d'affaires en 1998, alors que la marge annuelle d'exploitation passait de 140 millions de francs en 1995 à 87 millions de francs en 1998.

Dans le même temps, les marges de manoeuvre dans la gestion se sont resserrées, en raison notamment des succès enregistrés entre 1990 et 1995 en terme de maîtrise des coûts de fonctionnement et de gains de productivité. Alors qu'en 1970 le personnel de l'agence se partageait entre 900 journalistes et 1 100 techniciens, administratifs et commerciaux, en 1999 la répartition est inversée, avec 1200 journalistes pour 800 techniciens, administratifs et commerciaux, ce qui traduit les efforts faits pour accroître la production et la couverture mondiale. Cette évolution semble avoir supprimé toute marge de manoeuvre sur la masse salariale sauf à transformer profondément l'outil de production et à réduire la couverture géographique, ce qui n'est, bien entendu, pas envisagé.

Par ailleurs, la capacité d'investissement, de l'ordre de 100 millions de francs par ans, et sur laquelle 60 à 80 millions de francs sont préemptés par l'entretien de l'outil existant, ne peut que diminuer.

En effet, la croissance du chiffre d'affaires de l'AFP est limitée par la réduction des marchés traditionnels, représentés par la presse écrite. Le chiffre d'affaires conquis ces dernières années auprès de nouveaux clients (250 millions de francs) a servi en grande partie à compenser la diminution du chiffre d'affaires auprès de la clientèle traditionnelle. Cette régression paraît irrémédiable en raison de la concentration croissante de la presse.

Il faut aussi tenir compte du fait que la valeur de l'information brute détenue et collectée par l'agence sera de moins en moins importante en raison de l'explosion des sources d'information, ce qui rend indispensable de créer une valeur ajoutée.

Enfin, les tendances développées depuis 1996 indiquent que l'équilibre financier de l'agence sera compromis à partir de 2002 ou de 2005, selon que le prêt participatif consenti antérieurement par l'Etat sera ou non remboursé.

Dans ces conditions, l'AFP se trouve incapable de faire face à la révolution en cours du marché de l'information.

C'est, d'ailleurs, autant faute de moyens financiers suffisants que de volonté stratégique qu'elle a raté la diversification dans l'information et les transactions financières réussie par Reuters dans les années 70. De la même façon, dans la première moitié des années 1990, elle n'a pu prendre le virage de l'information audiovisuelle, contrairement à ses principales concurrentes, Associated Press et l'agence Reuters.

2. Un moment crucial

L'avant-projet de plan stratégique analyse ces retards comme des occasions manquées sans effets significatifs sur le cœur de l'activité traditionnelle de l'AFP. Avec le multimédia, les conséquences d'un nouvel échec seraient plus sérieuses, car il s'agit d'une révolution technologique et commerciale qui concerne tous les métiers de l'information. A terme rapproché, dans moins de 10 ans, une agence mondiale d'information ne pourra pas subsister si elle n'est pas multimédia, estime M. Eric Giully avec quelque crédibilité.

En effet, avec l'évolution brutale du marché de l'information consécutif à la révolution numérique, une clientèle nouvelle souhaite disposer de services plus personnalisés et avoir accès non seulement à des flux d'informations, mais aussi à des archives rassemblées dans des banques de données. Ces services sont le plus souvent des « services groupés » c'est-à-dire comportant du texte, de la photo, et à terme des images animées, du son, des graphiques. Alors que le marché des médias traditionnels,

particulièrement celui de la presse écrite, stagne, le marché du hors média semble appelé à un important développement, sur internet en particulier.

3. Des atouts et des faiblesses

Pour faire face aux défis de l'avenir, l'AFP reste forte de son réseau et de la qualité de son personnel.

Avec des bureaux implantés dans 165 pays, 2000 collaborateurs (1200 journalistes dont 200 photographes), 2000 pigistes répartis sur les cinq continents, elle couvre tous les événements mondiaux en temps réel, dans tous les secteurs : politique, diplomatie, économie, sports, faits divers, vie quotidienne, culture, sciences, ...

Elle diffuse plus de deux millions de mots par jour en six langues : français, anglais, espagnol, allemand, arabe et portugais, 24h sur 24 et 365 jours par an. Cette production est assurée par des journalistes de toutes nationalités, écrivant dans leur propre langue, avec une mise en perspective de l'information originale par rapport à la démarche des agences concurrentes.

Si l'AFP garde son centre de décision et d'impulsion en France, elle reflète ainsi la diversité des régions du monde. Leader en Asie avec son service anglais et en Afrique avec son service francophone, elle est la première agence arabophone et compte parmi les trois premières agences de presse présentes dans la plupart des pays européens ; elle a, en outre, repris son développement en Amérique du Sud et s'est séparée de l'Agence Associated presse en Amérique du Nord, où elle a fortement développé sa position dans le secteur de la photo. Le chiffre d'affaires sur les marchés internationaux est ainsi passé de 18 % du chiffre d'affaires total en 1990 à 28 % en 1999.

L'AFP dispose enfin d'un stock très important de contenus valorisables et son chiffre d'affaires de 1,4 milliard de francs lui offre une bonne base de départ pour sa diversification.

Mais elle présente également des problèmes. Auditionné le 9 juin dernier par votre commission des affaires culturelles, M. Eric Giuily estimait que l'agence ne disposait pas d'un « management » efficace. Elle souffrirait en outre de cloisonnements très forts : entre journalistes et autres métiers, entre directions, sans compter les clivages syndicaux. Une culture d'entreprise très prégnante rendrait les changements lents et coûteux. La décentralisation amorcée au milieu des années 1980 n'est d'ailleurs pas encore achevée. La direction générale reste engorgée par une centralisation très forte. Par ailleurs, le poids des « us et coutumes » de l'entreprise et la pratique très développée du consensus feraient obstacle au changement.

En définitive, l'agence aurait du mal à définir un projet collectif et à se forger une vision de son devenir. Elle vivrait ainsi une crise permanente que le renouvellement de son président tous les trois ans porte à son paroxysme.

Le retrait du projet d'ouverture du capital de l'AFP, élément clé du plan de développement, annoncé le 29 septembre dernier, semble confirmer la pertinence de ces analyses. Le document élaboré par M. Eric Giuily présentait en effet des propositions dont le dynamisme avait sans doute quelques raisons de dérouter les gardiens des « us et coutumes ».

B. LE PROJET

Il est construit autour d'un certain nombre d'axes stratégiques dont la mise en œuvre comporte des implications institutionnelles.

1. Les axes stratégiques

Le propos central est d'élaborer un outil susceptible de répondre aux besoins d'une clientèle qui ne sera plus purement française. D'ores et déjà, l'AFP réalise 28 % de son chiffre d'affaires à l'étranger. Les principales marges de croissance se situent dans cette direction. De nouveaux types de clientèles apparaissent aussi. C'est ainsi que la clientèle d'internet représente aujourd'hui 30 millions de chiffre d'affaires et que des entreprises demandent des contenus destinés à leur service intranet et à leur site web.

Le second axe prioritaire est le renforcement des métiers de base et la création, en aval, de services spécialisés. L'agence espère faire passer de 60 % actuellement à 45 % dans cinq ans la part du chiffre d'affaires effectué avec l'Etat et avec la presse française. La mission de couverture mondiale généraliste restera donc en tout état de cause essentielle.

C'est en effet à partir du métier traditionnel de l'agence que doivent être élaborés, selon le plan, des services plus spécialisés, notamment dans quelques secteurs : l'économie et la finance en France et à l'étranger, les sports -une banque de données sportives est en cours d'élaboration-, les phénomènes de société et tout ce qui concerne la vie pratique, la consommation, le divertissement, la santé, les hautes technologies.

Le troisième axe stratégique est la fixation d'un objectif de croissance du chiffre d'affaires. Celui-ci devrait passer de 1,4 milliard à 2 milliards en cinq ans, essentiellement grâce aux activités internationales. La part de l'Etat resterait constante en volume mais diminuerait en valeur relative.

Le dernier axe stratégique est l'obtention des moyens financiers nécessaires, estimés à 800 millions de francs sur la durée du plan, la majeure partie étant investie dans les deux ou trois premières années. Cet effort d'investissement se traduirait par une augmentation significative des effectifs, dont l'ampleur dépendra des partenariats réalisés et de la croissance externe effectuée dans le cadre du plan.

2. Le nouvel équilibre juridique et financier

L'idée centrale de l'avant-projet était à cet égard l'établissement de partenariats industriels afin d'obtenir les moyens financiers nécessaires mais aussi de croiser les savoir-faire technologiques, et d'avoir accès aux images animées et au son.

Il est utile de préciser que le besoin de financement de 800 millions de francs a été évalué en fonction des partenariats industriels envisagés. En leur absence, les financements nouveaux nécessaires seront beaucoup plus importants.

Ceci a conduit à envisager l'adaptation du statut élaboré en 1957, dont l'objectif était alors de doter la France d'une grande agence mondiale d'information généraliste écrite.

Cet objectif a été atteint. Mais l'explosion de l'information financière et de l'audiovisuel, alors imprévisible. Par ailleurs, le statut de 1957 comporte des dispositions qui font obstacle au développement de l'agence, telle en particulier la règle de l'équilibre budgétaire, qui oblige, pour en illustrer concrètement les implications, à augmenter le chiffre d'affaires à hauteur du coût du recrutement d'une personne, dès l'année du recrutement.

En outre, l'agence, n'ayant pas d'actionnaires, ne peut pas opérer d'augmentation de capital, émettre des obligations convertibles et des prêts participatifs, et n'a donc pas la possibilité de se financer sur le marché. Elle est condamnée à l'emprunt bancaire, au taux le plus élevé, dans la mesure où elle n'est pas adossée à un groupe bénéficiant d'une notation de qualité.

Tout cela freine considérablement son développement et doit être pris en compte dans le débat sur son statut, débat qui ne doit pas néanmoins, selon M. Giully, aboutir à une remise en cause des principes fondateurs.

C'est pourquoi l'avant-projet de plan stratégique s'employait à garantir juridiquement la pérennité de ces principes. Tout d'abord, il était exclu d'adosser l'AFP à une seule entreprise. L'avant-projet de plan stratégique présentait une liste de cinq catégories de partenaires potentiels, la sélection de quatre ou cinq partenaires effectifs au minimum. Les partenaires « historiques » de l'agence, l'Etat et la presse devront permettre le contrôle de l'entreprise. L'objectif de substituer à l'équilibre voulu par le statut de 1957

un équilibre élargi entre l'Etat, la presse, des opérateurs privés ou publics et le personnel. Il s'agissait d'élargir la base de l'AFP en réaffirmant sa vocation d'entreprise d'intérêt national et d'entreprise mondiale.

Une « charte du partenariat » devait traduire ces principes et orienter la recherche des partenaires. Les statuts réformés de l'AFP devaient aussi garantir le respect de ces principes, le président n'ayant donc pas de blanc-seing pour négocier les modalités de l'association de nouveaux partenaires à l'agence.

Pratiquement, la mise en œuvre de l'avant-projet de plan stratégique impliquait la constitution d'un capital social. La propriété de ce capital devait appartenir initialement à une entité commune aux partenaires historiques, prenant la forme d'une fondation. Une augmentation du capital social serait ensuite effectuée afin d'associer à cette entité les nouveaux partenaires et le personnel. Ces projets exigeaient l'adaptation de la loi de 1957.

C. LE DÉBAT

Si la nécessité de donner à l'AFP les moyens de son développement n'est guère contestée, et si de nombreux observateurs estiment difficile de le faire sans remettre en cause le statu quo institutionnel et financier actuel, les propositions de M. Eric Giuily ont soulevé de vives objections de la part des syndicats de l'agence.

Ceux-ci estiment que le statut actuel de l'agence permet de lever des fonds sur les marchés financiers, qu'il serait par conséquent possible d'emprunter les 800 millions de francs nécessaires, selon la direction de l'entreprise, à la mise en œuvre d'un plan de développement. Ces syndicats observent au passage qu'une partie de cette somme serait destinée à financer des départs en pré-retraite alors que les effectifs anglophones seraient renforcés, éventuellement au détriment des réseaux francophones d'Afrique ou d'Amérique latine. Les syndicats notent aussi qu'il ne faut exclure l'hypothèse d'un concours financier de l'Etat à la diversification, la BBC ayant été de son côté dotée d'un capital de 3 milliards de francs pour investir dans le multimédia sans que la commission de Bruxelles s'y oppose.

La nécessité de créer un capital social ouvert à des groupes privés pour assurer le financement du développement de l'AFP a donc fait l'objet d'une vive contestation des présentations de l'avant-projet de plan stratégique.

Les syndicats estiment à cet égard que, quelles que soient les garanties prévues au départ en ce qui concerne les seuils de détention des parts du capital, le risque est réel que de futures augmentations de capital, rendues indispensables par l'éventuel échec de l'augmentation prévue du chiffre d'affaires, ne provoquent la privatisation progressive de l'agence.

Ils mettent au demeurant en cause ce qu'ils considèrent comme le choix du « tout multimédia », estimant dangereuse la perspective d'un repli du métier traditionnel de diffuseur d'information généraliste en flux.

Ils expriment enfin une préférence pour l'établissement de partenariats ponctuels, par le biais de filiales constituées dans les domaines où l'AFP ne dispose pas actuellement d'un savoir-faire, tout en rappelant qu'un certain nombre de filiales multimédias existantes ont été supprimées.

Le débat a porté aussi sur le processus de mise en œuvre de l'avant projet de plan stratégique.

Notant la nécessité de passer par la voie législative pour modifier le statut actuel de l'Agence, M. Eric Giuily observait que le calendrier parlementaire semble exclure l'examen d'un projet de loi avant la fin 2000 ou même le début 2001. C'est pourquoi un dispositif transitoire a été proposé afin de faire face à l'urgence de la situation. Il s'agissait d'autoriser l'AFP à recourir à des prêts participatifs ou à des obligations convertibles sur le marché, afin d'essayer de réunir un premier noyau de partenaires. Il s'agissait aussi de créer éventuellement une filiale transitoire de financement permettant de réunir ces partenaires et de les associer au développement de l'AFP.

Ces mesures anticipaient partiellement le débat législatif, mais, estimait le président de l'AFP, la nécessité d'agir est immédiate. A titre d'exemple, il indiquait qu'il n'a pas été possible, faute de moyens et en raison de la règle de l'équilibre budgétaire, de constituer une base de données pour la coupe du monde de rugby, à l'image de ce qui avait été fait avec succès à l'occasion de la coupe du monde de football. Si la loi de 1957 était modifiée assez rapidement, les mesures transitoires les initiatives les plus urgentes étant prises dans le cadre du projet de budget pour 2000.

L'ensemble de ce débat a été provisoirement conclu par l'annonce, le 29 novembre dernier, de la décision de M. Eric Giuily de retirer définitivement le projet de transformation de l'AFP en société anonyme et d'ouvrir son capital en vue d'établir un partenariat stratégique global.

La ministre de la culture et de la communication s'est de son côté félicitée de cette position en soulignant que la stratégie de l'AFP devait « être élaborée avec les personnels de l'agence et ses administrateurs, c'est-à-dire les représentants de la presse et de l'Etat ». « Ce n'est qu'au terme de cette concertation, a indiqué la ministre dans un communiqué, que le gouvernement proposera au Parlement les mesures législatives qui s'avèreraient nécessaires, à la suite de la table ronde dont l'annonce a déjà été faite. »

Votre rapporteur souligne cependant qu'à trop reporter la décision de rassembler les moyens financiers lourds nécessaires au développement de la seule Agence française, la situation de celle-ci se fragilisera vite : le surplace ne peut plus être payant dans un

monde devenu « une grande tribu médiatique » où des initiatives concurrentes de l'AFP peuvent être prises chaque jour en Amérique, en Asie, et en Europe.

EXAMEN EN COMMISSION

La commission a examiné le **mercredi 17 novembre 1999** le **rapport pour avis de M. Louis de Broissia sur les crédits pour 2000 de la presse écrite.**

Un débat s'est ensuite engagé.

M. Ivan Renar a demandé si, au-delà de l'augmentation incontestable des crédits, il ne serait pas utile de réfléchir à l'évolution générale de la presse au vu de la concentration qui affecte de plus en plus la presse régionale. Il a aussi noté que l'Agence France Presse devait résoudre la contradiction latente entre les moyens proposés pour financer son développement et la pérennité d'une mission axée sur le respect du pluralisme de l'information, la promotion de la francophonie, la recherche de la qualité.

Mme Danièle Pourtaud a demandé au rapporteur son avis sur la situation des entreprises de presse, spécialement au regard du mouvement de concentration en cours. Elle a souhaité savoir si la presse régionale avait la capacité financière de se diversifier dans la télévision locale. Elle a enfin estimé qu'il appartenait aussi bien au Parlement qu'au Gouvernement de prendre des initiatives en faveur du développement de l'AFP, sur la nécessité duquel chacun partage la même analyse.

M. André Maman a demandé s'il existait des instruments permettant d'aider la presse francophone à l'étranger. Il a proposé de mettre en place un crédit permettant de financer l'envoi d'un nombre significatif de quotidiens aux 440 écoles françaises accréditées à l'étranger.

M. Pierre Laffitte a noté que les nouvelles technologies de la communication favorisaient l'apparition de nouveaux titres de presse à l'initiative de toutes petites équipes de rédaction ou de journalistes indépendants. Il peut s'agir de produits mêlant l'information écrite à des images animées. Il a souhaité savoir si les grands quotidiens avaient saisi les opportunités offertes par ces technologies, et si les initiatives déjà prises tenaient compte de la logique éditoriale spécifique des produits en ligne.

M. Ivan Renar a estimé qu'il fallait encourager la lecture de l'écrit et réconcilier le support papier et l'écran.

Mme Danièle Pourtaud a souhaité que la commission puisse contribuer à faire avancer la réflexion sur les rapports des journalistes avec la diffusion en ligne.

M. Louis de Broissia, rapporteur pour avis, a présenté les éléments de réponse suivants :

- il est légitime d'évaluer l'efficacité des crédits de la presse en prenant en compte l'évolution du nombre des titres. Le problème le plus important que connaît la presse est toutefois l'effritement du lectorat. Il est indispensable de redonner aux enfants le goût de l'écrit. Les collectivités publiques mobilisent des financements très importants pour le branchement des établissements scolaires sur Internet. Il serait regrettable de se satisfaire dans le même temps de la marginalisation de l'écrit ;

- il faut que les parlementaires réfléchissent aux initiatives législatives à prendre en faveur de l'AFP ;

- la situation financière de la presse s'est améliorée, alors que le lectorat continuait à se dégrader. La presse quotidienne régionale a abordé le multimédia avec beaucoup de dynamisme et les crédits d'aide sont assez bien consommés dans ce domaine. Peu de journaux disposent des capacités d'investissement nécessaires pour lancer des télévisions locales, mais la complémentarité nécessaire entre les formes de médias les condamne à engager et à réussir ce pari ;

- le fonds d'aide à l'exportation de la presse française à l'étranger augmente de 4,4 % en 2000, mais ce chiffre est dépourvu de significations par rapport à l'ampleur des enjeux. Il est arrivé à la Fédération nationale de presse française d'aider, spécialement au Moyen-Orient, des journaux francophones en difficulté. Il n'existe pas de fonds globalisant l'aide à la diffusion de la presse en milieu scolaire français ou à l'étranger. Il serait donc utile de réfléchir à la création, dans ce domaine, d'un fonds de concours alimenté par l'Etat et les collectivités locales.

Suivant les propositions de son rapporteur, la **commission** a ensuite décidé, à l'unanimité, de **donner un avis favorable à l'adoption des crédits d'aide à la presse pour 2000.**

CONCLUSION