

N° 88

# SÉNAT

PREMIÈRE SESSION ORDINAIRE DE 1988-1989

Annexe au procès-verbal de la séance du 21 novembre 1988.

## RAPPORT GÉNÉRAL

FAIT

*au nom de la commission des Finances, du contrôle budgétaire et des comptes économiques de la Nation (1) sur le projet de loi de finances pour 1989, ADOPTÉ PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE*

Par M. Maurice BLIN,

*Sénateur,*

*Rapporteur général.*

TOME III

**LES MOYENS DES SERVICES ET LES DISPOSITIONS SPÉCIALES**

**(Deuxième partie de la loi de finances)**

ANNEXE N° 6

**CULTURE ET COMMUNICATION**

**Communication**

***Fascicule 2 : La Presse***

***Rapporteur spécial : M. Jean CLUZEL.***

(1) Cette commission est composée de : MM. Christian Poncelet, *président* ; Geoffroy de Montalembert, *vice-président d'honneur* ; Jean Cluzel, Jacques Descours Desacres, Tony Larue, Joseph Raybaud, *vice-présidents* ; Emmanuel Hamel, Modeste Legouez, Louis Perrein, Robert Vizet, *secrétaires* ; Maurice Blin, *rapporteur général* ; René Ballayer, Stéphane Bonduel, Raymond Bourguine, Ernest Cartigny, Roger Chinaud, Maurice Couve de Murville, Pierre Croze, Gérard Delfau, Jacques Delong, Marcel Fortier, André Fosset, Mme Paulette Fost, MM. Jeazi Francou, Henri Goetschy, Georges Lombard, Paul Loridant, Roland du Luart, Michel Manet, Jean-Pierre Masseret, Josy Moinet, René Monory, Lucien Neuwirth, Jacques Oudin, Bernard Pellarin, Jean-François Pintat, Mlle Irma Rapuzzi, MM. René Regnault, Henri Torre, André-Georges Voisin.

**Voir les numéros :**

**Assemblée nationale (9<sup>e</sup> législ.) : 160 et annexes, 294 (annexe n° 8), 295 (tome III), 296 (tome VIII) et T.A. 24.**

**Sénat : 87 (1988-1989).**

**Lois de finances. — Communication - Presse.**

## SOMMAIRE

	Pages
PRINCIPALES OBSERVATIONS DE LA COMMISSION .....	3
A. - Crédits d'aides à la presse .....	3
B. - Crédits à l'Agence France-Presse .....	4
C. - Crédits du Service Juridique et Technique de l'Information .....	5
I. - SITUATION DE LA PRESSE FRANÇAISE .....	7
A. - Principales caractéristiques du marché de la presse française .....	7
1. Composition du marché .....	7
2. Evolution de la diffusion .....	10
3. Evolution des recettes .....	16
B. - Perspectives d'évolution .....	25
1. Une évolution globale peu satisfaisante .....	25
2. Une évolution inégale selon les catégories de presse .....	26
3. Les conséquences de l'achèvement du marché unique européen .....	27
C. - L'enjeu de l'internationalisation de la presse .....	28
1. L'accélération de l'internationalisation depuis 1985 .....	29
2. Les mutations juridiques : création de l'espace économique européen .....	32
3. Les mutations technologiques .....	35
II. - LES AIDES PUBLIQUES A LA PRESSE .....	37
A. - Les aides directes .....	39
1. Subventions à la S.N.C.F. .....	40
2. Allègement des charges de communications téléphoniques .....	43
3. Le Fonds d'aide aux journaux à faibles ressources publicitaires .....	45
4. Le Fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger .....	50
B. - Les aides indirectes .....	59
1. Le régime postal de la presse .....	60
2. Les allègements de T.V.A. .....	70
3. Le régime spécial de provisions pour investissement (art. 39 bis du code général des impôts) .....	73
CONCLUSION : L'enjeu de l'internationalisation de la presse en 1989 .....	77

**PRINCIPALES OBSERVATIONS**  
**DE LA COMMISSION**

**A/ Crédits d'aides à la presse**

1. L'ensemble des aides directes à la presse représentera en 1989 218,7 millions de francs. Ce taux de progression (+ 8,7 %), inférieur à celui de l'année précédente (+ 15,7 %) peut être jugé globalement satisfaisant.

- On peut néanmoins regretter, à nouveau, le risque d'insuffisance des crédits correspondant à la réduction des tarifs S.N.C.F. et surtout la stagnation de la dotation du Fonds d'Aide à l'Expansion de la presse française à l'étranger.

En effet, face à l'enjeu, à la nécessité et aux contraintes de l'internationalisation de la presse, ce mécanisme mérite une attention particulière et des efforts importants.

- Il est envisagé d'étendre aux quotidiens de province l'aide actuellement applicable aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires. Pour être positif, ce principe d'extension devra s'accompagner d'une majoration des crédits actuellement inscrits au projet de loi de finances.

2. L'ensemble des aides indirectes, qui représente près de 25 fois le montant des aides directes (4.938 millions de francs), a progressé de 2,9 % en 1988. Le budget 1989 sera essentiellement marqué par l'incidence de la baisse de la T.V.A. de 4 % à 2,1 % sur les publications non-quotidiennes, adoptée en loi de finances pour 1988 grâce à un amendement de votre Commission des Finances. Cette disposition s'appliquera à compter du 1er janvier 1989.

## B/ Crédits à l'Agence France-Presse

Héritière de l'agence Havas, créée en 1835, l'Agence France-Presse est un établissement dont le statut particulier (loi du 10 janvier 1957) assure l'indépendance rédactionnelle, l'implantation dans le monde et l'autonomie financière.

Son indépendance à l'égard du Gouvernement est garantie par un conseil supérieur (formé de personnalités extérieures au pouvoir en place), une structure et des règles de fonctionnement proches de celles d'une coopérative fonctionnant pour l'ensemble de la presse française.

L'autonomie financière dépend de la souscription d'abonnements par l'Etat, sur la base de crédits inscrits au chapitre 34-95 du budget des services généraux du Premier Ministre.

Ces crédits s'élèvent à 452,13 millions de francs, soit une progression de 3,0 % par rapport à 1985.

Le plan de redressement de juillet 1986 a permis d'améliorer considérablement une situation parvenue à un stade critique en 1985. L'exercice en cours devrait confirmer le retour à l'équilibre financier de l'Agence.

Un important effort de rigueur a été mené depuis 1986, avec la suppression de 200 emplois, sans que soit constaté un renchérissement sensible des tarifs ni une détérioration de la présence internationale.

Dans la mesure où les abonnements de l'Etat représentent environ 55 % des recettes de l'établissement, le maintien d'un tel service reste néanmoins très dépendant de l'engagement de l'Etat. Sa privatisation serait du domaine de l'utopie. L'existence d'une agence de presse de stature internationale relève d'ailleurs des missions de l'Etat, de sa politique culturelle comme de sa politique étrangère.

**C/ Crédits du Service Juridique et Technique de l'Information.**

**EVOLUTION DES CREDITS**

(en millions de francs)

	1988 (1)	1989	Evolution en %
Dépenses de personnel (rémunérations + charges sociales)	10,87	10,95	+ 0,7
Matériel et fonctionnement	3,66	3,34	- 8,7
<b>TOTAL</b>	<b>14,53</b>	<b>14,29</b>	<b>- 1,65</b>

(1) Budget voté.

Les crédits affectés au S.J.T.I. enregistrent une **diminution en francs courants par rapport à 1988 : - 1,65 %.**

Les principales mesures comprennent :

o La majoration des crédits d'enquêtes et d'études afin de permettre la réalisation d'études dans le secteur de la communication, et l'acquisition des travaux réalisés par des organismes spécialisés (+ 100.000 francs).

o La majoration des crédits de fonctionnement de la Commission des aides au soutien à l'expression radiophonique, dont le secrétariat est assuré par le S.J.T.I. (+ 50.000 francs).

o La suppression de 55.000 francs ouverts en 1988 à titre non reconductible pour la modernisation de la documentation.

o La suppression de deux emplois d'agents techniques de bureau en application des normes d'économie sur les effectifs (- 167.290 francs).

Votre Rapporteur déplore le maintien de la mise à disposition de personnel par les sociétés du secteur public (1). Il exprime les plus entières réserves sur ce procédé qui revient à faire contrôler ces entreprises par des agents qu'elles rémunèrent. Cette imbrication, outre qu'elle constitue un transfert de charges, va à l'encontre du principe de séparation des organes de gestion et des organes de contrôle.

---

(1) En 1988, deux ingénieurs de T.D.F., un administrateur de T.F.1, deux agents d'Antenne 2 et un ingénieur du G.I.A.

## I/ SITUATION GENERALE DE LA PRESSE FRANCAISE

### A. Principales caractéristiques du marché de la presse française

#### 1. Composition du marché

La presse française comprend en 1988 plus de 13.000 titres :

- 10.000 titres constitués en majorité par la presse associative, mutualiste et syndicale à laquelle s'ajoutent la presse administrative et des publications diverses,

- 2.950 titres pour les publications dites de la "presse éditeurs". Celle-ci comprend trois catégories :

. la presse d'information générale et politique :

- presse nationale : 63 titres,

- presse locale : 409 titres,

. la presse spécialisée "grand public" : 830 titres (hors journaux gratuits d'annonces),

. la presse technique et professionnelle : près de 1.200 titres.

La presse étrangère est représentée par environ 450 titres (diffusés essentiellement par les N.M.P.P.) en provenance d'une vingtaine de pays.

**- Périodicité en termes de tirages :**

- quotidiens : 46 % dont 11 % pour les nationaux et 35 % pour les régionaux,
- hebdomadaires : 41 %,
- mensuels et trimestriels : 13 %.

**- Structure de la diffusion :**

- au numéro : 60 %,
- par abonnement : 21 %,
- service gratuit : 10 %,
- invendus : 9 %.

**- Circuits de distribution (presse payée) :**

- P.T.T. : 41 %,
- N.M.P.P. et filiales : 31 %,
- S.A.D. et filiales d'éditeurs de presse indépendants : 28 %.

**Grands groupes de presse français et groupes étrangers.**

Le tableau suivant présente les dix premiers groupes de presse français en fonction de leur chiffre d'affaires. Leur importance peut être également appréciée sur la base de leurs résultats et leur taille suivant le nombre de leurs effectifs.



Rang	Chiffre d'affaires 1986 (en milliers de francs)	Résultats 1986 (en milliers de francs)	Effectifs
1. Groupe Hersant (1) .....	6 300 000	»	8 000
2. Hachette Presse (2) .....	3 920 000	+ 166 000	1 493
3. Edition Mondiales .....	1 530 000	»	1 179
4. Edition Armaury .....	1 434 000	+ 15 000	1 600
5. Publications Filipacchi .....	1 400 927	+ 91 036	660
6. Prisma Presse .....	1 233 756	»	343
7. C.E.P. Communication .....	1 091 700 (3)	»	»
8. Ouest-France .....	1 064 800	+ 18 700	1 919
9. Bayard Presse .....	1 036 109	+ 12 167	1 797
10. Publications de la vie catholique .	1 022 766	+ 14 370	1 134

(1) Chiffres estimés.

(2) Chiffre concernant uniquement les activités presse d'Hachette.

(3) Non compris les éditions Nathan et Larousse.

Source : L'Expansion, décembre 1987.

Le tableau ci-dessous permet la comparaison avec les quatre principaux groupes de presse allemands, l'un des principaux groupes anglais et le principal groupe multimédia italien.

Pays		Chiffres d'affaires 1986 (en milliers de francs)	Résultat 1986 (en milliers de francs)	Effectifs
R.F.A. ....	Axel Springer Verlag A.G.	9 008 000	320 050	11 638
R.F.A. ....	Gruner + Jahr AG and Co (Filiale groupe Bertelsman)	8 683 000	»	7 951
R.F.A. ....	Verlags-gruppe Bauer	7 044 000	»	9 900
R.F.A. ....	Burda Gmb H	3 239 000 (1987)	44 401	5 000
R.U. ....	The Mirror Group (groupe Robert Maxwell)	2 500 000	»	»
I. ....	Retequattro (Groupe Silvio Berlusconi)	642 430	3 940	»

Ces documents ont été établis d'après les informations disponibles pour les années les plus récentes, en se référant aux chiffres rendus publics dans la presse professionnelle.

## **B. Evolution de la diffusion**

En 1985, le tirage annuel a progressé de 50 millions d'exemplaires. Cette très faible évolution à la hausse (moins de 1 %) s'explique par la diminution des tirages moyens au titre (147.000 exemplaires contre 148.000 exemplaires en 1984) pour la presse nationale d'information générale et politique.

En revanche, le tirage moyen par titre des **périodiques spécialisés grand public** (121.000 exemplaires par parution) est en **progression de 26 %** par rapport à l'année précédente (96.000 exemplaires).

L'évolution la plus notable concerne la **structure de la diffusion payée** de la presse spécialisée destinée au grand public : la **part de la vente au numéro est en baisse sensible** (44 % du tirage contre 63 % en 1984), au profit de la **vente par abonnement** (29 % du tirage contre 15 % en 1984).

### **o Quotidiens nationaux**

Le tirage annuel des quotidiens généralistes est en augmentation de 14 millions d'exemplaires pour l'année 1985, soit **45.000 parutions quotidiennes en moyenne**.

Cette augmentation globale bénéficie **uniquement aux quotidiens non spécialisés du matin** (487 millions d'exemplaires en 1985 contre 470 en 1984).

### **o Hebdomadaires nationaux d'information générale et politique**

Quoiqu'en nette diminution en 1985, les tirages moyens par titre sont plus élevés pour les magazines illustrés que pour

les magazines d'information (respectivement 463.000 et 300.000 exemplaires).

La part en pourcentage de la vente par abonnement des magazines d'information est en progression (46,10 % en 1985 contre 45,3 % en 1984).

#### **o Presse locale d'information générale et politique**

Les publications mensuelles sont caractérisées par un très fort taux de service gratuit (30 %) ; ces périodiques sont pour l'essentiel des magazines régionaux et locaux.

#### **o Presse spécialisée grand public**

Les trois formes principales de la presse magazines (T.V., journaux féminins, sportifs) accroissent à nouveau leurs poids respectifs au sein de l'ensemble de la catégorie qui tire en 1985 à 3,7 milliards d'exemplaires (2,2 milliards si l'on excepte les journaux d'annonces gratuits).

#### **o Presse technique et professionnelle**

Trois ensembles se dégagent par leur importance : la presse médicale (27,84 %), la presse des services marchands (25,25 %) et la presse agricole (24,75 %), qui réalisent à eux seuls près de 78 % du tirage total annuel de la presse technique et professionnelle.

Par rapport à 1984, il convient de noter cependant que seule la presse médicale (dans son ensemble) est en progression.

Deux particularités caractérisent ce type de presse quant à la diffusion : le faible taux de vente au numéro (5,23 %) et un taux non négligeable de diffusion gratuite (18,05 % en moyenne).

### C. Evolution du lectorat

o Le Centre d'Etude des Supports de Publicité (C.E.S.P.) a publié en 1988 sa 25ème enquête effectuée auprès du lectorat, mesurant le degré d'audience d'un certain nombre de publications de presse. Les principaux résultats sont les suivants :

- 53,4 % de la population française étudiée lit au moins un quotidien national ou régional (contre 54,7 % en 1987 et 56,1 % en 1986).

- 12 % de la population française étudiée lit au moins un quotidien national (contre 12,3 % en 1987 et 12,7 % en 1986).

- 53,8 % de la population française étudiée, soit 18.366.000 personnes, lit au moins un quotidien régional (contre 55,1 % en 1987, et 56,5 % en 1986).

\* L'audience des quotidiens nationaux marque une relative stabilité dans son ensemble par rapport à l'année précédente, mais la situation est contrastée selon les titres étudiés.

o Trois quotidiens perdent des lecteurs. Il s'agit de **La Croix** (- 10,31 %), de **L'Equipe** (- 5,18 %) et de **Libération** (- 5,89 %). En revanche, **Le Monde** gagne 27.000 lecteurs, soit une hausse de 2,62 % et **Le Parisien** bénéficie de la plus forte progression, avec une hausse de 9,66 %.

**C.E.S.P. PRESSE 1988**

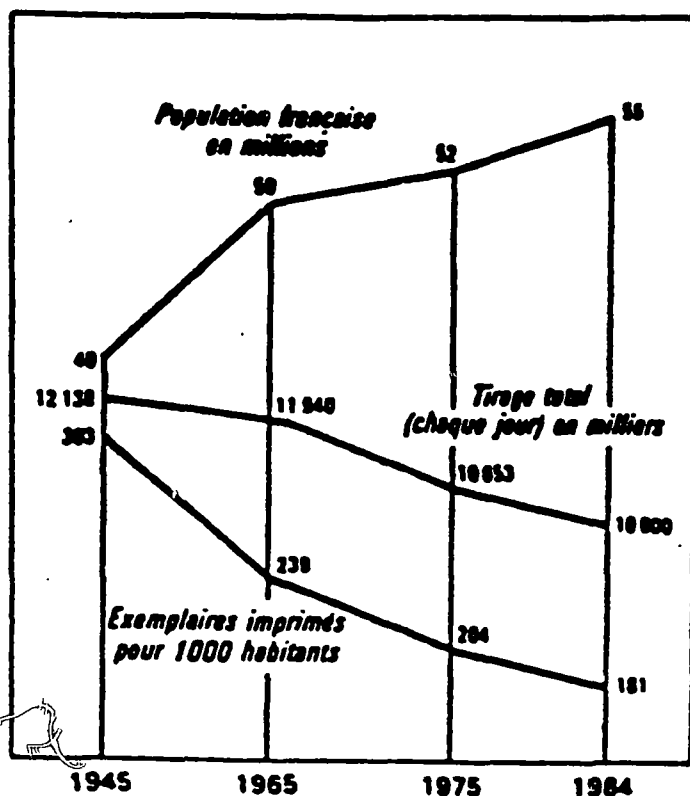
**Lecture de la dernière période et habitude de lecture régulière.**

Quotidiens nationaux	Nombre de lecteurs	Pénétration en pourcentage	Habitude de lecture régulière	Variation en pourcentage du nombre de lecteurs 1988/1987
<i>La Croix</i> .....	226 000	0,5	201 000	- 10,31
<i>L'Equipe</i> .....	732 000	1,8	479 000	- 5,18
<i>Libération</i> .....	750 000	1,8	420 000	- 5,89
<i>Le Monde</i> .....	1 056 000	2,6	704 000	+ 2,62
<i>Le Parisien</i> .....	1 259 000	3	1 050 000	+ 9,66
Au moins 1 quotidien national .	4 966 000	12	»	- 1,01
Au moins 1 quotidien régional .	18 366 000	53,8	»	- 1,73
Au moins 1 quotidien France ..	22 0270 000	53,4	»	- 1,61

**\* Quotidiens régionaux**

Les résultats montrent un très léger recul de l'ensemble des quotidiens régionaux, à l'exception des quotidiens du Sud-Ouest qui enregistrent une progression de 1,58 %. Le premier titre reste Ouest-France, avec 2.355.000 lecteurs. Le groupe Centre-France (la Montagne, Limoges Matin, Le Populaire du Centre, le Berry Républicain et le Journal du Centre) enregistre la plus forte baisse avec une perte d'audience de 5,85 %.

ÉVOLUTION DE LA PRESSE QUOTIDIENNE DEPUIS 1945



LES SIX QUOTIDIENS FRANÇAIS « RECORDS »

	Titre	Diffusion 86	Diffusion 87
(R)	<i>Ouest France</i> .....	736 400	739 047
(N)	<i>Le Figaro</i> .....	443 006	433 496
(R)	<i>La Voix du Nord</i> .....	377 500	380 956
(R)	<i>Sud-Ouest</i> .....	360 459	368 160
(N)	<i>Le Parisien</i> .....	357 776	365 661
(N)	<i>Le Monde</i> .....	363 663	362 661

o La comparaison avec les pays étrangers fait apparaître que si la France se trouve largement en tête pour la pénétration de la presse magazine, la pénétration de la presse quotidienne est beaucoup plus faible que dans la plupart des pays développés.

TAUX DE PÉNÉTRATION DE LA PRESSE - FRANCE-ÉTRANGER

1. Presse quotidienne (1985).

1985	Quotidiens nationaux		Quotidiens et locaux		Total Exemplaires pour 1 000 hab.	Indice France 100
	Nombre de titres	Exemplaires pour 1 000 hab. (pénétration)	Nombre de titres	Exemplaires pour 1 000 hab. (pénétration)		
France .....	13	52	93	132	184	100
R.F.A. ....	7	148	424	263	411	223
G.-B. ....	16	590	79	137	727	395
Italie .....	»	»	80	92	92	50
Espagne .....	1	8	119	79	87	47
Belgique .....	24	142	67	214	356	193
Suisse .....	4	126	176	385	563	306
Autriche .....	2	197	78	159	356	193
Hollande .....	9	118	62	188	306	275
Suède .....	4	172	176	385	577	313
Finlande .....	6	187	92	479	666	361
Norvège .....	7	182	155	390	572	310
Canada .....	113	227	1 187	518	745	404
Etats-Unis .....	6	37	2 465	505	542	294
Japon .....	125	366	67	353	719	391
Australie .....	62	303	78	159	356	193

Source : Media Scene in Europe.

## 2. PRESSE MAGAZINE (1985).

1985	Population totale (millions d'habitants)	Nombre de titres	Exemplaires pour 1 000 habitants (pénétration)	Indice France - 100
France .....	55 000	900	1 354	100
R.F.A. ....	61 750	1 200	1 018	75
Grande-Bretagne .....	56 300	1 150	656	48
Italie .....	57 140	250	711	52
Espagne .....	37 900	200	218	16
Belgique .....	9 800	129	1 183	87
Suisse .....	6 350	58	673	50
Autriche .....	7 500	19	276	20
Hollande .....	14 500	76	1 055	78
Suède .....	8 320	150	1 186	88
Finlande .....	4 800	56	1 354	100
Norvège .....	4 100	35	975	72
Canada .....	25 000	446	1 106	82
Etats-Unis .....	234 500	4 872	1 110	82
Japon .....	119 000	235	»	»
Australie .....	15 350	»	»	»

Source : Media Scene in Europe.

### 3. Evolution des recettes

#### 3.1. Structure des recettes de la presse

Le chiffre d'affaires de la presse est constitué des recettes de vente au numéro, des recettes d'abonnement, des recettes de publicité commerciale et de petites annonces. Dans le tableau ci-après concernant l'année 1985, le chiffre d'affaires est exprimé hors T.V.A. et inclut les commissions aux agents de la distribution et de la vente, ainsi que les commissions et rémunérations d'intermédiaires payées au titre de la publicité.

L'activité d'ensemble de la presse éditeur en 1985 est marquée par une augmentation des ventes. La reprise du



marché publicitaire déjà constatée en 1984 se poursuit. En francs constants, les recettes de vente croissent de 2,73 % pour se situer à 24,11 milliards de francs : les recettes de publicité commerciale et de petites annonces croissent de 8,6 % et atteignent 16,75 milliards de francs, soit 41 % du chiffre d'affaires global de la presse contre 40 % en 1984.

**CHIFFRE D'AFFAIRES POUR 1985**

**Tableau récapitulatif.**

(En milliers de francs, hors T.V.A., commission incluses.)

Ensemble de presse	Nombre de titres	Vente au numéro	Vente par abonnement	Total vente	Pourcentage	Publicité commerciale	Petites annonces	Total publicité	Pourcentage	Recette globale
Information générale .....	63	3 526 842	1 193 568	4 720 410	57	2 469 062	1 031 974	3 501 036	43	8 221 446
Information générale et politique locale .....	431	5 410 229	1 558 406	6 968 635	61	3 324 106	1 213 226	4 537 332	39	11 505 967
Périodiques spécialisés « grand public » .....	1 259	8 405 001	2 152 069	10 557 070	62	5 836 751	607 491	6 444 242	38	17 001 312
Périodiques spécialisés « professionnels » .....	1 184	221 487	1 645 390	1 866 877	45	1 950 053	315 606	2 265 659	55	4 132 536
Ensemble .....	2 937	17 563 559	6 549 433	24 112 992	59	13 579 972	3 168 297	16 748 269	41	40 861 261

**3.1.1. Presse nationale d'information générale et politique**

**a) quotidiens nationaux**

Le chiffre d'affaires global de l'ensemble des quotidiens nationaux traduit une nette reprise par rapport à 1984, atteignant 5,6 milliards de francs en 1985 contre 4,7 milliards en 1984, soit une hausse de 17,24 % en francs courants (+ 10,78 % en francs constants).

Pour l'ensemble des quotidiens d'information générale et politique, la hausse a été de 21,65 % en francs courants pour les recettes totales de vente.

L'évolution la plus importante concerne la hausse des recettes de vente au numéro des quotidiens du matin

(+ 35,39 % en francs courants, + 26,98 % en francs constants). On observe également une progression de la vente par abonnement, surtout pour les quotidiens du soir.

#### **b) Hebdomadaires nationaux**

Le chiffre de recettes globales des hebdomadaires nationaux augmente en 1985 de 18,90 % en francs courants pour atteindre 3,5 milliards de francs. L'essentiel de cette progression est due aux six magazines d'information dont le chiffre d'affaires des ventes augmente de 26,50 %.

Les progressions de chiffre d'affaires les plus conséquentes concernent, outre les magazines d'information, les magazines d'information illustrés.

#### **3.1.2. Presse locale d'information générale et politique**

Pour l'ensemble des quotidiens régionaux et départementaux, le chiffre d'affaires global des éditions de semaine continue de stagner (+ 5,41 % en francs courants, - 0,40 % en francs constants). On observe une tendance au transfert des recettes de publicité des éditions de la semaine vers les éditions du 7ème jour, dont la progression est nette (+ 12,66 % en francs courants), la stagnation des ventes étant similaire pour ces deux types d'éditions.

Malgré la légère diminution du nombre des titres, les hebdomadaires locaux d'information générale et politique voient leur chiffre d'affaires global progresser de 10,43 % en 1985.

Cette progression est plutôt due à l'augmentation des recettes de publicité (+ 14,41 %) qu'à celle des recettes de vente (+ 4,29 %).

### **3.1.3. Presse spécialisée**

La progression globale de 6,88 % masque une **stagnation du marché des ventes** de ce type de presse pour l'année 1985 (+ 0,99 %), aussi bien pour la vente au numéro que pour la vente par abonnement.

Quatre catégories de presse représentent à elles seules près de 70 % du marché des ventes : la presse féminine (22,02 %) qui accède au premier rang en 1985 devant la presse télévision (19,32 %), la presse sportive (14,43 %) et la presse de loisirs (13,02 %).

### **3.1.4. Périodiques professionnels**

Le marché des ventes évolue différemment selon les secteurs de la presse technique et professionnelle. La **presse agricole et industrielle accuse un très net recul de ses ventes au numéro (- 24,02 %)**, recul compensé par une amélioration de la vente par abonnement (+ 8,05 %).

La presse du commerce, des services et de la médecine enregistre une augmentation de + 5,97 % de la vente au numéro et marque une progression du chiffre de la vente par abonnement de + 8,61 %. L'ensemble des ventes de la presse technique et professionnelle progresse de 7,45 % en 1985 mais il représente 45 % des recettes globales contre 48 % en 1984.

### **3.1.5. Tableau récapitulatif**

le tableau suivant montre, pour chacune des grandes catégories de presse, l'évolution 1984-1985 du chiffre d'affaires global (ventes + publicité) en francs courants et en francs constants.

**PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION**  
**Quotidiens, périodiques et autres publications.**

	Millions de francs h.t. (aux prix de 1987)				Variation annuelle moyenne (%)		
	1979	1982	1987	1993	1979-1982	1982-1987	1987-1993
	Production .....	40 828	42 190	45 450 *	47 000	1,1	1,5
Importations .....	1 622	1 711	1 983	2 450	1,8	3,0	3,6
Exportations .....	1 608	1 662	1 679	1 800	1,1	0,2	1,2
Marché intérieur .....	40 842	42 239	45 754	47 650	1,1	1,6	0,7

Source : B.I.P.E.

### **3.2. Position de la presse sur le marché publicitaire français**

Les derniers chiffres fournis par l'I.R.E.P. concernent l'année 1987.

#### **3.2.1. Le marché publicitaire français**

L'année 1987 a été, selon l'I.R.E.P., une année exceptionnelle pour le marché publicitaire français. En effet, la progression globale des recettes publicitaires des médias est la plus forte de la dernière décennie (+ 15,5 %).

L'année 1988 sera caractérisée par une progression toujours importante (+ 13 %).

La presse occupe toujours la position dominante sur le marché publicitaire avec 57 % des recettes publicitaires. Mais sa lente érosion se poursuit, puisqu'elle perd 1,5 point en parts de marché par rapport à 1987.

**RÉPARTITION DES RECETTES PUBLICITAIRES  
ENTRE LES GRANDS MÉDIAS**

	1984	1985	1986	1987	1988 (P)
Presse (2) .....	59	59	58	57	55,6
Télévision .....	16,5	17	19	22	24,8
Publicité extérieure (3) .....	13,5	13	13	12,5	11,8
Radio .....	9	9	8,5	7,5	7
Cinéma .....	2	2	1,5	1	0,9
<b>Total .....</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**ÉVOLUTION DES RECETTES PUBLICITAIRES DES GRANDS MÉDIAS**

Pourcentage d'évolution annuelle par rapport à l'année précédente.

	84/83	85/84	86/85	87/86	1988 (P)
Presse (2) .....	+ 10,5	+ 11	+ 13	+ 13,5	+ 13
Télévision .....	+ 10	+ 16,5	+ 27	+ 36	+ 25
Publicité extérieure (3) .....	+ 11	+ 10	+ 12,5	+ 10,5	+ 8
Radio .....	+ 17,5	+ 12,5	+ 6	+ 1	+ 6
Cinéma .....	+ 23	+ 2	+ 3	- 20	+ 10
<b>Total .....</b>	<b>+ 11,5</b>	<b>+ 11,5</b>	<b>+ 14,5</b>	<b>+ 15,5</b>	<b>+ 13</b>

Compris les commissions d'agences et de régie s'il y a lieu.

(2) Petites annonces et publicité locale comprises.

(3) Affichage sous toutes ses formes.

### 3.2.2. Recettes publicitaires par catégorie de presse

#### RECETTES PUBLICITAIRES DE LA PRESSE

(En millions de francs.)

	1984	1985	1986	1987	1988
Quotidiens de Paris .....	1 445	1 610	1 960	2 335	2 740
Quotidiens régionaux .....	3 645	3 900	4 200	4 700	5 170
Magazines .....	4 960	5 515	6 090	6 685	7 020
Spécialisés .....	2 400	2 675	2 995	3 380	3 790
Gratuits .....	1 810	2 130	2 630	3 180	3 700
<b>Total presse .....</b>	<b>14 260</b>	<b>15 830</b>	<b>17 875</b>	<b>20 280</b>	<b>22 420</b>

(1) Les recettes publicitaires s'entendent hors taxes, dégressifs déduits mais y compris les commissions d'agences et de régie s'il y a lieu. Petites annonces et publicité locale comprises.

La part de recettes publicitaires la plus importante revient aux magazines (31,3 % des recettes) suivis par les quotidiens régionaux (23,1 % des recettes). L'année 1988 a toutefois été marquée par une progression sensible des recettes des quotidiens nationaux (+ 17 %) et de la presse gratuite (+ 16 %).

#### RÉPARTITION DES RECETTES PUBLICITAIRES ENTRE LES DIFFÉRENTES CATÉGORIES DE PRESSE

(En pourcentage.)

	1984	1985	1986	1987	1988 (P)
Quotidiens de Paris .....	10,1	10,2	11	11,5	12,2
Quotidiens régionaux .....	25,6	24,6	23,5	23,2	23,2
Magazines .....	34,8	34,8	34,1	33	31,3
Spécialisés .....	16,8	16,9	16,7	16,7	16,9
Gratuits .....	12,7	13,5	14,7	15,6	16,5
<b>Total presse .....</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

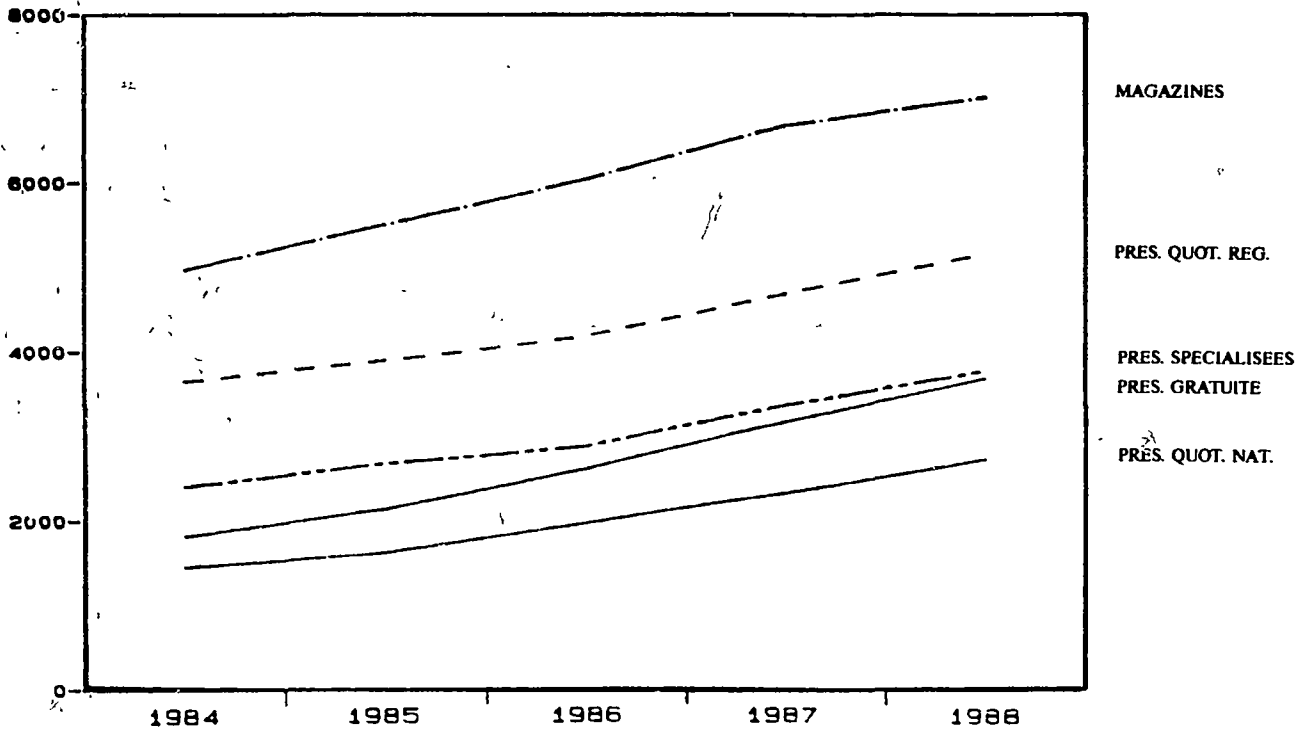
**ÉVOLUTION ANNUELLE DES RECETTES PUBLICITAIRES DE LA PRESSE**

(En pourcentage.)

	1984/1983	1985/1984	1986/1985	1987/1986	1988 (P)
Quotidiens de Paris .....	+ 0,5	+ 11,5	+ 21,5	+ 19	+ 17
Quotidiens régionaux .....	+ 6	+ 7	+ 8	+ 12	+ 10
Magazines .....	+ 13	+ 11	+ 10,5	+ 10	+ 5
Spécialisés .....	+ 13	+ 11,5	+ 12	+ 13	+ 12
Gratuits .....	+ 17,5	+ 17,5	+ 23,5	+ 21	+ 16
<b>Total presse .....</b>	<b>+ 10,5</b>	<b>+ 11</b>	<b>+ 13</b>	<b>+ 13,5</b>	<b>+ 10</b>

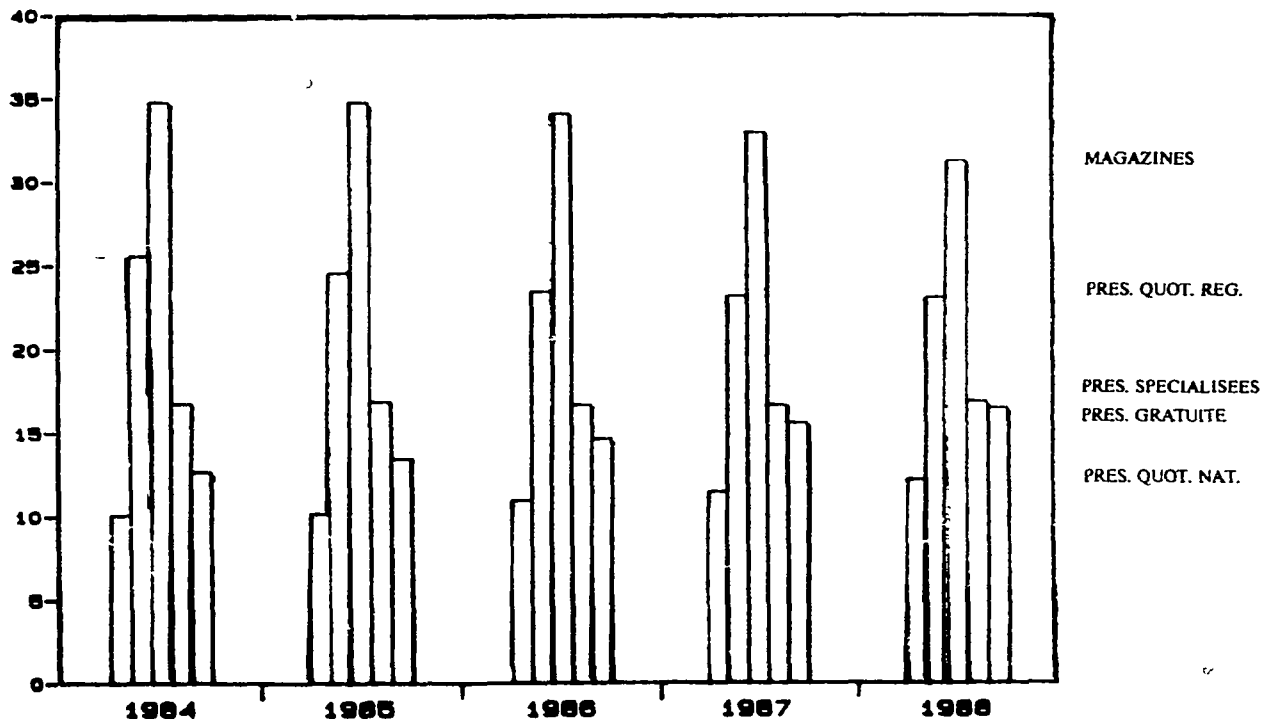
**RECETTES PUBLICITAIRES DE LA PRESSE**

(En millions de francs.)



## RÉPARTITION DES RECETTES PUBLICITAIRES

(En pourcentage.)



La presse suit, comme l'ensemble des médias, un mouvement à la hausse, mais de plus faible amplitude, avec une croissance moyenne de ses recettes publicitaires de 13,5 %.

Toutefois, on observe des évolutions divergentes selon les types de presse et des disparités au sein d'une même catégorie de supports :

- Les journaux gratuits ont vu leurs recettes publicitaires progresser fortement (+ 21 %).

- La bonne performance des quotidiens de Paris (+ 19 %) tient à la politique des suppléments (1) et à la poursuite du redressement des petites annonces).

(1) Il s'agit des suppléments ayant la présentation de quotidiens ; les suppléments magazines étant assimilés par l'I.R.E.P. aux magazines.



- Les quotidiens régionaux, qui ont bénéficié du redressement de la publicité extra-locale et du développement des recettes publicitaires provenant des petites annonces, progressent de 12 %.

- Les magazines enregistrent globalement une progression de + 10 %.

- Les spécialisés (presse d'information technique et professionnelle) poursuivent avec + 13 % , une évolution favorable et régulière proche de celle du marché de la presse en général.

Les secteurs publicitaires les plus dynamiques au sein de la presse sont :

- pour la presse quotidienne, les secteurs "transports-communications-tourisme", "culture-loisirs-distractions" et "services" ;

- pour la presse magazine, les secteurs "alimentation-boissons" et "culture-loisirs-distractions" ;

- pour la presse d'information spécialisée, les secteurs "équipement" et "transports-communications-tourisme".

## **B. Perspectives d'évolution du marché de la presse (1)**

### **1. Une évolution globale peu satisfaisante**

De 1981 à 1987, la presse a enregistré une baisse de sa part relative dans le total du budget "communication" des ménages : 25 % en 1981, 23 % en 1987.

---

(1) Cf. BIPE - Prévisions Glissantes détaillées à l'horizon 1993.

Les perspectives d'évolution sont marquées par un léger ralentissement de la progression du marché intérieur, liée d'une part à l'évolution peu dynamique des revenus des ménages, et, ce malgré l'apparition de nouvelles exigences des lecteurs (presse spécialisée, présentation différente des journaux et revues, demande de nouveaux produits), d'autre part à l'influence négative de l'augmentation des prix de vente des quotidiens.

Celle-ci ne suffira pas à compenser l'érosion du lectorat et la concurrence des autres supports médiatiques.

**2. Evolution inégale selon les catégories de presse. Par catégories, l'évolution pourrait être la suivante :**

. **progression rapide de la vente des hebdomadaires et des périodiques destinés au "grand public" (presse T.V., presse féminine, information économique et technique...);**

. **croissance modérée de la vente des quotidiens à caractère local en raison de l'impact de la télévision et de la radio nationale et locale ;**

. **poursuite de la baisse de la diffusion des quotidiens à caractère national ;**

. **faible croissance des exportations, due principalement au manque de compétitivité de l'offre française et aux politiques commerciales insuffisamment adaptées aux conditions du marché européen. La domination linguistique de l'anglais constitue également un élément défavorable.**

**PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION**

**Quotidiens, périodiques et autres publications.**

	Millions de francs h.t. (aux prix de 1987)				Variation annuelle moyenne (%)		
	1979	1982	1987	1993	1979-1982	1982-1987	1987-1993
	Production .....	40 828	42 190	45 450	47 000	1,1	1,5
Importations .....	1 622	1 711	1 983	2 450	1,8	3,0	3,6
Exportations .....	1 608	1 662	1 679	1 800	1,1	0,2	1,2
Marché intérieur .....	40 842	42 239	45 754	47 650	1,1	1,6	0,7

Source : B.I.P.E. 7

Au niveau international, les principaux groupes français n'occupent pas de place importante. Parmi les leaders, on trouve des entreprises de presse japonaises (Yamiuri, Asahi...) soviétiques, américaines (Gannet Co, Knight- Ridder, Newhouse, Newspapers,...) allemandes (Axel Springer, Heinrich Bauer Verlag, Burda...), britanniques (News International, Reed International, S. Pearson & Son...).

En Europe, les perspectives d'achèvement du marché unique devraient encore accentuer les processus de rapprochement (ententes, joint-ventures,...), de rachat et de lancement d'éditions internationales.

### **3. Conséquences de l'achèvement du marché européen.**

L'activement du marché européen aura plusieurs conséquences :

- Accélération du mouvement de création de groupes supranationaux au sein de la Communauté européenne Prisma Press, filiale française de Gruner und Jahr, se développe en France ; C.L.T.-Audiofina contrôle Télé Star et a une participation dans Actuel ; Hachette lance des éditions d'Elle en Allemagne fédérale et en Italie.... Ce mouvement prend non seulement la

forme d'acquisitions, mais également celle d'associations pour l'édition de publications, participant ainsi à la création de réseaux internationaux d'entreprises dans la communication (ex. : Bertelsmann-Groupe de la Cité, Hersant-La Cinq-Berlusconi, Time-Hachette-Rizzoli (Italie) -Edusa (Espagne)).

- Accélération des investissements techniques et commerciaux pour pouvoir figurer parmi les groupes les plus compétitifs et prendre ainsi une part importante du marché de la communication. (1)

- Association de sociétés de plusieurs pays pour financer et gérer des canaux sur les satellites de communication.

- Adaptation des conditions de travail dans certains pays de la Communauté afin d'améliorer le jeu de la concurrence, le secteur de la presse étant souvent régi par des accords patronat-syndicats spécifiques.

### C. L'enjeu de l'internationalisation de la presse.

L'internationalisation de la presse est un phénomène relativement récent.

Les prises de contrôle et les lancements de produits nouveaux se sont accélérés depuis trois ans en France. L'exemple le plus frappant est sans conteste celui de la presse féminine.

Cette évolution au cours des trois dernières années est due à trois mutations :

#### 1. Les mutations technologiques (développement du fac-similé, standardisation des moyens informatiques) ;

---

(1) Les attentes des lecteurs et l'évolution du marché publicitaire ont incité, ces deux dernières années, la presse quotidienne nationale à entreprendre la modernisation de son impression, notamment en introduisant la quadrichromie et le découpage en cahiers.

Trois grands pôles d'impression sont en voie de constitution : imprimerie ultra moderne construite à Ivry par Le Monde en coopération avec le groupe Hachette, et qui aura une pleine capacité de production au début de l'année prochaine ; le site d'impression que prépare le groupe de M. Robert Hersant à Roissy et qui sera prêt un an plus tard ; et un projet de M. Robert Maxwell.

**2. Les mutations juridiques (ouverture des frontières dans la perspective de 1992, évolution du droit français) ;**

**3. Les mutations économiques et financières qui ont transformé les stratégies des grands groupes de presse (développement de la diffusion internationale, prise de contrôle dans les sociétés).**

A l'évidence, la proximité du grand marché européen de 1992 et l'effet de concurrence ont accéléré un phénomène déjà ressenti depuis quelques années.

Déjà en France, avant 1987, sont apparus les premiers signes d'une pénétration dans la presse magazine avec l'implantation de la revue américaine *Vogue* (éditée par une filiale de l'Américain Newshouse), le lancement de *Géo* et *Ca m'intéresse*, copies des produits allemands de Prisma Presse filiale de Bertelsmann.

Depuis deux ans, les éditeurs français réagissent : le groupe Hachette avec ses treize éditions de *Elle*, le groupe Bayard qui édite à Hong-Kong, et l'achat par la C.E.P. du groupe de presse informatique italien Prima Linea.

### **L'accélération de l'internationalisation depuis 1985**

#### **1985 :**

Pas d'opération internationale sinon le rachat temporaire des éditions belges Dupuy, en juillet, par Hachette Editions mondiales, Bruxelles-Lambert.

#### **1986 :**

- Mai : création du magazine *Burda Moden* en U.R.S.S.

#### **1987 :**

- Janvier : acquisition par le groupe Hersant de 24 % du capital du Sor (groupe Rossel).

- **Février** : rapprochement technique entre le groupe Hersant et le groupe de presse espagnol Editorial Catholica.

- **Mars** : Le groupe Maxwell manifeste son intérêt pour Le Provençal.

Après une édition au Japon et dans les pays arabes, le groupe Marie- Claire lance une édition espagnole (accord de licence avec le groupe Mondadori et "joint-venture" avec le groupe espagnol "16").

- **Juin** : acquisition par la société Dow Jones (Wall Street Journal) de 14 % du groupe Expansion.

**1988 :**

- **Janvier** : annonce de Maxwell d'éditer un quotidien européen de langue anglaise pour janvier 1989 et un quotidien français style Daily Mail.

- Lancement de Fortune par Hachette et Filipacchi et le groupe Time Inc. (joint-venture).

- Rachat par le groupe Pearson, propriétaire du Financial Time, du groupe Les Echos.

- **Mars** : Rapprochement de la centrale d'achats française Gilbert Gross et du groupe britannique W.C.R.S. (protocole d'accord publicitaire).

- Lancement d'une O.P.A. du groupe Hachette sur l'éditeur américain Grolier, numéro un mondial sur le marché de l'encyclopédie.

- Entrée du groupe Maxwell dans la société Marceau Investissements, regroupant des investisseurs étrangers spécialisés dans l'investissement dans le secteur de la presse de province.

- Rachat par Hachette des éditions Rombaldi à la Redoute.

- Annonce du Financial Time et du groupe Pearson d'une possible prise de participation dans le quotidien espagnol Cinco Dias.

- **Avril** : Attribution de Marie-France et de Point de Vue et Images du Monde au groupe Bauer par le tribunal de commerce.

- acquisition par le groupe **Hachette Filipacchi de Diamandis Communications Inc.** (7ème groupe de presse américain qui publie onze magazines grand public).

- Prise de participation à 49 % dans le capital d'**Edimer Bateaux Magazine**, du groupe **Springer** ; ce groupe annonce par ailleurs son intention de développer son journal **Auto Bild** en France et en Grande-Bretagne.

- **Mai** : Création d'une nouvelle filiale du groupe **Bauer Presse** en Espagne en vue de l'édition de produits de presse en langue espagnole.

Prise de contrôle de l'imprimerie **François** par **Robert Maxwell**.

- **Juin** : Acquisition par le groupe **Expansion** de 30 % du groupe **Estructura** qui publie notamment le quotidien économique **Cinco Dias**.

- Acquisition par **Robert Maxwell** de 49 % du capital de l'imprimerie **Cino del Duca**.

- **Maxwell Communication Corporation** et la **Société Générale de Belgique** annoncent la création d'une société commune dans le domaine de la communication européenne et mondiale.

- **Juillet** : Entrée, à hauteur de 20 %, du groupe suisse **Ringier** dans le capital de la **Sebdo**, éditrice du journal **le Point**.

- Prise de contrôle par le groupe **Springer** du troisième éditeur espagnol de magazines la **Sociedad Anonyma de Revistas Periodicos y Ediciones**.

- Bataille boursière entre **Maxwell** et **Bass** pour le contrôle de **MacMillan**.

- **Septembre** : rachat par le groupe **Hachette** de la maison d'éditions espagnole **Salvat**.

- Le **Groupe de la Cité** acquiert la totalité du capital de l'éditeur britannique **Grisewood et Dempsy**.

- Le groupe de communication **Pearson (G.B.)** et **Elsevier (Pays-Bas)** concluent un accord de coopération avec prises de participation croisées.

- **Hachette** rachète les parts détenues par **News Corporation (Murdoch)** dans les éditions américaine et anglaise de **Elle**.

- Prise de contrôle de la société italienne de presse professionnelle A.G.E.P.E. par le groupe E.E.P. Communication.

- Création par le groupe Hersant de la **Compania Europea de Presse**, en association avec des éditeurs espagnols.

- Octobre : Prise de contrôle par le groupe Hersant du quotidien espagnol **Alerta**.

Création d'un quotidien **Standard** en Autriche financé par le groupe **Springer** (qui détient 50 % des parts).

- Réussite de l'O.P.A. de **Maxwell** sur **MacMillan**.

- Novembre : **Hachette** et le groupe italien **Rizzoli** lancent un mensuel masculin, **Masc**.

## **2. Les mutations juridiques : création d'un espace économique européen.**

Le projet de création d'un marché unique à l'horizon 1992 a exercé un effet psychologique important sur les entrepreneurs et entraîné d'importantes modifications de leur comportement : **modernisation des moyens de production en vue d'une meilleure compétitivité, restructuration et constitution d'alliances pour renforcer les positions sur le marché, création de produits et O.P.A. en vue d'une expansion territoriale.**

Avant même que la C.E.E. ne se soit donnée comme objectif le marché unique à fin 1992, la réglementation et les institutions européennes exerçaient déjà une influence certaine sur le développement des échanges internationaux et favorisaient, à l'extérieur des frontières, dans le domaine de la presse comme dans les autres domaines, la décentralisation des moyens de production et la diffusion des publications de presse.

**Le traité de Rome a joué un rôle important.**

En effet, les principes généraux du traité font obligation aux états et aux entreprises de ne pas affecter le commerce entre les états-membres, de ne pas restreindre ni fausser la concurrence en adoptant ou en maintenant des législations contraires au libre établissement ou à la libre prestation de services ; d'abolir toute discrimination fondée sur la nationalité,



dont notamment la restriction ou l'interdiction des importations et exportations de marchandises.

**L'application de ces principes dans le domaine de la presse n'est pas toujours évidente, notamment dans le secteur de la distribution.**

Si tout éditeur européen dispose en France de "l'autoroute N.M.P.P.", lorsqu'un éditeur français tente d'exporter son journal ou de lancer un nouveau produit, il n'a pas "d'autoroute" mais seulement des "péages" (1).

Le titre premier du Traité de Rome prévoit aux articles 30 et suivants, la libre circulation des marchandises.

Dans le domaine de la presse, l'application de ces dispositions devrait avoir comme traduction la libre distribution de la presse en Europe. Les restrictions qui pourraient être pratiquées à l'encontre de cette libre distribution sont susceptibles d'être sanctionnées à deux titres : celui des articles 30 et suivants ; celui de l'article 7, qui interdit toute discrimination en fonction de la nationalité.

La Cour Européenne de Justice (1), a considéré que l'interdiction de rétrocession en matière de vente de journaux, ainsi que l'obligation de vente à un prix déterminé, étaient contraires à l'article 85 du Traité de Rome. La Cour cependant s'en remettait à la Commission de Bruxelles pour décider si le système de distribution mis en place par la Messagerie Belge A.M.P. pouvait bénéficier d'une exemption sur la base d'arguments valables.

C'est à l'occasion de cette affaire que la Commission a émis des réserves en ce qui concerne les contrats passés entre l'A.M.P. et les éditeurs étrangers, compte tenu de l'existence de différences de prix importantes entre les états-membres.

**La profession et les états s'organisent en vue d'une harmonisation des règles nationales, répondant ainsi au voeu de la C.E.E.**

---

(1) Lorsque le groupe Hersant tenta de lancer "Votre Tricot" sur le marché allemand, il dut visiter six cents dépositaires indépendants, unis certes par un syndicat professionnel, mais dépendant surtout directement des grands groupes allemands et notamment des groupes régionaux.

(1) Arrêt Binon - 3 juillet 1985.

Ainsi, un groupe de travail européen et paritaire presse-Administration postale a été mis en place avec pour mission la création d'un espace postal européen. Dans le cadre de ces travaux, la F.I.E.J. ainsi que la F.I.P.P. (Fédération Internationale de la Presse Périodique) et les représentants de la Conférence Européenne des Postes et Télécommunications (C.E.P.T.) se sont donné comme objectif d'harmoniser les réglementations postales de chaque pays en vue d'améliorer la qualité du service.

Cet objectif nécessite l'adoption d'une définition européenne du produit de presse, l'adoption de normes économiques communes, et la mise en place de structures de concertation au plan international.

### **o L'évolution du droit national**

Toujours sur la base de l'article 30, la Cour européenne de justice a condamné la France à la suite d'un recours de la Commission de Bruxelles portant sur l'article 39 bis du Code général des Impôts.

A la suite d'un amendement parlementaire, l'article 39 bis a été complété en 1983 par une disposition supprimant le bénéfice du régime de provision en franchise d'impôts pour la partie des publications que les entreprises impriment à l'étranger.

La Cour européenne de justice a rendu un arrêt en mai 1985 au terme duquel elle a considéré que cette disposition restrictive incitait les entreprises françaises à renoncer à conclure des contrats avec des entreprises établies dans les autres états de la C.E.E. et devait donc être regardée comme une restriction quantitative à l'importation, interdite par l'article 30 du Traité de Rome.

Dans le domaine de la circulation des capitaux de presse, le droit européen a contribué à désenclaver la presse en obligeant le législateur à modifier les textes nationaux qui pouvaient être contraires aux principes du Traité de Rome.

L'article 67 du Traité pose le principe de la libération des mouvements de capitaux. L'article 221 prévoit une libération quasi immédiate des prises de participation des entreprises des pays membres de la C.E.E.

L'article 52 demande la suppression progressive des restrictions à la liberté s'établissement des ressortissants d'un

état-membre dans le territoire d'un autre état-membre. Les ordonnances de 1944 se trouvaient en contradiction avec les dispositions du Traité de Rome qui interdit toute discrimination entre tout état-membre de la C.E.E. Compte tenu des pressions exercées par les communautés, le législateur a été amené, dans le cadre des réformes du régime juridique de la presse, tant en 1984 qu'en 1986, à se mettre en conformité avec le Traité. C'est ainsi que les dispositions particulières relatives aux mesures anti-concentration visant les investisseurs étrangers ne s'appliquent pas aux membres de la C.E.E. Les investisseurs étrangers sont soumis désormais aux mêmes règles que les investisseurs nationaux.

### **3. Les mutations technologiques**

Le développement des nouvelles technologies a exercé un rôle moteur dans l'internationalisation de l'écrit.

Le rôle des télécommunications dans la fabrication du produit de presse, absent il y a une quinzaine d'année, est actuellement prépondérant.

L'informatisation des moyens de production de presse permet la disparition des phases intermédiaires de saisie, l'élargissement des possibilités des traitements d'informations et le raccourcissement de la durée de fabrication du support ; d'où les gains de temps accordés au transport sur de longues distances.

La transmission par fac-similé de pages entières de journaux depuis 1966 a connu un développement considérable. Ce système est actuellement utilisé dans la plupart des pays occidentaux grâce aux réseaux hertziens ou aux satellites. Il favorise et décentralise l'impression et l'agrandissement des zones de diffusion à l'échelon international.

Le **Financial Times** vient de choisir Roubaix comme troisième pôle d'impression de son édition internationale après New-York et Francfort. Le journal entend développer le procédé de transmission par fac-similé utilisant le satellite à destination d'imprimeries d'outre-mer. Un groupe de travail a été récemment mis en place pour étudier la faisabilité de son impression en Extrême Orient.

**Le Times devrait être imprimé Outre-Atlantique à la fin de l'année. Le groupe Murdoch entend transmettre des textes et des maquettes par satellite à partir de Londres à destination des Etats-Unis. De même, il est prévu que les deux journaux populaires du groupe Sun et le journal dominical "News on the World" soient également imprimés en Espagne et au Portugal.**

**The Economist constitue également un bon exemple, de l'importance technologique dans l'internationalisation de l'écrit. De son centre de Londres, The Economist envoie le jeudi soir ses pages par télévision-transmission à Singapour, aux États-Unis et aux Pays-Bas.**

**Le développement de ces technologies permet une décentralisation des moyens de production qui réduit considérablement les charges de fabrication (1).**

---

(1) Le journal chinois "Présent" rédige ses articles à Paris, les transmet chaque jour par satellite à Taiwan où ils sont composés, mis en page. Le film de ces pages revenant dans la même journée à Paris, où le journal est imprimé.

## II/ LES AIDES PUBLIQUES A LA PRESSE

Il convient de distinguer les aides directes, inscrites au Budget de la Culture et de la Communication (chapitres 41-81, 41-82 et 43-80) et les aides indirectes qui traduisent les moins values de recettes pour l'Etat et les collectivités locales.

**Le total des aides à la presse passe de 201,245 millions de francs en 1988 à 233,725 millions de francs, soit une augmentation de 32,5 millions de francs.**

L'Office de Justification de la Presse a récemment publié une étude sur les aides à la presse en Europe. Celle-ci fait apparaître des disparités importantes (1) qui ressortent de la lecture du tableau récapitulatif publié ci- après.

**Si tous les pays concernés accordent des aides à la presse, seuls huit d'entre eux bénéficient d'aides directes (aides à des journaux d'information politique à faibles ressources publicitaires, aide au transport de la presse, allègement des charges téléphoniques) dont le montant varie de 14.487.120 francs pour la Belgique à 698.940 francs pour l'Italie (218.726.954 francs pour la France dans le projet de loi de finances pour 1989). Les particularismes de chaque pays rendent difficile l'appréciation des aides indirectes (tarifs postaux, fiscalité, charges sociales).**

---

(1) Octobre 1988.

Pays européens faisant partie de l'association internationale I.F.A.B.C.	Belgium	Denemark	Finland	France	Germany	Italy	Norway	Portugal	Spain	Sweden	Switzerland	United Kingdom
Aides directes .....	oui	non	oui	oui	non	oui	oui	oui	oui	oui	non	non
Aides indirectes .....	»	»	»	»	»	»	»	»	»	»	»	»
a) Taux de T.V.A. :												
- taux normal (pourcentage) .....	19	22	16	18,6	14	18	20	17	12	19	5 à 10	15
- journaux quotidiens politiques (pourcentage) .....	»	»	16**	2,1	7	»	»	»	6	»	»	»
- autres publications (pourcentage) ..	6	22	16**	4	7	»	»	»	6	19	»	»
b) Aide à l'exportation .....	non	non	non	oui	non	non	»	oui	oui	non	non	non
c) Tarifs postaux spéciaux .....	oui	oui	oui	oui	oui	oui	oui	oui	oui	non*	oui	non
d) Fiscalité spéciale .....	non	oui	non	oui	non	non	»	oui	oui	non	non	non
e) Avantages sociaux .....	non	non	non	oui	non	oui	»	non	non	non	non	non
f) Autres avantages .....	non	non	oui	non	non	oui	»	oui	oui	non	non	non
Existence d'une commission entre presse et pouvoirs publics .....	non	non	oui <sup>(1)</sup>	oui	oui	oui	»	non	non	non	oui	non
Proportion entre rédactionnel/publicité (pourcentage) .....	oui	»	oui	oui	oui	oui	»	oui	non	»	oui	»
- Publicité (pourcentage) .....	»	»	50	67	70	»	»	50	»	»	70	»
- Rédactionnel (pourcentage) .....	»	»	50	33	30	»	»	50	»	»	30	»

\* Les tarifs particuliers des P.T.T. accordés aux publications ne sont pas considérés comme un avantage. Il s'agit d'un problème conceptuel.

\*\* Les abonnements sont sans T.V.A.

## **A. Les aides directes**

A partir de 1985, les aides directes à la presse ont enregistré une progression irrégulière.

	En millions de francs	En pourcentage
1985 .....	204,83	- 2,9
1986 .....	199,06	*
1987 .....	199,06	+ 1,1
1988 .....	201,25	+ 15,9
1989 .....	218,73	+ 8,7

Après une forte progression en 1988, correspondant à un ajustement partiel aux besoins réels, les crédits ouverts pour l'année 1989 continuent d'augmenter.

**AIDES DIRECTES**

Nature de l'aide	Montant des crédits en 1988 (millions de francs)	Montant des crédits en 1989 (millions de francs)	Pourcentage du total	Evolution en pourcentage 1989/1988
Remboursement à la S.N.C.F. des réductions de tarif pour le transport de presse (chap. 41-81) .....	136,35	142,26	65	+ 4,3
Remboursement des communications téléphoniques des correspondants de presse (chap. 41-82) .....	23,87	33,96	15,3	+ 42,3
Fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger (chap. 43-80, article 10) .....	29,66	29,66	13,6	0
Fonds d'aide aux quotidiens nationaux d'information générale et politique à faible capacité publicitaire (chap. 43-80, art. 20) .....	11,37	12,85	5,9	+ 13
<b>Total des aides directes</b>	<b>201,25</b>	<b>218,73</b>	<b>100</b>	<b>+ 8,7</b>

**1. Subventions à la Société Nationale des Chemins de Fer**

**1.1. Le principe de la réduction des tarifs S.N.C.F.**

Depuis le 14 mai 1948, la presse bénéficie, pour l'acheminement des publications et le retour des invendus, d'une réduction de 50 % sur le tarif de la S.N.C.F. L'aide au transport S.N.C.F. est accordée à toutes les publications de presse, sans distinction, qu'elles soient ou non inscrites à la Commission paritaire des publications et agences de presse (C.P.P.A.P.), à la seule exception des revues pornographiques ayant fait l'objet de deux interdictions successives du Ministère de l'Intérieur.

Cette mesure qui, initialement, avait été prise pour une durée d'un an, a été reconduite d'année en année, son coût étant



supporté par le Budget de l'Etat au chapitre 41-81 du budget du Ministère de la Culture et de la Communication, depuis 1987 (1).

En application du statut de la S.N.C.F., devenue au 1er janvier 1983, un établissement industriel et commercial, et de l'article 41 de son nouveau cahier des charges, approuvé par le décret n° 83-817 du 13 septembre 1983, la contribution versée par l'Etat pour les transports de presse devrait désormais faire l'objet d'une convention.

Or, cette convention, en négociation depuis 1983, n'a toujours pas été signée. Elle est actuellement soumise à l'approbation des autorités de tutelle de la S.N.C.F.

Le taux de réduction tarifaire consenti en 1948, soit 50 % du tarif S.N.C.F., est reconduit d'année en année.

## **1.2. La suppression de l'aide au retour des invendus**

En raison des tensions sur le budget de l'Etat, le Gouvernement avait été contraint de décider, à compter de 1988, la suppression de l'aide au retour des invendus. Pour le budget de l'Etat, cette mesure devait représenter une économie de 28,5 millions de francs sur les crédits nécessaires au titre de l'aide au transport de la presse par la S.N.C.F.

Elle pénalisait néanmoins fortement la gestion des entreprises de presse, dans la mesure où les invendus représentent une proportion très importante du trafic de presse.

Tenant compte des observations formulées par votre Commission, et afin de limiter les incidences dommageables pour la presse de la suppression de cette aide, le Gouvernement a décidé d'étaler l'application de la mesure dans le temps.

Ainsi, en 1988, un taux de réduction de 25 % des tarifs S.N.C.F., au lieu du taux antérieur de 50 %, a été maintenu en faveur du transport des invendus. Cette décision doit permettre aux entreprises de presse de rechercher les adaptations nécessaires dans les systèmes d'acheminement actuellement utilisés et de mieux gérer leur distribution.

---

(1) Ces crédits étaient antérieurement inscrits au chapitre 41-03 du budget des Services Généraux du Premier Ministres

**La suppression de l'aide au retour des invendus interviendra définitivement à compter du 1er janvier 1989. (1)**

**Votre Rapporteur continue d'attirer l'attention du Gouvernement sur les risques du maintien -même étalé dans le temps- d'une mesure fortement pénalisante pour les entreprises de presse. Certes, l'application de cette mesure d'économie ne peut être techniquement critiquée et incitera les entreprises de presse à mieux gérer leur distribution, mais le handicap immédiat qu'elle crée ne doit pas être sous-estimé.**

Catégorie de presse	Pourcentage de la vente au numéro	Pourcentage des invendus sur la diffusion totale	Pourcentage des invendus sur la vente au numéro (1)
1. Quotidiens du matin .....	58,4	25,4	43,5
2. Quotidiens du soir .....	58,1	22,4	38,5
3. Ensemble des quotidiens d'information politique et générale (1 + 2) .....	58,3	24,1	41,3
4. Quotidiens spécialisés .....	54,9	27,6	50,3
5. Ensemble des quotidiens nationaux (3 + 4) ..	57,6	24,9	43,2
6. Magazines d'information .....	31,2	21,4	68,6
7. Magazines d'information illustrés .....	48,5	13,6	28
8. Autres hebdomadaires nationaux .....	55,2	27,9	50,5
9. Hebdomadaires nationaux d'information générale et politique .....	43,7	22,3	51

(1) Les invendus concernent essentiellement la vente au numéro. La S.N.C.F. est utilisée essentiellement pour la vente au numéro

### **1.3. Evolution des crédits**

**les crédits inscrits en loi de finances initiale au titre de l'aide au transport de la presse par la S.N.C.F. ont été, durant plusieurs années, nettement sous-estimés.**

**Conformément aux souhaits maintes fois exprimés par votre Commission, et pour remédier à cette sous-évaluation**

(1) La suppression de l'aide au retour des invendus sera intégrée dans la nouvelle convention S.N.C.F.

systematique des crédits, la dotation inscrite au chapitre 41-81 du budget du Ministère de la Culture et de la Communication bénéficie en 1989, pour la deuxième année consécutive, d'un ajustement sensible, puisqu'elle s'élève à 142,25 millions de francs, contre 136,4 millions de francs en 1988, soit une majoration de 4,33 %.

**ÉVOLUTION DE LA SUBVENTION À LA S.N.C.F.**

(En francs.)

Années	Loi de finances initiale	Montant de la réduction S.N.C.F. de 50 %	Loi de finances rectificative	Taux de sous-évaluation en pourcentage
1983 .....	102 816 000	128 490 799	25 775 000 votés en 1984	25,06
1984 .....	114 796 000 <sup>b</sup> dont 114 695 195 disponibles	146 345 403	31 650 208 votés en 1985	27,59
1985 .....	110 246 000	154 282 021	44 036 021 votés en 1986	39,94
1986 .....	110 246 000	173 117 919	62 870 000 votés en 1987	57,03
1987 .....	110 246 000	183 531 688	(1)	66,47
1988 .....	136 346 000	(2) 171 408 000	»	»
1989 .....	(3) 142 256 000	(4) 175 000 000	»	»

(1) La loi de finances rectificative pour 1988 devra prévoir un crédit de 73 285 688 F au chapitre 41-81 du budget du ministère de la Culture et de la Communication.

(2) Estimation S.N.C.F. Cette estimation tient compte du taux de réduction de 25 % appliqué au retour des invendus.

(3) Conformément aux arbitrages budgétaires.

(4) Estimation S.N.C.F. Cette estimation tient compte de la suppression de l'aide au retour des invendus.

**2. Allègement des charges de communications téléphoniques**

**2.1. Ces crédits permettent de rembourser au budget annexe des P.T.T. les réductions de tarifs qu'il consent pour les correspondances de presse et les transmissions par télécopie.**

**\* Dans le cas de correspondances téléphoniques, les journaux règlent effectivement leurs charges et reçoivent ensuite**

une subvention de 50 % des P.T.T. en provenance du budget général.

Le taux de réduction de tarif est de 50 % sur les dépenses téléphoniques et sur les liaisons spécialisées. En ce qui concerne ces dernières, la réduction est appliquée sur la totalité du montant de tarif de location. En ce qui concerne les dépenses téléphoniques, la réduction est appliquée sur la totalité du montant des communications des correspondants individuels. Elle s'applique sur 60 % des communications des bureaux régionaux, soit un abattement de 30 % pour exclure les communications locales et un abattement de 10 % pour exclure les communications non rédactionnelles.

La réduction est de 25 % seulement pour les communications émanant de bureaux disposant par ailleurs de liaisons téléphoniques spécialisées.

A compter de 1988, la réduction de 50 % s'appliquera au montant hors-taxes des communications téléphoniques, en raison de l'assujettissement de celles-ci à la T.V.A.

\* Dans le cas de la location de lignes téléphoniques spécialisées, la tarification est faite avec une réduction directe de 40 %, les P.T.T. obtenant ultérieurement un remboursement du budget général.

## 2.2. Evolution des crédits.

Dans ses précédents rapports, votre Rapporteur avait déploré la sous-évaluation systématique de cette dotation en loi de finances initiale, nécessitant des ajustements en cours d'année, par loi de finances rectificative.

Les crédits inscrits dans le projet de loi de finances pour 1989 s'élèvent à 33,958 millions de francs. La dotation progresse de 42,2 % par rapport au budget voté en 1988.

Cette forte augmentation devrait permettre de réduire considérablement le décalage entre dotation initiale et besoins réels, et ce d'autant que les besoins réels sont minorés par le calcul des réductions de tarif sur le montant des taxes, en raison de l'assujettissement des communications téléphoniques à la T.V.A. sans augmentation de tarif.

**Votre Rapporteur regrette toutefois que l'extension du bénéfice de cette aide aux quotidiens ne paraissant que cinq jours par semaine ait été à nouveau différée.**

**ALLÈGEMENTS DES CHARGES TÉLÉPHONIQUES**

	<b>Remboursements 1987</b>	<b>Remboursements 1988 (1)</b>
Presse parisienne .....	1 815 992	776 765
Presse de province .....	26 114 323	9 894 969
Agences de presse .....	7 493 879	2 966 235
<b>Total .....</b>	<b>35 424 194</b>	<b>13 637 969</b>

(1) A la date du 25 mai 1988 (remboursements de septembre 1987 à 1988 inclus).

**CRÉDITS INSCRITS AU BUDGET**

	<b>Loi de finances (2)</b>	<b>Montant des réductions P.T.T.</b>	<b>Loi de finances rectificative (2)</b>
1986 .....	19 021 640	35 656 311,97	23 651 000
1987 .....	19 021 640	35 424 193,96	21 644 000
1988 .....	23 868 458	(1) 13 637 968,77	
1989 .....	33 958 458		

(1) A la date du 25 mai 1988 (remboursements de septembre 1987 à 1988 inclus).

(2) Ces crédits sont également destinés au remboursement des dépenses de fac-similé d'un montant annuel d'environ 6 millions de francs.

**3. Le fonds d'aide aux journaux à faibles ressources publicitaires**

**3.1. Origines**

Dans le prolongement des travaux de la table ronde "Parlement- Presse-Administration", instituée le

19 novembre 1980 par le Premier Ministre en vue d'examiner d'une part le régime des aides fiscales accordées aux entreprises de presse, d'autre part un projet de création d'aide spécifique aux journaux à faibles ressources publicitaires, le Gouvernement avait institué une aide exceptionnelle aux quotidiens nationaux d'information générale et politique à faibles ressources publicitaires (1).

Ce mécanisme a été pérennisé à compter du 1er janvier 1986, par une aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires.

### **3.2. Conditions d'accèsion à l'aide**

La subvention d'exploitation est réservée aux :

- quotidiens de langue française ;
- d'information politique et générale ;
- à diffusion nationale ;
- paraissant 5 jours au moins par semaine ;
- imprimés sur papier journal ;
- dont le tirage et la diffusion payante sont respectivement inférieurs, en moyenne, à 250.000 et 150.000 exemplaires ;
- dont le prix de vente est compris dans une fourchette de + 30 % et - 10 % du prix de vente moyen pondéré des quotidiens nationaux d'information politique et générale ;
- dont les recettes publicitaires n'excèdent pas 25 % de leurs recettes totales.

Ces conditions sont vérifiées sur les données de l'année précédant celle de l'attribution de l'aide.



---

(1) Décret du 26 mars 1982, prorogé par le décret du 16 mai 1984 et par le décret du 12 mars 1986.

### **3.3. Modalités de répartition**

La répartition du montant global de l'aide est définie selon les principes suivants :

- proportionnellement au nombre d'exemplaires vendus,
- dans la limite d'un plafond de subvention par exemplaire vendu égal à 6 % du prix moyen pondéré des quotidiens nationaux d'information générale et politique ;
- en affectant le montant unitaire de l'aide d'une dégressivité fonction de l'importance des recettes publicitaires du quotidien bénéficiaire, dès lors qu'elles représentent plus de 15 % des recettes totales du journal.

Cette clause de dégressivité a joué en 1987 pour le **Matin de Paris** et en 1988 pour **Libération**.

L'aide est répartie annuellement par décision du Ministre chargé de la Communication.

### **3.4. Bénéficiaires**

. De 1984 à 1986, cinq quotidiens : **La Croix, l'Humanité, Libération, Le Matin de Paris et Présent** ;

. En 1987, quatre quotidiens : **La Croix, l'Humanité, Le Matin de Paris et Présent**. La dotation budgétaire en 1987 était de 14.765.289 francs. Toutefois, le montant des crédits utilisés pour les quatre quotidiens éligibles s'est élevé à 11.371.015 francs, le quotidien **Libération** n'ayant pas déposé de dossier de demande d'aide. La répartition a été faite sur la base d'une subvention de 0,138 francs par exemplaire effectivement vendu au cours de l'année 1986.

. En 1988, la dotation inscrite en loi de finances s'élevait à 11.372.453 francs, compte tenu de la non-éligibilité du quotidien **Libération**. Or, **Libération** ayant déposé un dossier de demande d'aide en 1988, la disparition du quotidien **Le Matin de Paris** ne

compense pas financièrement le retour à l'éligibilité de Libération.

La dotation initiale a donc été augmentée d'une somme de 1.259.245 francs (1).

En 1988, la répartition a été faite sur la base d'une subvention de 0,138 francs par exemplaire effectivement vendu au cours de l'année 1987.

Titres	1984	1985	1986	1987	1988	1989 prévision
<i>La Croix</i> .....	4 113 997	3 930 310	3 987 135	4 151 811	4 044 700	»
<i>L'Humanité</i> .....	4 625 685	4 398 909	4 344 220	4 432 058	4 395 055	»
<i>Libération</i> .....	2 519 211	3 144 747	3 402 689	»	3 890 503	»
<i>Le Matin de Paris</i> .....	3 152 037	3 013 949	2 742 738	3 468 572	»	»
<i>Présent</i> .....	277 313	274 940	287 069	318 574	301 440	»
<b>Total</b> .....	<b>14 688 243</b>	<b>14 762 855</b>	<b>14 765 289</b>	<b>11 371 015</b>	<b>12 631 698</b>	<b>12 852 453</b>

Le montant des crédits prévus au titre de cette aide dans le projet de loi de finances pour 1989, s'élève à 12.852.453 francs, soit une majoration de 1,7 % par rapport à 1988. Cette somme tient compte du retour à l'éligibilité du quotidien Libération.

### 3.5. Modalités de financement de l'aide

Lors de la création de cette aide, il a été institué une "taxe sur la publicité télévisée", due par les personnes qui assurent la régie de messages de publicité reçus en France sur les écrans de télévision" (article 564 nonies du Code Général des Impôts).

(1) Sous la forme d'un arrêté de sous-répartition transférant cette somme, au sein du chapitre 43-80, de l'article 10 (Fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger) au profit de l'article 20 (Fonds d'aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires).

L'ensemble des crédits du Fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger ayant déjà été répartis sur proposition de la Commission mixte, cette somme de 1.259.245 francs sera rétablie au bénéfice de la ligne budgétaire correspondante, dans la prochaine loi de finances rectificative.



Les messages publicitaires diffusés par les sociétés de radiodiffusion ne sont pas assujettis à la taxe instituée par la loi de finances pour 1982.

Le montant total effectivement recouvré pour l'année 1987 au titre de cette aide s'élève à 26,3 millions de francs. Le montant prévisionnel des recouvrements pour 1988 s'élève à 30 millions de francs.

### **3.6. Perspectives d'extension**

A l'occasion d'un entretien accordé par M. Jacques Chirac, Premier Ministre, les représentants de la presse écrite avaient souhaité que soient étudiées les conditions d'une éventuelle extension à certains quotidiens de province, éprouvant des difficultés, de l'aide actuellement applicable aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires.

Le principe de l'extension a été confirmé par Madame Catherine Tasca, Ministre de la Communication, lors de la discussion des crédits de la Communication à l'Assemblée Nationale.

M. Michel Charasse, Ministre chargé du Budget, a annoncé qu'un supplément de crédits de 20 millions de francs viendrait majorer le chapitre 43- 80 du budget du Ministère de la Culture, afin de financer notamment cette extension. Toutefois, la répartition de cette dotation entre le Fonds d'Aide à l'expansion à l'étranger (article 10) et le Fonds d'aide aux quotidiens à faible capacité publicitaire (article 20) n'est pas encore arrêtée.

En outre, il convient de souligner que le nombre de quotidiens concernés par cette extension est faible puisque seuls trois journaux seraient susceptibles d'en bénéficier.

#### 4. Le Fonds d'Aide à l'Expansion de la presse française à l'étranger

Pour la deuxième année consécutive, les crédits affectés au Fonds d'Aide à l'Expansion de la presse française à l'étranger sont **simplement reconduits en francs constants** à leur niveau antérieur, soit 29,66 millions de francs.

En d'autres termes, depuis 1987, le volume des crédits affectés à ce mécanisme d'aide aura diminué de 5,1 %.

Votre Rapporteur ne peut que déplorer une telle évolution, face à l'importance de l'enjeu que représente immédiatement l'internationalisation de la presse.

L'activité du Fonds d'Aide à l'Expansion de la presse française à l'étranger s'est exercée de 1986 à 1988 en faveur d'une cinquantaine d'éditeurs, représentant environ 140 titres, et des N.M.P.P., qui diffusent environ 2.000 journaux et publications.

\* La quasi-totalité des crédits (85 %) continue à financer un allègement des coûts de transports, principalement pour les ventes au numéro. La part consacrée aux dépenses de prospection et de promotion de la presse française à l'étranger demeure très insuffisante.

La prise en charge du Fonds par catégorie de dépenses (frais de transport, remises aux distributeurs, frais de prospection et de publicité) ne peut être chiffrée avec précision. En effet, les dossiers des éditeurs n'indiquent pas toujours la ventilation de l'aide accordée. On peut seulement dire qu'elle représente, en moyenne, 10 % des dépenses prévues (et 10 à 90 % des dépenses justifiées).

Outre la participation aux frais de transport, les dépenses prises partiellement en charge sont celles relatives à la prospection des abonnements (envois gratuits ou à tarif réduit pendant une période limitée) ainsi que les dépenses de publicité sous toutes ses formes (annonces dans la presse, à la radio ou à la télévision, publi-postage etc.)

En 1987, l'ensemble des bénéficiaires du Fonds a justifié, sur un crédit total alloué de 29.660.043 francs, une somme globale de dépenses réalisées en faveur de l'exportation de

79.590.000 francs. En d'autres termes, **37,27 % des dépenses des entreprises de presse ont été prises en charge par le Fonds.**

**\* La répartition des aides par type de publication s'effectue au détriment de la presse spécialisée.**

Plus de la moitié de l'aide bénéficie à l'information générale et aux quotidiens, au détriment des revues spécialisées, très insuffisamment aidées au regard de l'importance qu'elles ont pour la diffusion de la culture française à l'étranger.

**\* L'évolution des exportations effectuées par les N.M.P.P. souligne l'insuffisance des efforts faits en direction de l'Europe (hors C.E.E. et Suisse), de l'Amérique latine et du Maghreb.**

Au total, de 1985 à 1986, les exportations totales des N.M.P.P. ont diminué à la fois en volume (- 6,35 %) et en chiffre d'affaires (- 6,2 %).

**\* Améliorations obtenues dans la pratique tarifaire des compagnies aériennes.**

Les demandes renouvelées concernant l'assimilation des quotidiens aux périodiques pour la tarification des transports par avion, demandes qui avaient abouti en 1987 sur quelques destinations importantes (Canada - U.S.A.S. - Japon, Maroc - Tunisie - Finlande), ont été enfin satisfaites en 1988 par l'établissement d'un tarif unique pratiquement sur toutes les destinations.

Le prix actuel de transport au kilo des quotidiens se trouve, en conséquence, diminué de 70 % environ. Cependant, si des baisses des tarifs désormais uniformes pour toutes formes de presse ont pu être obtenues sur les lignes à forte concurrence, des hausses de l'ordre de 5,7 % en moyenne ont été appliquées en 1988 sur les autres destinations.

Les N.M.P.P. mènent régulièrement des négociations avec les compagnies aériennes, Air France notamment, pour obtenir des réductions de tarif sur les envois supérieurs à certains seuils de tonnage.

D'autre part, afin de poursuivre l'implantation de la presse française dans les pays de grande étendue comme les Etats-Unis, le Canada et le Brésil, le Fonds a pris partiellement en charge les frais de réexpéditions intérieures par avion.

L'ensemble de ces améliorations devrait permettre une diffusion plus rapide de la presse française.

Néanmoins, malgré l'amélioration obtenue en matière de tarifs aériens, votre Rapporteur ne peut que continuer à déplorer la modestie de l'effort consenti, eu égard à l'importance de l'objectif culturel, commercial, économique et politique, que constitue l'expansion de la presse française à l'étranger.

Votre Commission avait souhaité dès 1987, un réexamen sérieux des modalités d'aide à la diffusion de la presse française à l'étranger, qui devait s'accompagner d'une augmentation significative des crédits qui lui sont consacrés. Elle ne peut donc que regretter à nouveau la stagnation des crédits, dans le projet de loi de finances pour 1989, et l'immutabilité des règles qui président à leur emploi.

Un effort indispensable doit être accompli en faveur de l'expansion de la presse française à l'étranger. Cet effort doit viser à la fois l'abaissement des prix de vente dans les pays où ils demeurent excessifs, une plus grande régularité et rapidité d'approvisionnement, enfin la dynamisation des réseaux commerciaux.

EXPORTATIONS TOTALES DES N.M.P.P. - 1985-1986

Zones de diffusion	Chiffre d'affaires en millions de francs			Volume en milliers d'exemplaires		
	1985	1986	Evolution en pourcentage	1985	1986	Evolution en pourcentage
1. C.E.E. ....	209,56	227,8	+ 8,7	49 890	50 270	+ 0,8
2. Suisse ....	92,78	107,4	+ 15,8	17 527	15 981	+ 9,7
3. Europe (hors C.E.E. et Suisse) ....	5,52	5,69	+ 3,1	923	936	- 1,3
4. Europe entière (1 + 2 + 3) ....	307,8	340,9	+ 10,7	68 340	67 187	- 1,7
5. Maghreb ....	101,77	83,7	- 17,8	28 971	31 917	- 9,2
6. Afrique noire, australe et océan Indien	95,57	106,8	- 11,7	12 416	12 447	+ 0,3
7. Moyen-Orient ....	9,94	8,71	- 12,4	1 389	1 372	- 1,2
8. Asie ....	3,61	4,03	+ 11,9	258	250	- 3,1
9. Océanie ....	0,85	1,04	+ 6,9	69	83	+ 20,3
10. Amérique du Nord ....	44,62	33,51	- 24,9	4,6	5,2	- 10,6
11. Amérique latine ....	11,36	12,92	+ 13,8	1 143	1 256	+ 9,7
12. Total (Fonds d'aide à l'exportation) (1) ....	273,24	256,4	- 6,2	51 331	48 266	- 6,35
13. Total (12 + 1 + 2) ....	584,6	591,8	+ 1,2	118 748	114 517	- 3,6

(1) 3 + 5 + 6 + 7 + 8 + 9 + 10 + 11.

**BÉNÉFICIAIRES DU FONDS D'AIDE**

**Répartition par genres (1986)**

	<b>En pourcentage du nombre d'exemplaires</b>	<b>En pourcentage du chiffre d'affaires</b>
Revue scientifique et techniques .....	1,4	7,8
Revue médicale .....	6,6	5
Information générale .....	19,5	23,6
Quotidiens .....	53,5	27,8
Publications féminines .....	3	5,3
Publications littéraires et artistiques .....	0,4	1,8
Publications pédagogiques .....	*	0,5
Publications spécialisées .....	1,2	2,9
Publications religieuses .....	0,5	1,7
Publications pour l'Afrique et le tiers monde .....	13,9	23,6
<b>Total .....</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

DIFFUSION DE LA PRESSE FRANÇAISE A L'ÉTRANGER

Répartition par genres.

I. Nombre d'exemplaires.

	Éditeurs		N.M.P.P.	Total	Nombre d'exemplaires total (C.E.E. et Suisse incluses)
	Au numéro	Abonnements			
<b>Revue scientifique et technique :</b>					
— 1985 .....	863	237 839	450 418	689 120	1 060 933
— 1986 .....	998	250 412	472 506	723 916	1 104 822
<b>Revue médicale :</b>					
— 1985 .....	»	291 805	»	291 805	745 674
— 1986 .....	»	309 202	»	309 202	766 063
<b>Information générale :</b>					
— 1985 .....	202 297	2 914 992	7 518 134	10 635 423	23 672 923
— 1986 .....	143 201	3 073 425	7 102 251	10 318 877	24 782 813
<b>Quotidiens :</b>					
— 1985 .....	6 223 301	2 509 733	24 262 464	32 995 498	54 671 137
— 1986 .....	6 347 379	2 243 562	23 231 056	31 821 997	53 263 898
<b>Publications féminines :</b>					
— 1985 .....	»	472 814	1 222 619	1 695 433	5 772 915
— 1986 .....	»	433 730	1 145 367	1 579 097	5 485 706
<b>Publications littéraires et artistiques :</b>					
— 1985 .....	42 364	154 612	81 010	277 986	509 697
— 1986 .....	38 678	140 863	60 536	240 237	485 551
<b>Publications pédagogiques :</b>					
— 1985 .....	»	53 551	»	53 551	105 347
— 1986 .....	»	49 554	»	49 554	99 447
<b>Publications spécialisées :</b>					
— 1985 .....	6 149	123 613	342 424	472 186	1 176 859
— 1986 .....	7 217	122 659	486 637	616 513	1 344 738
<b>Publications religieuses :</b>					
— 1985 .....	14 114	254 262	»	268 376	674 527
— 1986 .....	13 192	221 855	»	235 047	631 862
<b>Publications pour l'Afrique et le tiers monde :</b>					
— 1985 .....	5 687 708	355 359	452 355	6 495 422	6 735 196
— 1986 .....	6 069 063	347 706	499 025	6 915 794	7 155 554
<b>Total :</b>					
— 1985 .....	12 176 796	7 368 580	34 329 424	53 874 800	95 155 208
— 1986 .....	12 619 728	7 192 968	32 997 538	52 810 234	95 120 454
<b>Variation .....</b>	+ 3,64 %	- 2,38 %	- 3,88 %	- 1,98 %	»

**DIFFUSION DE LA PRESSE FRANÇAISE À L'ÉTRANGER**

**2. Chiffre d'affaires.**

	Éditeurs	N.M.P.P.	Total
<b>Revues scientifiques et techniques :</b>			
— 1985 .....	14 650 000	1 158 000	15 808 000
— 1986 .....	16 309 000	1 307 000	17 616 000
<b>Revues médicales :</b>			
— 1985 .....	13 430 000	»	13 430 000
— 1986 .....	11 305 000	»	11 305 000
<b>Information générale :</b>			
— 1985 .....	23 497 000	32 311 000	55 808 000
— 1986 .....	26 465 000	26 839 000	53 304 000
<b>Quotidiens :</b>			
— 1985 .....	36 776 000	25 194 000	61 970 000
— 1986 .....	38 297 000	24 645 000	62 942 000
<b>Publications féminines :</b>			
— 1985 .....	5 602 000	7 148 000	12 750 000
— 1986 .....	5 447 000	6 649 000	12 096 000
<b>Publications littéraires et artistiques :</b>			
— 1985 .....	3 435 000	999 000	4 434 000
— 1986 .....	3 391 000	732 000	4 123 000
<b>Publications pédagogiques :</b>			
— 1985 .....	981 000	»	981 000
— 1986 .....	1 113 000	»	1 113 000
<b>Publications spécialisées :</b>			
— 1985 .....	4 258 000	1 799 000	6 057 000
— 1986 .....	4 366 000	2 144 000	6 510 000
<b>Publications religieuses :</b>			
— 1985 .....	4 293 000	»	4 293 000
— 1986 .....	3 945 000	»	3 945 000
<b>Publications pour l'Afrique et le tiers monde :</b>			
— 1985 .....	29 117 000	1 381 000	30 498 000
— 1986 .....	51 610 000	1 567 000	53 177 000
<b>Total :</b>			
— 1985 .....	136 039 000	69 990 000	206 029 000
— 1986 .....	162 248 000	69 883 000	226 131 000
<b>Variation (en pourcentage) .....</b>	+ 19,27	- 8,73	+ 9,76



**PAYS BÉNÉFICIAIRE DU FONDS D'AIDE  
A L'EXPANSION DE LA PRESSE FRANÇAISE A L'ÉTRANGER**

	Chiffre d'affaires 1986 (en francs)	Nombre d'exemplaires vendus en 1986
<b>Europe :</b>		
(A l'exception des pays de la C E E) . . . . .	1 544 000	246 000
— Autriche . . . . .	373 000	59 000
— Chypre . . . . .	452 000	45 000
— Finlande . . . . .	412 000	96 000
— Hongrie . . . . .	54 000	7 000
— Malte . . . . .	681 000	114 000
— Norvège . . . . .	371 000	73 000
— Pologne . . . . .	973 000	134 000
— Suède . . . . .	234 000	60 000
— Tchécoslovaquie . . . . .	592 000	89 000
— Yougoslavie . . . . .	»	»
<b>Afrique :</b>		
<i>Maghreb :</i>		
— Algérie . . . . .	48 748 000	18 202 000
— Maroc . . . . .	23 310 000	7 458 000
— Tunisie . . . . .	11 649 000	3 311 000
<b>Total . . . . .</b>	<b>83 707 000</b>	<b>28 971 000</b>
<b>Afrique sahélienne :</b>		
— Djibouti . . . . .	3 019 000	324 000
— Mali . . . . .	1 790 000	197 000
— Mauritanie . . . . .	747 000	62 000
— Niger . . . . .	2 944 000	302 000
— Tchad . . . . .	1 176 000	100 000
<b>Afrique noire :</b>		
— Bénin . . . . .	1 113 000	113 000
— Burkina Faso . . . . .	1 098 000	108 000
— Cameroun . . . . .	22 454 000	2 484 000
— Congo . . . . .	6 302 000	600 000
— Côte-d'Ivoire . . . . .	24 639 000	3 252 000
— Gabon . . . . .	17 290 000	1 866 000
— Centrafrique . . . . .	2 125 000	241 000
— Ruanda . . . . .	388 000	34 000
— Sénégal . . . . .	14 468 000	1 954 000
— Sierra Leone . . . . .	43 000	4 000
<b>Polynésie et océan Indien :</b>		
— Comores . . . . .	505 000	44 000
— Ile Maurice . . . . .	2 348 000	309 000
— Madagascar . . . . .	2 227 000	241 000
— Séchelles . . . . .	161 000	14 000
<b>Total . . . . .</b>	<b>106 782 000</b>	<b>12 447 000</b>

	Chiffre d'affaires 1986(En francs)	Nombre d'exemplaires vendus en 1986
<b>Moyen-Orient :</b>		
- Arabie Saoudite .....	376 000	35 000
- Bahrein .....	58 000	3 000
- Egypte .....	1 393 000	198 000
- Emirats Arabes Unis .....	513 000	51 000
- Israël .....	2 648 000	540 000
- Jordanie .....	151 000	12 000
- Koweït .....	371 000	28 000
- Liban .....	1 974 000	360 000
- Qatar .....	52 000	3 000
- Syrie .....	»	»
- Turquie .....	1 173 000	142 000
<b>Total .....</b>	<b>8 709 000</b>	<b>1 372 000</b>
<b>Asie :</b>		
- Chine .....	395 000	32 000
- Corée du Sud .....	230 000	17 000
- Hong Kong .....	265 000	14 000
- Indonésie .....	294 000	25 000
- Japon .....	2 050 000	100 000
- Pakistan .....	29 000	1 000
- Singapour .....	651 000	54 000
- Thaïlande .....	114 000	7 000
<b>Total .....</b>	<b>4 028 000</b>	<b>250 000</b>
<b>Océanie :</b>		
- Australie .....	809 000	67 000
- Nouvelle-Zélande .....	32 000	2 000
- Vanuatu .....	195 000	14 000
<b>Total .....</b>	<b>1 036 000</b>	<b>83 000</b>
<b>Amérique du Nord :</b>		
- Canada .....	21 781 000	3 226 000
- Etats-Unis .....	11 733 000	1 416 000
<b>Total .....</b>	<b>33 514 000</b>	<b>4 642 000</b>
<b>Amérique latine :</b>		
- Costa-Rica .....	121 000	7 000
- Guatemala .....	19 000	1 000
- Haïti .....	3 277 000	437 000
- Mexique .....	1 490 000	109 000
- Argentine .....	2 693 000	272 000
- Brésil .....	3 551 000	307 000
- Chili .....	433 000	28 000
- Colombie .....	732 000	47 000
- Pérou .....	25 000	1 000
- Uruguay .....	172 000	14 000
- Venezuela .....	411 000	33 000
<b>Total .....</b>	<b>12 924 000</b>	<b>1 256 000</b>

**PRINCIPAUX BÉNÉFICIAIRES DU FONDS EN 1988**

	<b>En francs</b>	<b>Pourcentage du total</b>
N.M.P.P. ....	22 431 043	80,8
Unipresse ....	2 500 000	9
Paris-Match ....	775 000	2,8
Gauthier-Villars ....	640 000	2,3
Groupe Express ....	470 000	1,7
Le Figaro ....	450 000	1,6
Le Point ....	215 000	0,8
Le-Nouvel Observateur ....	180 000	0,6
Le Figaro ....	100 000	0,4
<b>Total</b> .....	<b>27 761 043</b>	<b>100</b>

**B. Les aides indirectes**

**Il s'agit des moins-values de recettes pour l'Etat et les collectivités locales liées, d'une part à des réductions tarifaires, d'autre part au régime fiscal particulier de la presse.**

**Ces aides indirectes représentent 4,94 milliards de francs en 1988, soit une progression de 2,9 % par rapport à 1987 (4,8 milliards de francs) répartis comme suit :**

ÉVALUATION DES AIDES INDIRECTES À LA PRESSE

(En millions de francs.)

Nature de l'aide	1987	1988 prévisions	1988/1987 en pourcentage	Part en pourcentage
<i>Moins-values de recettes du budget annexe des P.T.T. en raison des déductions tarifaires appliquées sur :</i>				
● les télégrammes de presse et les liaisons télégraphiques spécialisées (1) .....	»	»	» 0	»
● les tarifs postaux préférentiels (2) .....	3 061,2	3 101,6	+ 1,3	62,8
<i>Moins-values de recettes du Trésor public en raison d'allègements et de régime fiscaux particuliers aux entreprises de presse (3) :</i>				
● allègement des taux de T.V.A., dont .....	970	1 020	+ 5,1	20,6
— imposition au taux de 4 % des publications non quotidiennes .....	390	415	+ 6,4	8,4
— imposition au taux de 2,1 % des quotidiens et publications assimilées .....	500	520	+ 4	10,5
— imposition au taux de 2,1 % des hebdomadaires politiques nationaux .....	80	85	+ 6,2	1,7
● régime spécial des provisions pour investissements (art. 39 bis du code général des impôts) .....	250	270	+ 8	5,5
● exonération de la taxe professionnelle (4) .	515	546	+ 6	11,1
<b>Total des aides indirectes</b>	<b>4 796,2</b>	<b>4 937,6</b>	<b>+ 2,9</b>	<b>100</b>

**1. Le régime postal de la presse**

**\* Les tarifs préférentiels**

Les envois de presse bénéficient depuis quarante ans d'un tarif préférentiel qui diminue de façon importante les recettes de la Poste. Compte tenu de la charge qui pèse de ce fait sur la Poste, un plan de rattrapage tarifaire a été mis en place en 1980.

Le tarif préférentiel des envois de presse bénéficie à 14.000 publications dont les expéditions (2,0 milliards d'envois en 1987) constituent 12,4 % du trafic total de la Poste, en nombre d'objets, et environ 30 % du poids transporté de l'ensemble des objets de correspondance.

Depuis une dizaine d'années, la croissance du trafic "presse" a certes été moins rapide que celle de l'ensemble du trafic postal, mais le nombre des journaux transportés par la Poste a augmenté de 10 % environ (1,9 milliard d'exemplaires en 1970). 85 % de ces journaux sont distribués aux abonnés, les 15 % restants étant constitués de paquets acheminés vers des dépositaires ou des marchands : sur 45.000 points de vente de presse en France, 11.000 environ sont desservis par la Poste, notamment dans des zones rurales ou de montagne isolées, que les réseaux de messageries n'ont pas la possibilité de couvrir.

Le tableau ci-après fait apparaître l'évolution de la répartition de ce trafic au cours des trois dernières années, selon la périodicité et les catégories (presse "éditeurs", presse associative, publications administratives), ainsi qu'en fonction de la nature du destinataire (abonné ou dépositaire).

Année	Trafic total (1)	Répartition en fonction de la catégorie			Répartition en fonction de la nature des envois		Répartition en fonction de la périodicité	
		Presse « éditeurs »	Presse associative	Publications adminis- tratives	Abonnés	Dépositaires	Quotidiens et hebdo- madaires	Autres périodicités
1984 .....	2 108	1 812,8	230,2	65	1 791,8	316,2	1 433,5	674,5
1985 .....	2 100	1 806	228	66	1 785	315	1 428	672
1986 .....	2 044	1 763	209	72	1 737	307	1 390	654
1987 (2) .....	2 022,7	1 730,1	206	86,6	1 819,2	203,5	1 418,7	604

(1) En millions d'exemplaires.

(2) Prévisions.

**Le niveau peu élevé des taxes a conduit à un montant de recettes particulièrement faible et à un déficit important, à la charge de la poste.**

De fait, les accords Laurent ont élaboré un plan de rattrapage tarifaire, destiné à réduire, de 1980 à 1987, la charge de l'aide pesant sur la poste.

Le plan distinguait la "presse éditeurs" (et "associative") qui devait obtenir l'aide maximum (33 % minimum de charges à terme) de la "presse administrative" (celle des administrations et

établissements publics) qui devait, en 1986, assurer la couverture quasi-complète des charges réelles (1). En fait, l'objectif était d'obtenir, en 1988, une répartition "équitable" des charges de presse "éditeurs" entre l'Etat (37 %), la poste (30 %) et la presse (33 %).

Les augmentations imposées à la presse "éditeurs" par l'application des accords Laurent ont été les suivantes :

- 1980 :	+ 25 %
- 1981 :	+ 27 %
- 1982 :	+ 27 %
- 1983 :	+ 22,8 %
- 1984 :	+ 21,3 %
- 1985 :	+ 19,5 %
- 1986 :	+ 17,4 %
- 1987 :	+ 14,2 %

Le plan de rattrapage s'est terminé avec l'augmentation de 14,2 % intervenue le 2 juin 1987.

Un groupe technique paritaire "tarif de presse" a été constitué en octobre 1986 afin de définir un nouveau dispositif tarifaire, dans le cadre défini par le plan Laurent : les recettes de presse devraient couvrir 33 % des coûts correspondants. Le nouveau dispositif devra remédier aux inconvénients du système actuel, et rechercher des critères de modulation de l'aide postale qui tiennent mieux compte de la réalité des prestations assurées par la Poste.

Au stade actuel des travaux (2), le groupe technique a défini un projet de grille tarifaire qui tient compte du degré d'urgence, du point d'entrée dans le circuit postal et du niveau de préparation.

---

(1) Pour ces envois, a été préconisé un plan d'augmentation tarifaire, étalé sur quatre années (1981-1984), tel que le coût de traitement soit couvert par les recettes. Ce plan a été appliqué en 1981 et 1982 (+ 128 %). En 1982, la hausse qui aurait dû être de 100 % a été limitée à 62 %. En 1984, deux ajustements sont intervenus : 39 % en février et 8,7 % en avril. Depuis 1985, l'augmentation est limitée à celle des coûts postaux. Ces tarifs ont été réajustés de 4,9 % en février 1986 et de 2,4 % en 1987.

(1) Qui doivent s'achever au printemps prochain.

Pour chaque cas, il est envisagé de distinguer une taxe au kilo et une taxe à l'objet, correspondant à 33,3 % du prix de revient correspondant.

Toutefois, le passage à cette nouvelle grille tarifaire entraînerait pour les publications à faible poids, notamment la presse quotidienne d'information politique et générale, des ajustements importants et coûteux.

Des correctifs doivent donc être apportés afin d'éviter toutes difficultés particulières d'application (2) (péréquation taxe à l'objet, taxe au kilo ; prise en compte du niveau de publicité et du degré d'urgence de la distribution du journal).

Compte tenu des travaux restant à accomplir, la mise en place effective du nouveau dispositif pourrait intervenir en 1989 et serait appliquée aussi bien aux publications "éditeurs" (86 % du trafic) qu'"associatives".

Quel que soit le dispositif tarifaire retenu, une renégociation globale du niveau de l'aide postale devra être envisagée en raison, d'une part, de l'importance des pertes de recettes supportées par le budget annexe des P. et T., qui place la Poste dans une situation difficile, et, d'autre part, de la création de l'espace postal européen de 1992, qui amènera les différents pays de la C.E.E. à rechercher l'harmonisation de leurs politiques gouvernementales en matière d'aides à la presse (actuellement le niveau de l'aide postale à la presse en France se situe nettement au-dessus de ce qui existe dans les pays de la C.E.E comparables).

Toute distorsion importante dans ce domaine serait en effet sans aucun doute considérée par la Commission des Communautés européennes comme contraire au principe de la libre circulation de l'information dans l'ensemble européen.

#### **\* Coût pour le budget annexe des P. T.T. des tarifs préférentiels**

##### **a) Incidence pour le budget annexe des P. et T. de la limitation de la hausse des tarifs du régime international.**

Compte tenu de la baisse du trafic de presse enregistrée depuis 1984, l'incidence de la limitation de la hausse des tarifs du régime international a été la suivante :

---

(2) Le syndicat de la presse parisienne souhaiterait que le traitement tarifaire des quotidiens fasse l'objet d'une étude spécifique.

- Pour 1984, la limitation de la hausse a entraîné pour le budget annexe des P. et T. une perte de recettes évaluée à **10,6 millions de francs en année pleine.**

- Pour 1985, la reconduction de cette mesure a entraîné une perte de recettes de **11,8 millions de francs en année pleine.**

- En 1986, l'application de cette mesure a entraîné une perte de recettes évaluée à **12,1 millions de francs en année pleine.**

- En 1987, afin de favoriser la diffusion de la presse française à l'étranger, les taxes ont été maintenues à leur niveau 1986. Cette mesure a entraîné pour la Poste une perte de recettes évaluée à **14,8 millions de francs en année pleine.**

**Au total, sur quatre ans, l'ensemble de ces dispositions (limitation des hausses en 1984, 1985, 1986, gel des tarifs en 1987) a entraîné, par rapport à l'objectif fixé par la Table ronde, un écart de 49,5 millions de francs.**

- Pour 1988, le dispositif mis en place en 1987 (gel des tarifs) a été reconduit, ce qui entraînera pour la Poste une perte de recettes supplémentaire de **5,5 millions de francs en année pleine.**

## **b) Contribution du budget général**

Dans un premier temps, le budget général remboursait en partie les charges supportées par le budget annexe des P.T.T. (1).

Des versements sont intervenus à ce titre en :

- 1982 : 1.136 millions de francs,
- 1983 : 1.236 millions de francs,
- 1984 : 1.433 millions de francs,
- 1985 : 1.505 millions de francs.

Ils ont été calculés sur la base de **un tiers seulement** du total prévisionnel des charges presse "éditeurs" et des charges presse "associative".

---

(1) Selon les recommandations adoptées lors des travaux de la Table ronde, les recettes presse éditeur et presse associative devaient couvrir, dès 1987, 33 % des charges, le budget général devant couvrir, dès 1980, 37 % des dépenses pour la presse éditeur et 67 % pour la presse associative.



En revanche, à partir de 1986, aucune contribution du budget général n'a été versée. Aucune n'est prévue pour 1989.

**c) Coût total supporté par le budget annexe des P.T.T.**

Le tableau ci-dessous présente l'évolution des charges, des recettes et de l'écart pour l'ensemble du trafic de presse (1) :

Années	Charges toutes catégories de presse (1)	Recettes charge supportée par la presse (2)	Contribution du budget général (3)	Déficit résiduel à charge de la poste (4) - (1 - (2 + 3))
1982 .....	3 583	643	1 136	1 804
1983 .....	4 316	759	1 236	2 321
1984 .....	4 078	911	1 433	1 734
1985 .....	4 479	1 061	1 500	1 918
1986 .....	4 586	1 196	»	3 390
1987 .....	4 603	1 396	»	3 207
1988 .....	4 649	1 483	»	3 166

(1) Le tableau ci-dessus a été fourni à votre Rapporteur par le S.J.T.I. Il est intéressant de constater que les réponses fournies par le Ministère des Postes et Télécommunications - qui apparaissent dans le tableau suivant - diffèrent en ce que les évaluations des charges supportées par la Poste apparaissent plus élevées.

(En millions de francs.)

Année	Charges toutes catégories de presse (1)	Recette	Contribution du budget général	Contribution de la poste (déficit résiduel)
1981 (3) .....	3 458	456	»	3 002
1982 (3) .....	3 583	643	1 136	1 804
1983 (3) .....	4 306	754	1 236	2 321
1984 (3) .....	4 078	911	1 433	1 734
1985 (3) .....	4 479	1 061	1 500	1 917,5
1986 (3) .....	4 601,4	1 240,1	(2)	3 361,3
1987 (4) .....	4 486,7	1 425,4	(2)	3 061,2
1988 (4) .....	4 621,3	1 519,6	(2)	3 296
1989 (5) .....	4 650	1 573,9	(2)	3 076,1

(1) Coût complet.

(2) Aucune contribution du budget général n'est prévue depuis 1986.

(3) Résultats définitifs.

(4) Résultats provisionnels.

(5) Prévisions.

RÉPARTITION DE LA CHARGE

(En pourcentage.)

Année	Recettes	Budget général	Budget annexe des P. et T.
1981 .....	13,18	»	86,82
1982 .....	17,94	31,70	50,36
1983 .....	17,51	28,70	53,79
1984 .....	22,34	35,14	42,52
1985 .....	23,69	33,49	42,82
1986 .....	26,95	»	73
1987 .....	31,80	»	68,20
1988 .....	32,90	»	67,10
1989 .....	33,80	»	66,10

L'évolution fait apparaître un alourdissement sensible de la charge supportée par le budget annexe des P. et T. Or, Votre Rapporteur estime que ce n'est ni la vocation de la poste, ni sa responsabilité stricto sensu de se substituer à l'Etat pour assurer la charge fiscale de l'aide à la presse ou au lecteur. Il n'est pas acceptable que, par suite de la défection de l'Etat, l'aide à la presse soit, en définitive, payée par les usagers de la poste. Votre Rapporteur s'inquiète des conséquences de la pérennisation d'un système qui alourdit les charges du budget annexe des P. et T., et risque de détériorer les relations entre la Poste et les entreprises de presse. Il estime nécessaire de revenir à la lettre des accords Laurent, quitte à instituer un dispositif de retour en sifflet sur trois ou quatre années.

**\* Amélioration des conditions de transport postal**

**a) Les travaux de la Commission "qualité de service"**

Conformément aux engagements pris lors des travaux de la Table ronde, une observation régulière du degré de qualité de service est effectuée conjointement avec les représentants de la profession dans le cadre de la Commission presse-Poste de la qualité du service mise en place en 1980.

## . Les résultats

Les réponses aux consultations effectuées par l'éditeur et dépouillées par l'Administration ont montré que la qualité de service assurée par la Poste était globalement satisfaisante. Celle-ci reste cependant tributaire non seulement des incidents perturbants les moyens de transport, mais aussi des mouvements sociaux (1) et des erreurs humaines dues au laps de temps très court imparti tant au niveau du conditionnement de la publication qu'au niveau des opérations de tri.

(1) Le nombre de journées perdues pour fait de grève s'établit comme suit :

Années	Acheminement	Distribution	Total
1987 .....	80 540	67 759	148 299
1988 (premier semestre) .....	24 712	17 376	42 088

Les conséquences sur la réception des publications par les abonnés ont été les suivantes :

- pour la presse quotidienne : retards de 24 heures ;
- pour la presse hebdomadaire : retards de 24 à 48 heures ;
- pour la presse d'une périodicité supérieure à la semaine : retards de 48 heures et parfois au-delà en fonction de l'importance du conflit.

## . Elaboration d'un indicateur permanent de qualité de service "presse"

L'amélioration de la qualité de service conduit à approfondir l'examen des conditions de réception des objets de correspondance. Une mesure des délais d'acheminement et de distribution a ainsi été mise en oeuvre depuis le 17 juin 1985 à titre expérimental sur quatre départements pour six quotidiens nationaux ou régionaux. La généralisation de cette démarche est intervenue à compter du 1er octobre 1986. L'étude, qui concernait initialement la presse quotidienne, nationale et régionale, a été élargie aux hebdomadaires.

Les derniers résultats connus sont les suivants : (en pourcentage)

Mois (1988)	Quotidiens nationaux			
	J	J + 1	J + 2	> J + 2
Mars .....	95,20	4,28	0,18	0,34
Avril .....	93,02	5,89	0,59	0,50
Mai .....	93,90	5,37	0,54	0,19

### b) Les travaux du groupe d'experts

les travaux du groupe d'experts "presse-Poste" qui réunit des représentants de la Poste et de la profession ont notamment porté sur la mise en oeuvre de nouvelles techniques d'adressage et de conditionnement des journaux expédiés par voie postale, susceptibles d'apporter des gains de productivité à chacun des partenaires.

#### . La distribution

Le groupe d'experts Presse-Poste a étudié notamment la mise en oeuvre de nouvelles techniques en matière d'adressage de publications.

Ainsi, le service de distribution sur liste des journaux consiste en une remise au service postal par l'éditeur de quotidiens livrés sans bande et sans adresse, dont la distribution aux destinataires est assurée par les facteurs à partir d'une liste nominative d'abonnés fournie préalablement par l'éditeur.

Le recours à cette technique de distribution permet aux éditeurs de supprimer des machines de mise sous bande et de réaliser, de ce fait, des gains importants de productivité (1).

Actuellement, cette prestation ne fait l'objet d'aucune taxation spécifique.

---

(1) Pour des raisons de faisabilité, le champ d'application a été limité à un seul journal par bureau distributeur et aux seules zones géographiques où sa diffusion est majoritaire par rapport à celle des autres quotidiens.

Des conventions précisant les modalités techniques de distribution ont déjà été signées avec les quotidiens "Ouest-France", "le Courrier Picard", "le Midi Libre" et "La Montagne".

Par ailleurs, "La Haute Marne Libérée", "Le Bien Public", "La Dépêche du Midi", "Nice Matin" ainsi que "Le Courrier de l'Ouest" ont manifesté récemment leur intention de bénéficier de ce service.

### \* Le procédé d'impression par jet d'encre ("ink-jet")

Le procédé d'impression par jet d'encre ("ink-jet"), actuellement commercialisé en République Fédérale d'Allemagne et en Suisse, consiste en une projection de gouttelettes d'encre qui permet d'obtenir tous types de caractères sur des supports quelconques. La mise en oeuvre de cette technique est susceptible de permettre aux expéditeurs de presse, en toute fiabilité, un report d'adresses sur des journaux et écrits périodiques, ou sur leur emballage (papier ou matière plastique), ce qui induit un gain de temps et des économies substantielles pour les éditeurs ou routeurs.

Cette technique a été testée en 1986 avec le quotidien régional "Sud- Ouest". Le bilan établi à cette occasion a mis en évidence le caractère satisfaisant de cette technique, tant pour la poste que pour l'éditeur. Il convient toutefois de préciser que, dans ce test, les exemplaires étaient remis directement aux bureaux distributeurs sans intervention des services de tri ambulants.

Dans la perspective de l'implantation de la nouvelle unité d'impression du "Monde" à Ivry, qui devrait être opérationnelle fin 1988-début 1989, les responsables de ce journal ont pris des contacts avec la Poste pour que soient étudiées les conditions de l'utilisation du procédé "ink-jet" offrant au plan de l'expédition des possibilités techniques compatibles avec les nouvelles rotatives offset.

### \* Le conditionnement des envois

Le groupe Bayard-Presses a été retenu pour expérimenter l'utilisation de films plastiques dans le conditionnement et l'expédition des liasses de journaux.

L'essai, qui a fait l'objet d'un protocole d'accord signé par le Directeur Général de la Poste, concerne quelques publications traitées par le groupe ("Le Pèlerin", "Femme actuelle", "Prima"... ) et doit permettre d'évaluer les avantages et les contraintes respectives préalablement à toute application généralisée.

Il s'agit pour l'éditeur de tester cette technique de conditionnement avant la mise en service de nouvelles installations. Pour la Poste, le premier avantage réside dans la suppression des anomalies du service liées au traitement des liasses, et l'évolution technique devrait également entraîner des gains de productivité.

**Votre Rapporteur ne peut que se féliciter de l'amélioration des rapports entre la direction générale de la poste et les entreprises de presse depuis le début de 1986. L'esprit de coopération qui préside aux travaux des groupes paritaires est susceptible de déboucher sur une amélioration très substantielle du service rendu, sans augmentation sensible du coût.**

## **2. Les allègements de T.V.A.**

### **2.1. Régime en vigueur jusqu'au 1er janvier 1989.**

Durant la période précédant la dernière guerre et jusqu'à la création de la T.V.A. en 1954, la presse n'était pas soumise à la taxe sur le chiffre d'affaires.

Lors de la création de la T.V.A. en 1954, puis de son extension en 1968, la presse a continué de bénéficier d'un régime d'exonérations sur ses ventes, ainsi que sur les travaux de composition et d'impression, mais elle était assujettie à la taxe sur les salaires pour la part de ses ressources non soumises à la T.V.A.

La loi n° 76-1233 du 29 décembre 1976 relative au régime fiscal de la presse a posé le principe de l'assujettissement de la presse à la T.V.A., avec des taux différents suivant la périodicité des publications.

Aux termes de la loi, toutes les publications inscrites à la Commission paritaire des publications et agences de presse sont soumises au taux réduit de 7 %.

Toutefois, pour les quotidiens et les publications qui leur sont assimilées au sens de l'article 39 bis du Code Général des Impôts (1), le taux réduit est assorti d'une réfaction (70 %) telle que le taux réel de T.V.A. perçu dans les départements de la France métropolitaine est de 2,1 %.

Les autres publications étaient exonérées jusqu'au 1er janvier 1982 (mais soumises à la taxe sur les salaires). Toutefois, les éditeurs pouvaient opter pour l'assujettissement à la T.V.A. L'option était alors irrévocable. En cas d'option, le taux réduit était assorti, jusqu'au 31 décembre 1981, d'une réfaction

---

(1) Les publications à diffusion départementale ou régionales consacrées principalement à l'information politique et générale paraissant au moins une fois par semaine, et dont le prix de vente n'excède pas de 75 % celui de la majorité des quotidiens.

telle que le taux réel perçu soit de 4 % ; ce taux était diminué de moitié dans les trois départements d'outre-mer précités. Ce taux a été ensuite prorogé d'année en année puis pérennisé par la loi de finances pour 1986.

La loi n° 77-1421 du 27 décembre 1987 relative au régime fiscal de la presse a étendu aux hebdomadaires politiques nationaux le bénéfice du taux privilégié de T.V.A. (2,1 %) réservé aux ventes de quotidiens.

Une commission, composée de trois magistrats, est chargée d'apprécier, à la demande des éditeurs, si les conditions fixées par le texte de loi sont remplies. Un arrêté, pris sur proposition de cette commission, désigne les publications habilitées à bénéficier du taux privilégié de T.V.A. applicable aux quotidiens. Ces publications sont actuellement au nombre de 27.

Les publications non inscrites à la commission paritaire des publications et agences de presse supportent une taxe sur la valeur ajoutée au taux de 18,6 % et les publications pornographiques au taux de 33,33 %.

## 2.2. Régime de T.V.A. applicable à compter du 1er janvier 1989

Une disposition élargissant, à compter du 1er janvier 1989 le taux de T.V.A. à 2,1 % pour l'ensemble de la presse écrite a été inscrite à l'article 88 de la loi de finances pour 1988, à la suite d'un amendement de votre Commission des Finances (1).

---

(1) A compter du 1er janvier 1989, les entreprises de presse bénéficieront également de l'effet de la réduction du taux de T.V.A. de 7 % à 5,5 % inscrite dans le projet de loi de finances pour 1989.

Cette mesure concernera :

- les opérations de cession ou de rétrocession, par une entreprise de presse, d'éléments d'information (articles, reportages, dessins, photographies), à une autre entreprise de presse en vue de l'édition des journaux ou publications soumises au régime de la presse ;
- les travaux de composition, d'impression, de brochage et de massicotage de tous les écrits bénéficiant d'un taux réduit (périodiques et livres) ;
- les fournitures d'éléments d'information et de photographies par les agences de presse ayant obtenu l'agrément de la commission paritaire ;

### 2.3. Tableau des allègements du taux de T.V.A. pour la presse en 1987 et 1988

(En millions de francs.)

Année	Taux de T.V.A.				
	2,1 %			4 %	Total
	Quotidiens et hebdomadaires régionaux d'information politique et générale	Hebdomadaires politiques nationaux	Total		
1986 .....	490	65	555	370	925
1987 .....	500	80	580	390	970
1988 .....	520	85	605	415	1 020

L'évaluation de la dépense fiscale au titre de cette aide indirecte est effectuée sur la base du chiffre d'affaires des entreprises de presse, en établissant une distinction entre les moins-values résultant du régime de l'assujettissement des quotidiens et publications assimilées (2,1 %), des hebdomadaires politiques nationaux (2,1 %) et des périodiques (4 %).

Le montant de la dépense fiscale représente la différence entre le montant obtenu lorsqu'est appliqué au chiffre d'affaires des publications de presse le taux de T.V.A. de 7 % et le montant obtenu lorsque les taux réduits de 2,1 % et 4 % sont appliqués au même chiffre d'affaires.

La moins-value supplémentaire pour l'Etat liée au passage à un taux de T.V.A. de 2,1 % sera de l'ordre de 250 millions de francs en 1989. Elle sera moindre les années suivantes (environ 170 millions de francs), compte tenu de la récupération d'une partie de ce gain pour les entreprises de presse au titre de l'impôt sur les sociétés, la plupart des titres concernés dégageant des bénéfiques.



### **3. Le régime spécial de provisions pour investissement (article 39bis du Code Général des Impôts)**

Aux termes de l'article 39 bis du Code Général des Impôts, certaines entreprises de presse (1) sont autorisées à déduire de leurs bénéfices en franchise d'impôt, directement ou sous forme de provisions, les sommes destinées à l'acquisition de certains éléments d'actif strictement nécessaires à l'exploitation du journal.

Jusqu'en 1969, ce régime permettait d'exonérer totalement de l'impôt sur les sociétés les bénéfices affectés aux investissements de toute nature, nécessaires à l'exploitation du journal de ces entreprises, ou constitués en provision, en vue d'investissements réalisés dans un délai de cinq ans suivant cette constitution.

Les effets de ce régime ont été progressivement limités depuis 1970, dans la mesure où celui-ci présentait l'inconvénient de favoriser les entreprises de presse les plus prospères et de n'apporter aucune aide à celles ne faisant pas de bénéfices.

Désormais, l'entreprise peut affecter en franchise d'impôt, donc retrancher de son bénéfice imposable :

- soit les dépenses effectuées au cours de l'exercice pour l'acquisition de matériels ou de constructions strictement nécessaires à l'exploitation du journal,

- soit une provision destinée à lui permettre de faire face au financement ultérieur d'investissements de même nature.

Depuis le 1er janvier 1981, la provision est établie en franchise d'impôt dans la limite de :

- 30 % du bénéfice pour les non-quotidiens,
- 60 % du bénéfice pour les quotidiens et journaux assimilés (c'est-à-dire les hebdomadaires régionaux).

---

(1) L'article 39 bis s'applique à toutes les entreprises de presse qui éditent ou exploitent, soit des journaux quotidiens ou hebdomadaires, soit des revues mensuelles ou bimestrielles "consacrées pour une large part à l'information politique"

Les publications pornographiques, perverses ou de violence sont exclues.

A la Libération, le mécanisme d'aide à l'investissement prévu par l'article 39 bis était réservé aux publications comprenant une large part d'information politique. En 1953, le système a été étendu aux quotidiens et aux hebdomadaires non-politiques.

Les provisions constituées ne peuvent être utilisées qu'au financement d'une fraction du prix de revient des matériels et constructions dans la limite de :

- 40 % de leur prix de revient pour les non-quotidiens,
- 80 % de leur prix de revient pour les quotidiens et assimilés.

Les sommes ainsi affectées, réputées constituer un amortissement anticipé, viennent en déduction de la base amortissable ultérieurement.

Les reliquats de provision non employés au bout de cinq années sont réintégrés aux résultats et peuvent faire à nouveau l'objet de provisions.

La Table ronde Parlement-Presse-Administration avait été chargée d'examiner, début 1981, les conditions de passage, pendant la période 1982-1985, à une situation fiscale de droit commun, ainsi que les mécanismes qui pourraient éventuellement se substituer au régime actuel de l'article 39 bis du Code Général des Impôts. Aucune proposition commune aux représentants de la presse et à ceux de l'Administration n'a pu être dégagée.

Le régime spécial des provisions résultant de l'article 39 bis a donc été reconduit d'année en année de 1982 à 1986, puis pérennisé par la loi de finances pour 1987, pour une période de cinq ans à partir de 1987.

(En millions de francs.)

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988
Montant .....	340	350	370	250	250	250	270

### 3.3. Extension aux journaux télématiques

Une circulaire du 25 novembre 1986 précise les modalités d'extension des dispositions de l'article 29 bis aux investissements concernant la presse télématique.

Les entreprises de presse qui ont la faculté de constituer des provisions au titre de l'article 39 bis peuvent ainsi désormais affecter ces provisions aux investissements destinés au service

d'informations télématiques qu'elles proposent en complément de leurs publications. (1)

### **3.4. Autres mesures d'extension**

L'extension du mécanisme de l'article 39 bis à l'ensemble des catégories de presse, de même que son extension aux investissements réalisés par les entreprises de presse dans le secteur de la communication audiovisuelle, font partie des mesures souhaitées par la profession. Les contraintes budgétaires ne permettent pas, toutefois, d'envisager actuellement de telles extensions.

Votre Rapporteur estime pourtant qu'il importerait de mettre un terme aux discriminations existant entre les différentes catégories de publications, au regard de l'article 39 bis.

Les publications non quotidiennes ne peuvent en effet mettre en franchise d'impôt que 30 % du bénéfice de l'exercice considéré, pour constituer une provision afin de réaliser des investissements, alors que ce pourcentage est de 60 % pour les quotidiens. De plus, ces sommes prélevées sur les bénéfices ne peuvent concourir qu'au financement de 40 % de l'investissement réalisé dans le cas des hebdomadaires, alors qu'une nouvelle fois, ce pourcentage est double et s'élève à 80 % pour les quotidiens.

S'agissant d'aide à l'investissement, relevant donc par essence de la politique industrielle, cette distinction selon la périodicité n'est plus justifiable aujourd'hui.

En outre, l'article 39 bis ne bénéficie qu'aux entreprises ou aux journaux qui dégagent un bénéfice. Il s'ensuit que les journaux qui équilibrent leur exploitation ou qui sont déficitaires ne sont pas aidés dans leur modernisation, alors que celle-ci peut s'avérer un moyen de recouvrer une stabilité financière.

Il apparaît donc souhaitable que l'article 39 bis du code général des impôts soit complété par un système de prêts à intérêts bonifiés, de durée moyenne et à premières annuités différées.

---

(1) Le Service de la législation fiscale évalue globalement la moins-value fiscale résultant des dispositions de l'article 39 bis. Le coût de la mesure d'extension à la presse télématique n'est donc pas individualisé.

#### 4. Exonération de la taxe professionnelle (article 1458-1° du Code Général des Impôts).

Instaurée par la loi de 1844 qui exemptait de la patente les éditeurs de feuilles périodiques, cette exonération a été maintenue depuis lors ; elle a été étendue aux agences de presse agréées et, sous certaines conditions, aux activités d'impression et de diffusion. Les publications bénéficiaires sont celles qui ont obtenu un certificat d'inscription auprès de la commission paritaire.

Le tableau suivant retrace les moins-values de recettes pour les collectivités locales, résultant de l'exonération de la taxe professionnelle sur les entreprises de presse.

(En millions de francs)

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988
Exonération de la taxe professionnelle (art. 1458-1° du Code général des impôts)	382	437 (+ 14,5 %)	508 (+ 16,3 %)	513 (+ 1 %)	556 (+ 8,3 %)	515 (- 17,9 %)	54 (+ 6 %)

Les chiffres de 1986 et de 1987 sont difficilement comparables, dans la mesure où le dégrèvement de 10 %, institué pour 1985 et 1986, a été supprimé et remplacé par un abaissement de 16 %, dès 1987, des bases de la taxe professionnelle.

Ces évaluations récentes résultent d'une enquête sur la situation fiscale de la presse effectuée en 1980 par les services des impôts et réactualisée chaque année.

Or, compte tenu des changements intervenus au cours des cinq dernières années dans les structures de presse, ces résultats sont trop anciens pour être extrapolés sans risque d'erreur.

Ce mécanisme n'est pas satisfaisant dans la mesure où les pertes de recettes pour les collectivités locales dépassent nettement le gain que les entreprises de presse retirent de l'exonération de taxe professionnelle.

En effet, la taxe professionnelle figure parmi les charges déductibles pour le calcul du bénéfice fiscal. Lorsque l'entreprise de presse est bénéficiaire, l'exemption de la taxe accroît d'autant son bénéfice imposable et l'avantage finalement obtenu par cette entreprise se trouve réduit de moitié, car elle est amenée à payer, au titre de l'impôt sur les sociétés (taux de 50 %), une somme plus élevée que si elle était assujettie à la taxe.

## CONCLUSION :

### L'ENJEU DE L'INTERNATIONALISATION DE LA PRESSE EN 1989

En 1988, l'internationalisation de la presse est un enjeu fondamental. Si la France veut préserver sa place dans la compétition internationale et sauvegarder son identité culturelle, la création imminente du marché unique européen impose d'ores et déjà à la presse française des adaptations indispensables pour ne pas être submergée par des concurrents plus dynamiques.

Quel que soit l'objectif retenu, deux aspects complémentaires doivent être pris en considération : le développement à l'étranger des ventes de publications en langue française, et la conquête des marchés extérieurs par l'adaptation au lectorat local des publications des groupes de presse français.

Certes, quelques grands groupes ont déjà développé une stratégie offensive, par la création de titres spécialement conçus pour les marchés étrangers. Les groupes Hachette et Marie-Claire ont ainsi créé plusieurs éditions étrangères de *Elle* et de *Marie-Claire*, diffusées mensuellement à près de 3 millions d'exemplaires. *Elle* possède, outre l'édition américaine (plus d'un million d'exemplaires), une édition japonaise (200.000 exemplaires), anglaise (236.000 exemplaires), espagnole et italienne (120.000 exemplaires).

Mais le développement de la presse française à l'étranger demeure insuffisant. Les exportations réalisées par les N.M.P.P. témoignent de lacunes importantes : l'Europe représente 53,4 % du chiffre d'affaires à l'exportation pour 1988 (dont les trois-quarts en Belgique et en Suisse) mais l'Amérique du Nord n'en représente que 4,6 % et l'Amérique du Sud 1,4 %.

**Surtout, les structures actuelles des entreprises de presse françaises paraissent insuffisamment adaptées pour assurer le développement nécessaire.**

**Il est indispensable, pour assurer à la presse française la dimension internationale qui doit être la sienne, de contribuer au renforcement de ses moyens : il s'agit à la fois d'accroître la dimension financière des entreprises - très inférieure en 1988 à celle des principaux groupes de presse étrangers comme Springer, Bertelsmann et Hachette- et de poursuivre les efforts de rationalisation et de modernisation de la gestion.**

**Une révision des mécanismes d'aide à la presse en ce sens serait largement souhaitable. A cet égard, la stagnation des crédits affectés dans le budget 1989 au Fonds d'expansion de la Presse à l'étranger est préoccupante. En 1988, votre Rapporteur ne peut que souligner l'importance des efforts consacrés à l'expansion de la presse française à l'étranger.**

**Modifications apportées aux crédits d'aide à la presse  
lors de la deuxième délibération de l'Assemblée nationale.**

En deuxième délibération, l'Assemblée nationale a adopté un amendement visant à majorer de 20 millions de francs les crédits du chapitre 43-80 du budget du ministère de la Culture et de la Communication.

Il s'agit des crédits affectés au Fonds d'Aide à l'Expansion de la presse française à l'étranger et au Fonds d'Aide aux quotidiens nationaux d'information générale et politique à faible capacité publicitaire.

La majoration porte l'ensemble des crédits concernés à 62,51 millions de francs, soit une augmentation de 47 % par rapport aux crédits inscrits dans le projet de loi de finances initial.

La répartition de cette importante majoration entre les deux Fonds concernés n'est pas encore arrêtée. Selon les renseignements obtenus, cette somme devrait principalement permettre de financer l'extension à la presse régionale du mécanisme d'aide aux quotidiens à faibles ressources publicitaires.

Toutefois, compte tenu du nombre restreint des journaux concernés, il apparaît souhaitable que le Fonds d'Aide à l'Expansion de la presse française à l'étranger, dont les crédits n'ont pas été augmentés en 1989, bénéficie également de ce supplément de crédits.

**Au cours de sa réunion du 16 novembre 1988, la Commission des finances a procédé à l'examen des crédits de la Communication pour 1988 ainsi que des lignes 50 et 51 de l'état E et de l'article 52 du projet de loi de finances, rattachés à ce budget.**

**Elle a décidé de proposer au Sénat l'adoption de ces crédits ainsi que celle des lignes 50 et 51 de l'état E et de l'article 52 rattachés.**