

...le rapport d'information

ACCOMPAGNER LA RÉNOVATION DE LA PRESSE QUOTIDIENNE RÉGIONALE



La presse quotidienne régionale et départementale (PQR) est lue chaque mois par **43 millions de lecteurs**, soit les **deux-tiers** de la population.

Maillon essentiel de la vie locale et de la démocratie, la PQR a subi ces dernières années un **triple choc** :

- ✓ **l'assèchement de ses ressources** et de son lectorat par les plateformes numériques ;
- ✓ la **pandémie** qui a accéléré la tendance lourde de l'érosion des ventes ;
- ✓ enfin, dernièrement, la très forte **hausse de ses coûts de production**, notamment avec l'explosion du prix du papier.

La PQR, longtemps protégée par la fidélité de son lectorat, a plus tardé que d'autres types de presse à réaliser les investissements nécessaires à son développement, et se trouve donc plus spécifiquement fragilisée aujourd'hui.

La commission de la culture du Sénat a réalisé un large travail d'écoute auprès de toutes les parties prenantes pour mieux appréhender la réalité d'une presse très diverse et enracinée dans les spécificités de ses territoires. **Elle en conclut à la nécessité pour l'État d'accompagner le secteur dans sa mutation, sans pour autant se substituer aux éditeurs dans la redéfinition de leur modèle économique.**



43 millions de lecteurs
par mois

Soit 2/3 de la population



51 titres

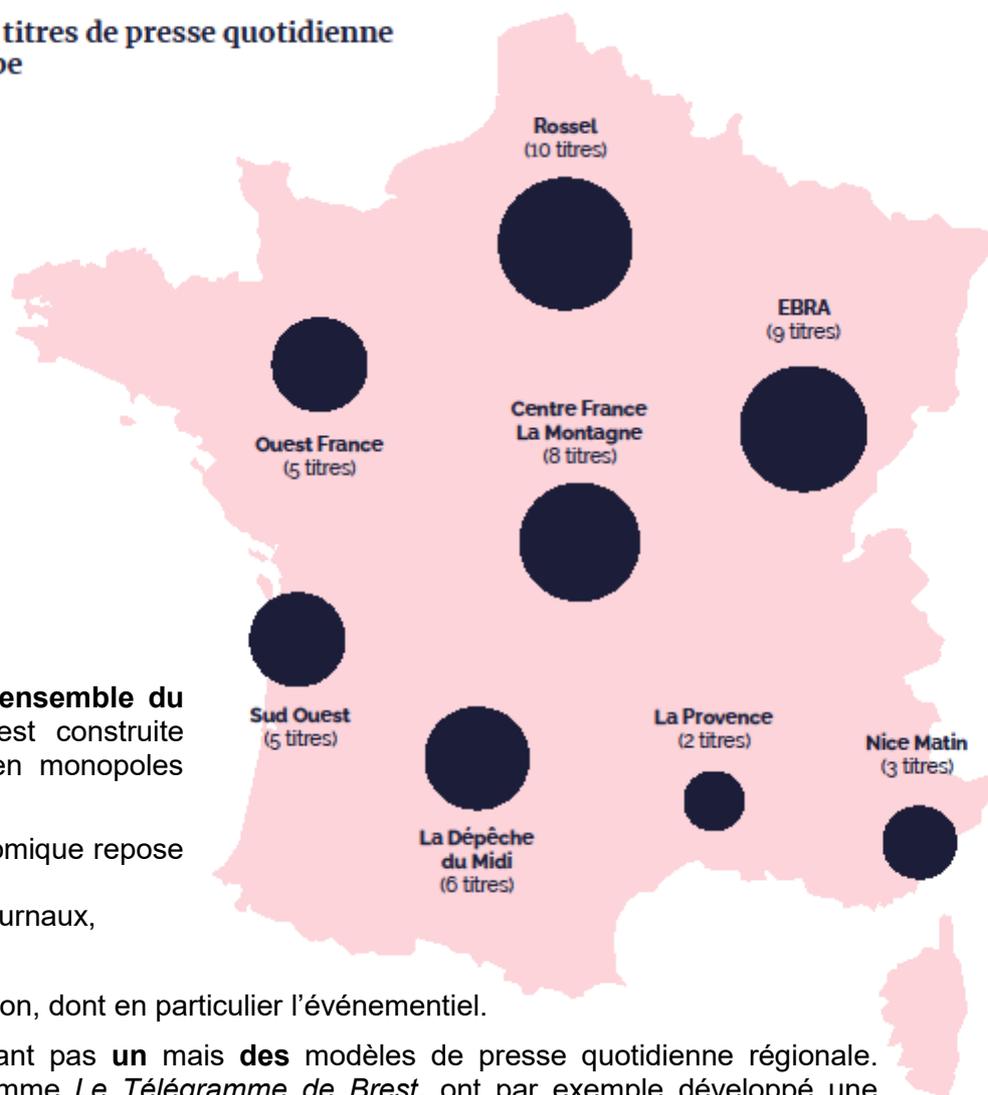


5 700 journalistes

*Soit 1/3 des effectifs
de la presse écrite*

1. LA PQR EST PRÉSENTE SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE ET REPOSE SUR DES MODÈLES ÉCONOMIQUES VARIÉS

Répartition des titres de presse quotidienne locale par groupe



La PQR couvre **l'ensemble du territoire**. Elle s'est construite au fil du temps en monopoles régionaux.

Son modèle économique repose sur trois piliers :

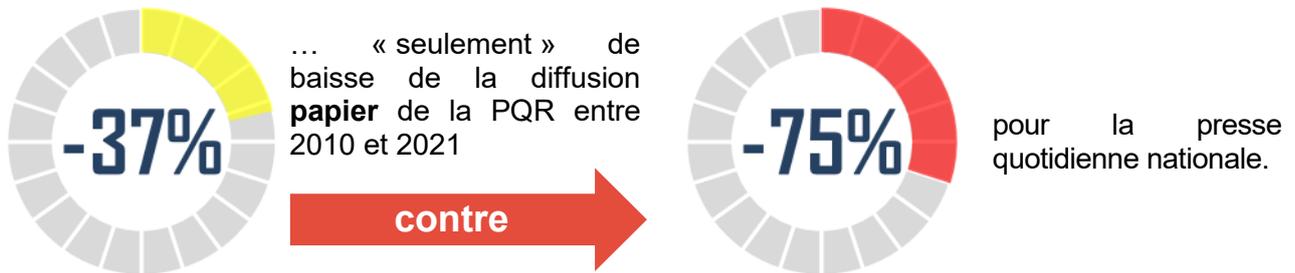
- les ventes de journaux,
- la publicité,
- et la diversification, dont en particulier l'événementiel.

Il n'existe cependant pas **un** mais **des** modèles de presse quotidienne régionale. Certains titres, comme *Le Télégramme de Brest*, ont par exemple développé une politique événementielle de grande ampleur, qui assure au titre une meilleure assise économique.

Ces sources de revenus diversifiées ont permis de rendre les titres accessibles au plus grand nombre, en abaissant le prix du journal pour l'ouvrir à un électorat plus populaire. Telle était l'intuition d'Émile de Girardin qui introduit en 1836 la publicité dans son quotidien *La Presse*. Selon les informations transmises à la mission d'information, en moyenne, pour un titre vendu entre 1,1 et 1,3 euro, le coût de revient serait compris entre 1,5 à 1,8 euro, en tout état de cause toujours supérieur au prix de vente.

Par ailleurs, des sites de **presse locale en ligne** se sont développés ces dernières années, comme *Marsactu* dans les Bouches-du-Rhône. Leur modèle économique est encore incertain, mais ils illustrent également la richesse et la diversité de l'activité éditoriale locale.

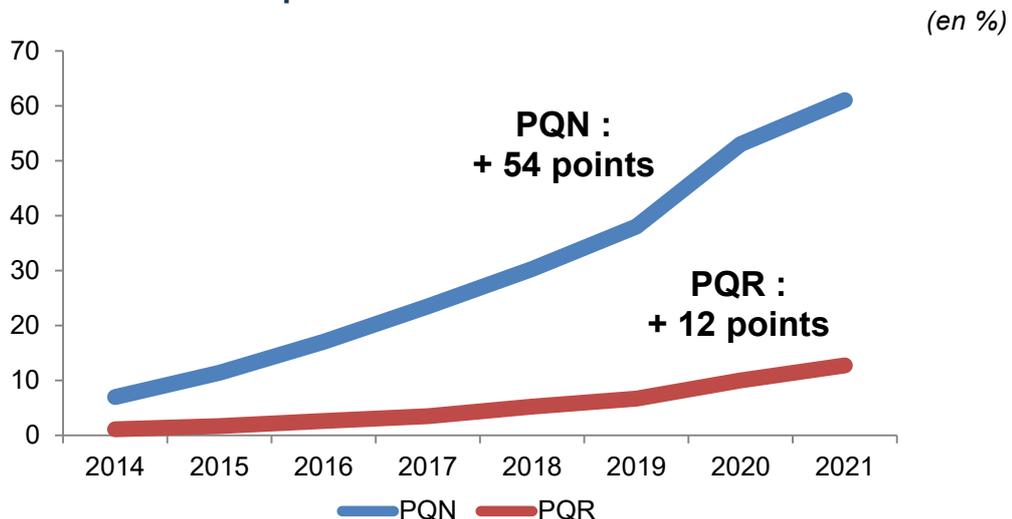
2. L'APPARENTE RÉSISTANCE DE LA PQR NE DISSIMULE PLUS SON RETARD EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT NUMÉRIQUE



Les tirages de la PQR ont comparativement **deux fois mieux résisté** que ceux de la presse quotidienne nationale.

La PQR affiche cependant un très grand retard sur la presse quotidienne nationale en matière de numérique.

Part du chiffre d'affaires réalisé par les ventes d'exemplaires numériques pour la PQN et la PQR

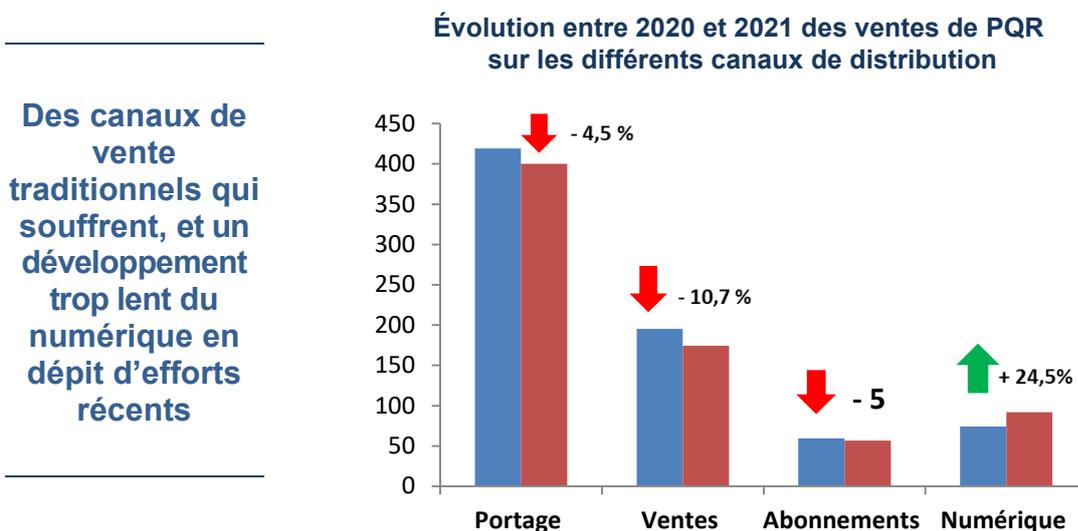


Depuis 2014, la PQN est parvenue à faire largement basculer son modèle économique en faveur du numérique. Tel n'est pas encore le cas pour la PQR qui, malgré une progression constante en hausse ces dernières années, accuse **six années de retard**.

3. LA PQR PRISE EN ÉTAU ENTRE REVENUS EN BAISSSE ET COÛTS QUI EXPLOSENT

A. DES REVENUS MENACÉS

Le modèle économique de la presse repose sur un équilibre entre les ventes, la publicité. Ces deux ressources sont aujourd'hui largement menacées.



Si le développement du numérique demeure encore trop partiel, il soulève **deux séries de questions** :

- d'une part, les **investissements nécessaires** pour concevoir un site attractif régulièrement actualisé et correctement référencé ;
- d'autre part, son caractère **plus faiblement rémunérateur** que les ventes « papier ». Il faut quatre abonnements numériques pour compenser la perte d'un abonnement « papier ».

Dans le même temps, les ressources publicitaires baissent avec la concurrence directe du numérique.

La publicité constitue historiquement une source de revenus essentielle à la presse, son introduction lui ayant permis précisément de devenir accessible à un public populaire.

Cependant, **les recettes publicitaires de la presse ont été divisées par près de trois depuis 2006** et par deux depuis 2012, alors même que le marché de la publicité connaît dans son ensemble une forte progression sur la période.

Les raisons de cet assèchement sont connues et ont été à plusieurs reprises soulignées par la commission de la culture : il s'agit de la captation de la ressource par les entreprises du numérique, qui ont su développer une offre très attractive à l'attention des entreprises, offre qui ne laisse que peu de marge de manœuvre aux entreprises de presse.

La solution portée par le Sénat d'une juste contribution des plateformes en ligne par la voie des droits voisins a mis du temps à voir le jour, freinée par la véritable guérilla juridique menée par Google. La décision de l'Autorité de la Concurrence en date du 21 juin 2022 valide les engagements de Google auprès des éditeurs et semble marquer la fin d'une phase contentieuse qui aura duré près de trois ans.

B. DES COÛTS QUI EXPLOSENT

La presse est confrontée à une succession de hausse de ses coûts qui peuvent avoir un grave impact alors que le secteur est encore très fragilisé.

a) Des coûts fixes à adapter

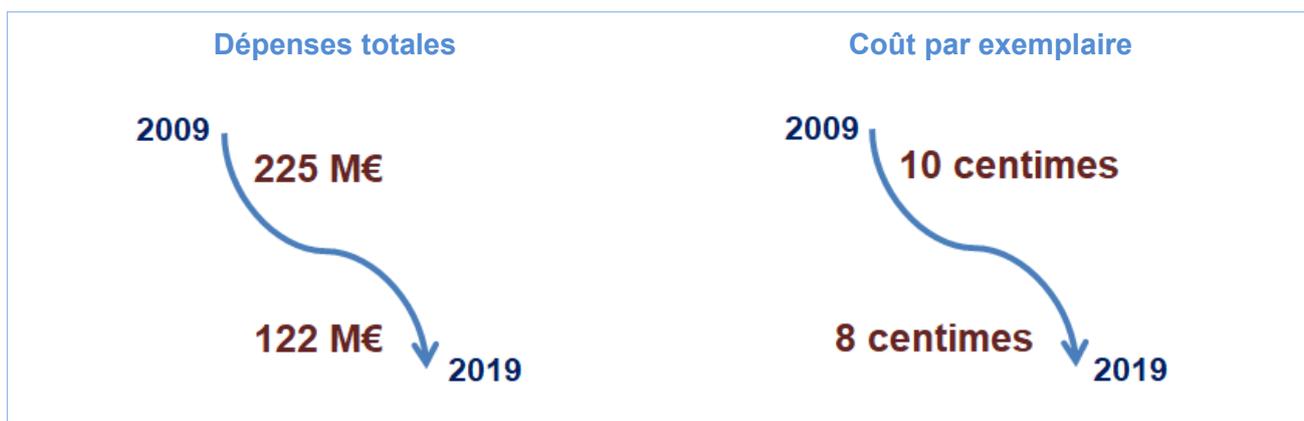
L'économie de la presse imprimée repose sur des coûts fixes importants. Or, face à un marché en baisse forte et régulière, **ces coûts fixes ont tendance à augmenter rapidement**. Le principal défi de la PQR réside ainsi dans l'adaptation de son outil industriel, en cours d'évolution avec la mise en œuvre progressive du plan PRIM, doté par l'État de **36 millions d'euros** et destiné à moderniser les imprimeries.

b) La crise du papier

La mission d'information a été particulièrement sensibilisée à l'explosion des prix du papier, qui a presque doublé en quelques mois.

Entre 2009 et 2019, les frais liés au papier ont baissé à la fois en **valeur absolue**, compte tenu de la baisse de la pagination, mais également **par exemplaire**.

Évolution des dépenses liées au papier pour la presse locale



L'indice des prix du papier était de 92 début 2010, et est demeuré relativement stable jusqu'à la fin 2020 autour de 100. Il s'établit en mai 2022 à près de **150**, en très forte croissance depuis le début 2021.

Les estimations de la mission d'information sur les coûts supplémentaires induits par la hausse des prix du papier sont comprises entre 80 et 100 millions d'euros pour la presse quotidienne.

80 à 100 M€
de surcoût

Toutes choses égales par ailleurs, si elle était intégralement supportée par les éditeurs, elle reviendrait en valeur absolue à des montants proches de ceux constatés en **2010**, soit autour de **210 millions d'euros**, pour des tirages inférieurs de plus de **30 %**.

c) La contrainte environnementale : une éco contribution qui tombe mal

Au 1^{er} janvier 2023, les éditeurs de presse ne pourront plus verser leur éco contribution en nature, sous forme d'encarts destinés à informer le consommateur sur la nécessité de favoriser le geste de tri et le recyclage ciblé uniquement sur le papier.

La fin de ce régime dérogatoire découle de la législation européenne et illustre le choix courageux de la France et de ses collectivités locales pour intégrer la contrainte environnementale.

Il va cependant se traduire par un prélèvement supplémentaire estimé à :

22 M€
dès 2023

4. LES RECOMMANDATIONS DE LA MISSION D'INFORMATION : ACCOMPAGNER LA PQR DANS SA TRANSFORMATION

La PQR affronte une équation complexe. Elle doit :

- d'une part, **préserv**er un marché de la vente « papier » auquel beaucoup de ses lecteurs sont encore attachés, mais dont les coûts de fabrication comme de diffusion sont aujourd'hui croissants ;
- d'autre part, investir massivement dans le numérique pour répondre aux nouvelles attentes de son lectorat, ce qui, là encore, nécessite de très lourds investissements.

La PQR ne saurait cependant se dédouaner, comme l'ensemble de la presse, de ses propres responsabilités dans la situation actuelle. Ainsi, l'aide de l'État au plan d'adaptation des imprimeries vient en partie pallier un **manque de coordination des éditeurs** face à une baisse des tirages déjà ancienne, de la même manière que la presse quotidienne nationale a fait supporter aux finances publiques ses erreurs de gestion dans la Messagerie Presstalis, pour des montants extrêmement importants, et sans que l'avenir soit encore assuré.

Il n'en reste pas moins que, compte tenu de son importance pour la démocratie et la vie locale, ce secteur doit maintenant être accompagné par l'État dans sa nécessaire transition.

Pour accompagner la PQR dans sa transition, la mission d'information formule donc 8 recommandations.

A. ACCÉLÉRER LA TRANSITION NUMÉRIQUE

La particularité principale de la presse quotidienne régionale réside dans son **manque d'adaptation aux nouveaux usages du lectorat**, eux-mêmes accélérés par l'épisode pandémique.

Il appartient en tout premier lieu aux éditeurs eux-mêmes **d'accélérer leur développement numérique**, ce dont ils ont du reste parfaitement conscience.

Cependant, la mission d'information estime que les pouvoirs publics pourraient encore plus contribuer à cette mutation en renforçant, à enveloppe constante, l'aide du Fonds stratégique pour le développement de la presse (FSDP).

Recommandation n° 1

Modifier l'article 27 du décret n° 2012-484 du 13 avril 2012 pour prévoir un taux de subvention du Fonds Stratégique pour le développement de la presse de 70 %, contre 60 % actuellement, pour les projets de transition numérique présentés par les éditeurs de presse.

B. ENCOURAGER TOUS LES PUBLICS À DÉCOUVRIR LA PRESSE LOCALE

S'il serait probablement illusoire de vouloir stopper l'érosion des ventes d'édition « physique », la mission d'information propose **deux pistes** pour permettre de préserver ce mode de diffusion qui non seulement est encore très majoritaire pour la PQR, mais s'avère également le plus rentable pour les titres : encourager à la vente de presse dans les zones « blanches » et l'inclusion dans le Pass Culture d'abonnements à la presse papier. À ce jour en effet, seules les versions numériques sont concernées.

Recommandation n° 2

Compléter l'article R. 752-6 du code du commerce pour prévoir, parmi les critères examinés par la commission départementale d'aménagement commercial pour autoriser l'ouverture de commerces, la présence d'un stand de presse dans les zones dites « blanches ».

Recommandation n° 3

Compléter l'annexe II de l'arrêté du 6 novembre 2021 pour inclure dans le Pass Culture les achats et abonnements de presse en version papier.

C. ACCOMPAGNER À MOYEN ET LONG TERME LE CHOC INFLATIONNISTE

Le choc inflationniste touche de **très nombreux secteurs** de l'économie, qui devront, d'une manière ou d'une autre, trouver des solutions, y compris avec le soutien des pouvoirs publics.

La mission d'information plaide pour une aide spécifique afin de compenser en partie la hausse des prix du papier. Cette aide doit cependant être bornée dans le temps et réservée aux titres les plus en difficulté.

Recommandation n° 4

Compenser partiellement, pour une durée déterminée, la hausse des coûts de production, notamment du papier. Cette aide serait réservée aux titres les plus en difficulté, en tenant compte de la situation financière des groupes auxquels ils sont rattachés.

À terme, cette crise a souligné la fragilité du tissu industriel national et européen. Il est essentiel à terme, dans le cadre de France Relance, de reconstruire un **appareil industriel adapté**.

Recommandation n° 5

Investir dans la reconstruction d'une filière papetière autonome via France Relance.

D. UNE DERNIÈRE CHANCE POUR LA COMPENSATION EN NATURE DE L'ÉCO-CONTRIBUTION

La question posée par la fin de l'exemption d'éco-contribution de nature financière dont bénéficient encore aujourd'hui les éditeurs de presse s'insère dans un calendrier particulièrement défavorable au secteur, soumis de surcroît à de nouvelles exigences de production plus respectueuses de l'environnement. La mission d'information recommande d'explorer toutes les pistes auprès de l'Union européenne pour s'assurer de la bonne compréhension de la directive. Une réponse favorable pourrait permettre de préserver le régime actuel, au moins pour un temps.

Recommandation n° 6

Interroger la Commission européenne sur le sens précis de la « contribution financière » au sens de la directive 2018/851 du 30 mai 2018, pour infirmer ou approuver la possibilité d'une exemption de l'éco-contribution en nature. Dans ce dernier cas, faire débattre par le Parlement d'une modification de l'article L. 541-10-19 du code de l'environnement.

En cas d'impossibilité juridique, la mission d'information propose d'instaurer une compensation pour la seule année 2023, afin de permettre aux éditeurs de surmonter la période actuelle.

Recommandation n° 7

Pour la seule année 2023, compenser pour les éditeurs l'éco-contribution versée à CITEO.

À plus long terme, les éditeurs devront user des facultés de modulation de l'éco-contribution en adoptant des modalités de production plus vertueuses.

Recommandation n° 8

Dans l'hypothèse où le principe d'une contribution financière serait maintenu, inviter les éditeurs à user des facultés de modulation de l'éco-contribution prévue à l'article L. 541-10-3 du code de l'environnement pour alléger les montants versés.



Laurent Lafon
Président
Sénateur du Val-de-Marne
(Union Centriste)



Michel Laugier
Rapporteur
Sénateur des Yvelines
(Union Centriste)

Consulter le dossier de la mission :
<http://www.senat.fr/commission/cult/index.html>