

...le projet de loi de finances pour 2023

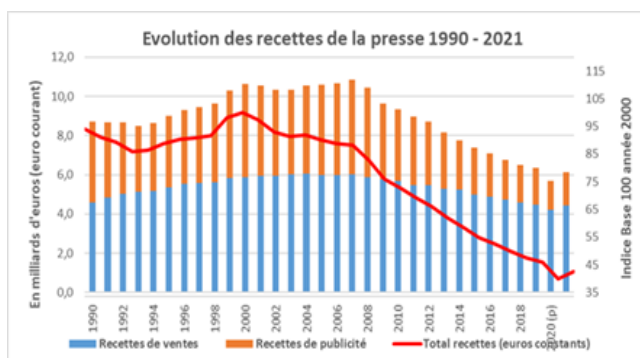
AVIS PRESSE ET MÉDIAS

Après une année 2020 marquée par une baisse de plus de 10 % du chiffre d'affaires de la presse, **l'année 2021 a enregistré un rebond attendu**, mais encore insuffisant pour revenir au niveau de 2019. La presse continue donc de souffrir d'une crise structurelle depuis plus de 20 ans.

Dans ce contexte, les pouvoirs publics ont un rôle essentiel à jouer, qui doit cependant, de plus en plus pivoter de soutien financier et payeur en dernier ressort, comme cela a été trop longtemps le cas pour la distribution, à une **assistance mesurée destinée à permettre au secteur de la presse de parvenir à trouver son propre équilibre économique**.

De ce point de vue, on ne peut qu'être déçus par l'absence de prise en considération du choc inflationniste, qui représente pour la presse une nouvelle donne sur laquelle le rapporteur pour avis avait alerté le gouvernement dès le mois de juillet.

1. DES CRÉDITS QUI NE TIENNENT PAS COMPTE DE LA CRISE



Les aides à la presse sont destinées à soutenir un secteur d'activité crucial pour la démocratie et qui traverse une situation extrêmement complexe depuis des années, en raison d'une succession de chocs externes (irruption du numérique, aujourd'hui inflation) et internes (faillite de Presstalis notamment).

A. DES DOTATIONS QUI ÉVOLUENT PEU, EN MONTANT COMME EN NATURE...

Dans l'ensemble, les crédits du programme pour 2023 connaissent une progression de près de 10 %, **qui s'explique pour l'essentiel par la mise en œuvre de la réforme du postage et du portage**.

Évolution des aides à la presse en 2023

(en millions d'euros)

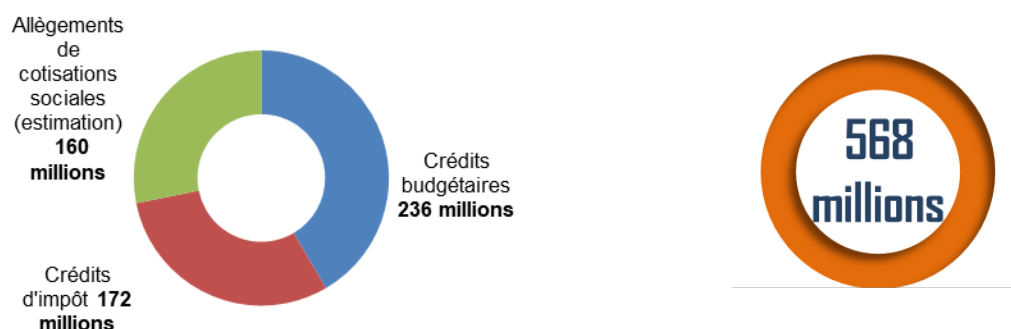
Aide	PLF 2023	Évolution 2023/2022
Aides à la diffusion	119	+ 17 %
Aides au pluralisme	23,2	+ 5,3 %
Aides à la modernisation	54,28	-2,1 %
Total programme 180	196,5	+ 9,6 %
Compensation versée à La Poste – programme 134	40	+ 148 %
Total des deux programmes	236,5	+ 21 %

- Les aides à la **diffusion** connaissent une progression de 17 % sur le programme, et la compensation versée à La Poste de 148 %. Comme le rapporteur l'indiquait l'année dernière, cela traduit la mise en œuvre de la réforme du portage et du postage, qui représente les premières années un coût net avant de décroître.
- Les aides au **pluralisme** progressent essentiellement du fait de la prise en compte de l'éligibilité, en 2017, d'un nouveau titre, L'Opinion, au fonds dédié aux publications nationales d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires. Sur les cinq derniers exercices, les crédits destinés à ce titre étaient financés par redéploiement interne, ce qui a fini par poser des problèmes en gestion. L'enveloppe est donc maintenant plus conforme au niveau réel des dépenses.
- Enfin, les aides à la **modernisation**, dont la moitié correspond à la dotation versée à France Messagerie pour la distribution des quotidiens IPG, diminuent légèrement en raison d'une baisse des crédits de paiement du Fonds stratégique pour le développement de la presse (FSDP) supposée tenir mieux compte des projections de décaissement.

Les aides à la presse ne se limitent cependant pas aux seuls crédits des programmes 180 et 134. Hors l'aide exceptionnelle du « plan Filière », décrite dans le rapport pour avis de l'année dernière et qui s'achève en 2022, leur estimation est complexe, en raison de l'incertitude qui entoure l'évaluation de certains dispositifs fiscaux et sociaux. On peut cependant comptabiliser :

- ✓ des **crédits d'impôt**, pour un montant de **172 millions d'euros** en 2022. Le taux de 2,10 % de TVA sur les titres de presse représente à lui seul 94 % de ce montant ;
- ✓ des **aides sociales**, avec en particulier les dispositifs d'allègement des cotisations sociales des journalistes. Aucune évaluation n'a cependant été réalisée depuis 2014, année où l'enveloppe s'élevait à 172 millions d'euros. Sur la base du nombre de journalistes en 2014 et aujourd'hui, on peut de manière sommaire estimer le montant en 2022 à environ **160 millions d'euros**.

Dans l'ensemble, les aides à la presse représentent donc environ **568 millions d'euros**.



B. ... EN DÉPIT D'UNE SITUATION QUI S'EST BRUTALEMENT DÉGRADÉE

Le rapporteur pour avis a rendu public au mois de juillet 2022 un rapport¹ exposant de manière détaillée les mécanismes de la crise de la presse quotidienne régionale. L'analyse, qui met en exergue les conséquences des difficultés de la presse à monétiser sa présence en ligne et, de manière plus immédiate, les conséquences que l'on peut sans peine qualifier de cataclysmique de la **hausse des prix des consommables**, en particulier du papier, est, hélas, **assez largement transposable à toute la presse en France et à l'étranger**.

¹ <https://www.senat.fr/notice-rapport/2021/r21-805-notice.html>

La presse quotidienne régionale

Lue par 43 millions de lecteurs chaque mois, la PQR demeure une famille de presse appréciée dont les ventes d'exemplaires ont mieux résisté que la presse quotidienne nationale. Le rapport a cependant souligné que ce résultat, qui témoigne du fort attachement du lectorat, dissimule en réalité un retard estimé à six années dans la mise en œuvre de la transition numérique, retard qui constitue aujourd'hui la principale faiblesse de la PQR.

En effet, avec l'explosion des prix du papier, toute la presse, mais plus encore celle qui repose encore sur des ventes d'exemplaires « physiques », est aujourd'hui **gravement menacée** dans son modèle économique. À la crise structurelle qu'elle traverse depuis plus de 10 ans se surajoute ainsi une crise **conjoncturelle** qui frappe d'ailleurs l'ensemble des secteurs industriels.

L'indice des prix du papier était de 92 début 2010, et est demeuré relativement stable jusqu'à la fin 2020 autour de 100. Il s'établissait en mai 2022, au moment de la publication du rapport, à près de **150**, en très forte croissance depuis le début 2021. Au mois d'août, il avait encore progressé de 10 points. Le papier importé progresse dans les mêmes proportions.

Dès lors, le surcoût pour la presse est colossal. Le groupe EBRA, premier groupe de presse quotidienne, l'estime maintenant à **18 millions d'euros**, le groupe Ouest France à **12 millions**. Pour la seule presse quotidienne, la charge supplémentaire s'établirait à plus de **175 millions d'euros** en année pleine.

En conséquence, toute la presse supporte aujourd'hui une crise qui dépasse probablement celle du reste de l'économie. En effet, le coût du papier a progressé bien plus fortement que celui des autres produits. Cette crise se surajoute donc à celle, structurelle, avec laquelle vit le secteur depuis plus de 10 ans.

Or, contrairement à ce que le rapport précité recommandait, le présent projet de loi de finances s'avère très décevant, en ne tenant absolument pas compte de ce nouveau contexte.

L'adoption par la commission des finances de l'Assemblée nationale d'un amendement d'un montant de cinq millions d'euros, prélevés sur le programme « Livre et industries culturelles », apparaît en tout état de cause comme largement insuffisante.

Si l'argument budgétaire est légitime, il se heurte cependant, dans ce cas précis, à **l'échec cinglant du crédit d'impôt pour un premier abonnement**, qui prive la filière de sommes qui lui ont été promises.

2. UNE POLITIQUE À CONTRE-TEMPS

A. LE CRÉDIT D'IMPÔT SUR LE PREMIER ABONNEMENT : HISTOIRE D'UN CRASH PAS ANNONCÉ

Le crédit d'impôt sur le revenu accordé au titre du premier abonnement à un journal, à une publication périodique ou à un service de presse en ligne d'information politique et générale a suscité de très grands espoirs dans la profession lors de sa création par l'article 2 de la loi de finances rectificative pour 2020 du 30 juillet 2020. Le contexte était alors celui de la pandémie, et une mesure rapide apparaissait alors de nature à rassurer la profession et susciter de nouvelles vocations de lecteur.

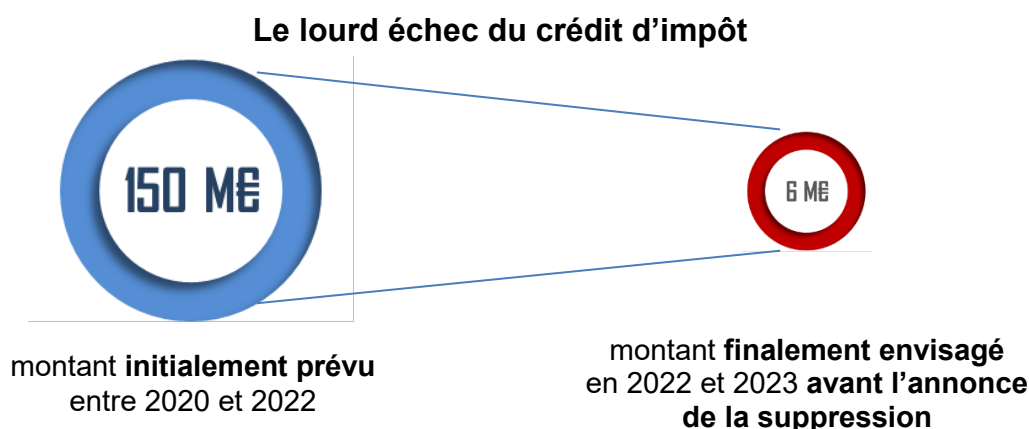
Dans sa version initiale, le crédit d'impôt était **borné dans le temps au 31 décembre 2022** et n'était ouvert qu'aux foyers fiscaux dont le montant des revenus n'excédait pas, pour une part de quotient familial, 24 000 euros, limite majorée de 25 % par demi-part supplémentaire. Le crédit visait un seul abonnement et couvrait 50 % du montant, dans la limite de 50 euros.

Lors de son examen, le Sénat avait simplifié le dispositif en ne retenant pas la condition de ressource qui alourdissait le mécanisme.

Le gouvernement avait choisi de communiquer sur un montant de **26 millions d'euros** sur l'année 2020, et de 60 millions d'euros en année pleine. Sur la durée prévue, le montant affiché et largement relayé était donc d'environ **150 millions d'euros**. Le rapporteur s'en était fait l'écho dans l'examen des précédentes lois de finances.

Cependant, le dispositif retenu nécessitait **l'accord de la Commission européenne**, qui ne l'a rendu que le 15 avril 2021 : l'année 2020 et une partie de 2021 se sont donc trouvées exclues. Ensuite, par un amendement porté par le groupe LREM à l'Assemblée nationale dans le cadre du projet de loi de finances pour 2022, un article 78 a, d'une part, prorogé d'une année, soit jusqu'en 2023 le crédit d'impôt, mais d'autre part a rétabli la condition de ressource supprimé par le Sénat en 2020. Ce second mécanisme a également été soumis à la Commission européenne.

Résultat de ce cheminement complexe, où une forme de réticence institutionnelle n'est pas à exclure, seuls trois millions d'euros figurent dans les documents budgétaires pour l'année 2022 et 2023.



En réalité, **les éditeurs n'ont jamais été en mesure de communiquer et de s'approprier ce dispositif**, annoncé puis retardé, redimensionné et devenu trop complexe pour le public visé. Il apparaît donc aujourd'hui très largement comme « mort-né », et aucun éditeur entendu par le rapporteur ne semble décidé à en profiter. La conclusion de cet épisode a été l'annonce de la suppression probable du crédit d'impôt, le gouvernement ayant retenu dans le cadre de l'utilisation de l'article 49-3 à l'Assemblée nationale un amendement **y mettant un terme** au 31 décembre 2022.

Cet état de fait est extrêmement regrettable et ce, pour **trois raisons** :

- il oppose cruellement les annonces faites publiquement et une réalité juridique qu'il était certainement possible de mieux anticiper ;
- il prive la filière d'une aide nécessaire et qui n'a finalement jamais pu être perçue ;
- il laisse un goût amer aux éditeurs comme aux lecteurs qui n'ont jamais pu profiter d'un dispositif destiné à promouvoir la presse écrite.

Il n'est donc pas possible d'opposer aux demandes de la filière une pure logique budgétaire pour lui dénier une aide ponctuelle dans une situation qui met en jeu la survie d'une partie des titres.

B. LES MAUVAIS COMPTES DE CITEO

Au 1^{er} janvier 2023, les éditeurs de presse ne pourront plus verser leur éco contribution en nature, sous forme d'encarts destinés à informer le consommateur sur la nécessité de favoriser le geste de tri et le recyclage ciblé uniquement sur le papier. Tel est en effet la conséquence de l'adoption par le Parlement de l'article 72 de la loi du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire.

La fin de ce régime dérogatoire illustre le choix de la France et de ses collectivités locales d'intégrer la contrainte environnementale. Il va cependant se traduire par une taxe sur les éditeurs estimée à **22 millions d'euros en 2023**.

Le rapporteur s'est inquiété de cette nouvelle charge qui, littéralement, tombe « au plus mal » pour la profession. **Or le rapport précité sur la PQR montre qu'elle pourrait n'avoir rien d'inéluctable.**

En effet, seul pays européen dans ce cas, la France a **choisi** d'inclure les publications de presse dans la filière dite à responsabilité élargie du producteur (REP) à compter du 1^{er} janvier 2017. Cette appartenance à la filière impose **aux éditeurs de participer au financement des mécanismes de collecte et de recyclage.**

Les publications de presse ont cependant bénéficié jusqu'à présent d'un régime dérogatoire : la contribution peut être versée en tout ou partie sous forme de **prestations en nature.**

Elle prend alors la forme d'une mise à disposition d'encarts publicitaires destinés à informer le consommateur sur la nécessité de favoriser le geste de tri et le recyclage ciblé uniquement sur le papier. Cette contribution en espaces publicitaires a été utilisée par Citeo, au travers de campagnes de sensibilisation au tri des papiers.

Cependant, l'article 8 bis §4 de la directive 2008/98/CE modifiée prévoit que les producteurs soumis à un principe de REP couvrent au moins 50 % des coûts de prévention et gestion des déchets issus de leurs produits au travers **d'une contribution financière**, ces dispositions devant entrer en vigueur au plus tard le 5 janvier 2023.

Il n'est pas certain, loin s'en faut, que l'inclusion du papier dans la filière REP ressorte d'une obligation communautaire. La plupart de nos partenaires européens ne l'ont d'ailleurs pas fait. Par ailleurs, le sens même de la « contribution financière » est sujet à débat. C'est pourquoi le rapport précité préconisait **d'interroger rapidement la Commission européenne** sur ce point, pour infirmer ou approuver la possibilité d'une **exemption de l'éco contribution en nature.** Dans ce dernier cas, le rapporteur proposait de faire débattre par le Parlement d'un assouplissement de la loi du 10 février 2020.

À ce stade, il semble que cette proposition n'ait pas été entendue, ce que l'on ne peut que déplorer, car cela ferme des opportunités d'assister la presse à un moment particulièrement critique qui n'avait pas pu être anticipé au moment de l'examen de la loi du 10 février 2020.

3. L'ÉTERNELLE QUESTION DE LA DISTRIBUTION DE LA PRESSE

La loi du 18 octobre 2019 de modernisation de la distribution de la presse, dont le rapporteur pour avis était rapporteur¹, devait apporter un cadre enfin stabilisé et cohérent au système de distribution hérité de la Libération.

Trois ans plus tard, le paysage a évolué, sans être totalement révolutionné, avec toujours la présence de deux acteurs :

➤ **d'un côté, France Messagerie, héritier de Presstalis et des NMPP**

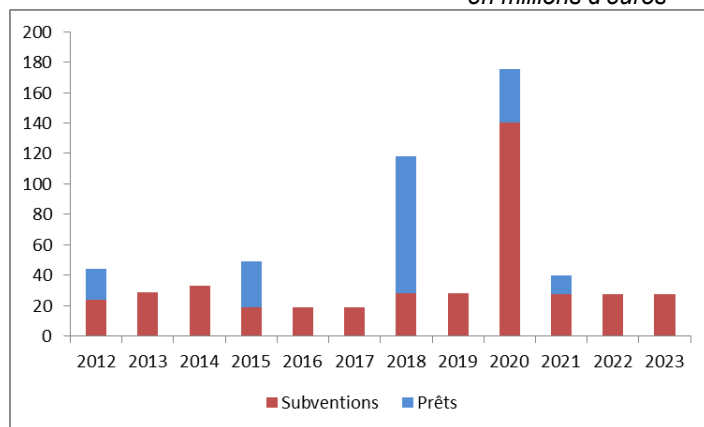
Le groupe Presstalis, entreprise de messagerie de presse privée, était jusqu'à sa liquidation en juillet 2020, l'un des principaux acteurs de la distribution de la presse en France et, de fait, **le seul opérateur de distribution de la presse quotidienne nationale.** Fin 2018, le groupe Presstalis réalisait un chiffre d'affaires annuel de 287 millions d'euros, employait environ 1 000 personnes et représentait entre 75 % et 80 % du marché de la vente au numéro.

En 2020, Presstalis s'est déclarée en cessation des paiements et une procédure collective a été ouverte devant le tribunal de commerce de Paris. Le 1^{er} juillet 2020, le tribunal a homologué la reprise d'une partie des activités (le niveau 1) de la société par la coopérative des quotidiens et la création de **France Messagerie.** En 2021, ce nouvel opérateur emploie 225 personnes, réalise un chiffre d'affaires de 90 millions d'euros et dégage un résultat **positif de 4,8 millions d'euros.**

¹ <https://www.senat.fr/rap/l18-501/l18-501.html>

Soutien financier à Presstalis, puis FM, depuis 2012

en millions d'euros



Dépenses de l'État pour Presstalis, puis FM, entre 2012 et 2023



Le « feuilleton » Presstalis a été très largement traité par le rapporteur pour avis les années précédentes, tant le véritable « naufrage » de l'entreprise a été long, socialement coûteux et financièrement disproportionné, entre aides à la distribution, subventions, soutien et prêts jamais remboursés ;

➤ de l'autre, les Messageries lyonnaises de presse (MLP), le brillant second devenu premier

Les MLP ont développé leur activité sur des publications à périodicité lente et à fort prix de vente. Regroupant 550 éditeurs adhérents publiant environ 3 000 titres, les MLP représentaient en 2019 entre 20 % et 25 % de la vente au numéro avec 316 millions d'exemplaires distribués par an.

À la suite des bouleversements du paysage de la distribution intervenus à l'été 2020, les MLP sont devenues **l'acteur de référence de la distribution de la presse au numéro**, représentant désormais 65 % du marché avec un résultat positif de **9,9 millions d'euros**.

Ainsi, les deux sociétés ont échangé leur place, le second devenant le premier, l'ancien leader continuant d'assurer seul la distribution des quotidiens.

La permanence de ce duopole pose plusieurs questions qui interrogent à terme la viabilité du secteur.

✓ Tout d'abord, le marché de la presse en lui-même

Les MLP comme France Messagerie évoluent aujourd'hui dans un marché dont la valeur diminue d'année en année. Pour les quotidiens distribués par France Messagerie, l'attrition est de 8 % à 10 % par an, sans qu'un terme clair soit fixé à cette chute. Cela signifie qu'année après année, les deux entreprises, et France Messagerie en premier lieu, doivent prévoir une baisse du chiffre d'affaires global du secteur.

✓ Découlent ensuite de cette situation des comportements « prédateurs » entre les deux opérateurs

Dans un marché structurellement en baisse, la croissance ou le simple maintien du chiffre d'affaires ne peut être obtenu que par **des baisses de charges** ou **bien la conquête de nouveaux clients arrachés au concurrent**. Il en résulte une situation où les deux entreprises sont incitées à proposer les meilleures offres aux éditeurs, au prix d'un barème susceptible de les fragiliser. L'Arcep a ainsi dû rappeler à l'ordre chacune de ces messageries **quatre fois sur leurs tarifs**, s'inquiétant en particulier des « remises » consenties aux plus gros éditeurs qui mettent en cause le sens même de la distribution mutualisée.

✓ Enfin, la question du soutien public suscite un fort malaise

France Messagerie ne dégage un résultat positif de 4,8 millions d'euros que par le biais, de manière directe, des **9,3 millions d'euros de péréquation** acquittés par les MLP et de manière indirecte par une subvention de **27 millions d'euros**, versée aux éditeurs de quotidiens et dont elle demeure **la seule bénéficiaire**. Les MLP ont donc le sentiment de lutter contre un concurrent économiquement viable uniquement par une ponction sur ses revenus (la péréquation) doublée d'une aide publique. C'est cependant négliger les champs différents de deux aides, les contraintes très spécifiques et lourdes que le cahier des

charges fait peser sur la distribution des quotidiens, et l'attractivité des points de vente qui repose en partie sur cette presse du jour.

Les arguments déployés de part et d'autre demeurent donc marqués par des oppositions quasi historiques entre les deux entreprises. Désormais dominantes, les MLP estiment être en mesure d'assurer la distribution des quotidiens, ce qui n'est pas encore avéré. France Messagerie, de son côté, doit gérer une perte de revenus sur son principal marché de 6 à 7 millions d'euros, et rien ne garantit à moyen terme la survie de la société.

Le rapporteur pour avis estime qu'il est temps de déterminer la structure de distribution de la presse la plus respectueuse du pluralisme comme des fonds publics. Les États Généraux du droit à l'information, annoncés par la ministre, ou bien une mission spécifique, pourraient être en mesure d'apporter des solutions enfin pérennes, en répondant à trois questions :

- Quelle est l'évolution prévisible du marché de la presse papier à long terme ?
- À quel niveau doit se situer le soutien public à la distribution des quotidiens ?
- Quelle structure serait la plus adaptée : un seul opérateur, deux opérateurs généralistes et concurrents, deux opérateurs spécialisés ?

Avec le choc inflationniste qui va renchérir les coûts de transport, 2023 pourrait être l'occasion de résoudre cette question qui monopolise trop l'attention depuis 10 ans. Dans cet exercice, l'expertise acquise par le régulateur doit s'avérer précieuse.

4. UN RÉGULATEUR SACHANT RÉGULER

La loi du 18 octobre 2019 relative à la modernisation de la distribution de la presse a confié à l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (**Arcep**) d'importants pouvoirs de régulation du secteur de la presse, mettant fin à une autorégulation alors exercée par le Conseil supérieur des messageries de presse (CSMP) et l'Autorité de régulation de la distribution de la presse (ARDP).

Le rapporteur pour avis, également rapporteur du projet de loi dont la première lecture avait eu lieu au Sénat, s'était montré particulièrement favorable à l'évolution d'un système **à bout de souffle** qui cumulait les déficits comme les frustrations des acteurs. Il écrivait ainsi dans son rapport¹ : « *Le choix de l'Arcep, autorité administrative indépendante reconnue pour son expertise des réseaux et des marchés, souligne également la volonté clairement établie de refonder le secteur de la distribution sur un principe général d'efficacité économique.* »

L'Arcep, rebaptisé l'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et **de la distribution de la presse, sans que son acronyme n'évolue**, s'est ainsi vue confier trois grandes missions :

- en amont, proposer au gouvernement **le cahier des charges** auquel les sociétés agréées doivent se soumettre et accorder l'agrément aux sociétés candidates (article 12 de la loi du 2 avril 1947 modifiée) ;
- établir un **schéma directeur** de la distribution de la presse cohérent avec les objectifs de la loi du 18 octobre 2019 ;
- enfin, exercer une **régulation en continu** de l'ensemble du secteur, y compris en matière de kiosques numériques (article 15 et 16 de la loi de 1947 modifiée).

¹ <https://www.senat.fr/rap/l18-501/l18-501.html>

Depuis le 17 décembre 2019, l'Arcep a adopté **35 avis et décisions** relatifs au secteur de la distribution de la presse, qui représentent seulement **0,5 %** de son activité sur la période. **Cela ne traduit cependant que très imparfaitement les efforts de l'Autorité pour appréhender le secteur.**



des décisions prises entre décembre 2019 et octobre 2022 concernant la presse

Le nouveau régulateur a littéralement dû découvrir et s'approprier les codes d'un univers dont les enjeux financiers sont bien moindres que son habituel domaine de compétences, mais d'une extrême complexité, et soumis depuis des décennies à une forme d'autorégulation peu propice à la remise en cause. Comme l'avait demandé le rapporteur, l'Arcep a cependant été dotée des moyens (**8 ETP**) nécessaires pour cette mission.

Le régulateur a été immédiatement confronté à sa mission. Ainsi, alors que la loi prévoyait la publication des cahiers des charges des sociétés nouvellement agréées le 1^{er} janvier 2023 au plus tard, la faillite de Presstalis en juillet 2020 l'a contraint à accorder des agréments provisoires et à finalement publier le cahier des charges le 19 avril 2021.

L'agrément a été accordé à France Messagerie le 6 juillet 2021, le 15 décembre aux MLP et le 19 juillet 2022 à New CCEI, filiale internationale de France Messagerie.

L'Arcep a également dû se prononcer sur les barèmes des messageries, un exercice complexe de l'aveu de toutes les parties prenantes tant ils sont peu lisibles et assortis de remises, ristournes et autres procédés parfois opaques.

Le prochain chantier du régulateur est la mise en place d'une **comptabilité réglementaire** qui permettra, à l'horizon 2024 au mieux, de parvenir à une réelle vérité des coûts supportés par les uns et les autres.

L'Arcep a, pour la première fois, fait usage de son pouvoir de contrôle le 11 octobre 2022, suite à une saisine des **marchands de presse**, ce qui revêt aux yeux du rapporteur pour avis une grande importance symbolique, tant elle participe d'un **rééquilibrage des relations avec ces derniers**. La décision met en demeure les Messageries de respecter les obligations de desserte non discriminatoires des points de vente, suite à des manquements enregistrés en Savoie.

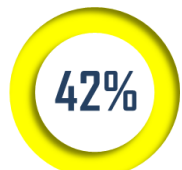
De manière générale, le rapporteur pour avis juge de manière très positive l'action de l'Arcep dans le domaine de la presse et la réactivité dont elle a su faire preuve. Le régulateur joue pleinement le rôle qui lui a été assigné par la loi d'imposer une réflexion économique et juridique à des acteurs qui ont pu avoir la tentation de s'en éloigner par le passé.

Il est donc éminemment souhaitable que les réflexions sur l'avenir de la filière capitalisent sur l'expérience d'ores et déjà acquise par l'Arcep.

5. LA BONNE TRAJECTOIRE DE L'AFP



dotation 2023



des recettes
de l'Agence

Conformément aux engagements pris dans le contrat d'objectif et de moyens 2019-2023, la subvention versée par l'État à l'AFP demeure **stable en 2023**, avec 134,9 millions d'euros, soit **36,3 %** de l'ensemble des crédits du programme « Presse et Médias » et 42 % des recettes.

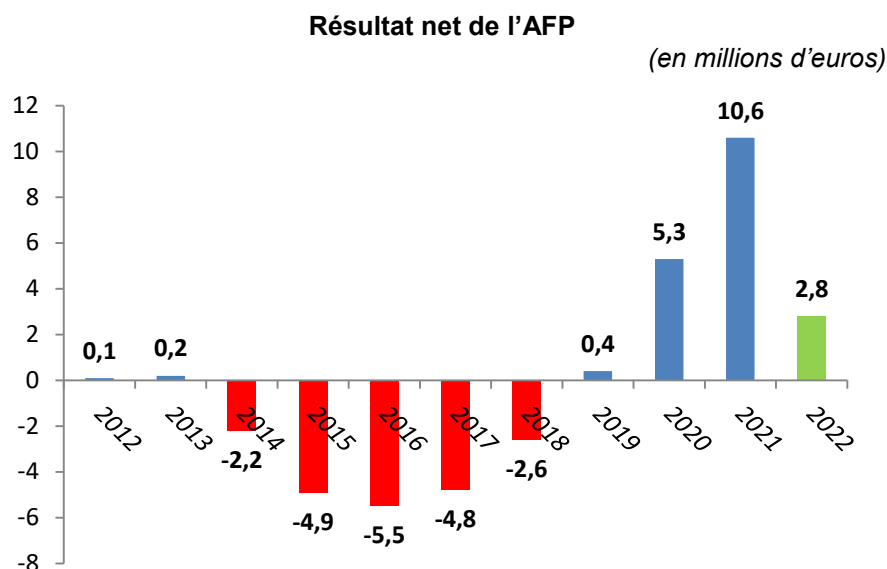
Avec l'AFP, la France dispose d'une des trois agences de presse de taille mondiale, avec AP et Reuters.

A. DES RÉSULTATS PLUS QU'ENCOURAGEANTS

Dans son rapport pour avis sur le projet de loi de finances pour 2020¹, le rapporteur évoquait en détail les **trois défis** auxquels devait répondre l'Agence : une situation financière fragile, une stratégie éditoriale à affiner et la concurrence des grands acteurs de l'Internet.

Force est de constater que l'Agence a su s'adapter et atteindre une situation plus favorable, en dépit d'un contexte qui, depuis 2019, a profondément évolué.

Tout d'abord, la situation financière a connu une forte amélioration ces quatre dernières années. Pour la première fois depuis plus de 10 ans, l'AFP affiche ainsi des résultats nets positifs quatre années de suite.



Il convient cependant de noter que le résultat net de l'année 2021 est positivement impacté par des événements non récurrents, comme le règlement d'un litige financier.



journalistes embauchés
entre 2018 et 2021



millions d'euros économisés



millions d'euros d'économie
de loyer par an

L'AFP a mené un plan d'économie de **12,4 millions d'euros**, tout en embauchant **70 journalistes** sur la période 2018-2021. En particulier, les travaux au siège historique de la place de la Bourse à Paris dégagent 2,5 millions d'euros d'économie par an.

Ensuite, l'AFP a su adapter sa production aux attentes de ses clients, en axant son développement sur la vidéo et surtout l'investigation numérique ou « vérification des faits », avec des recettes supplémentaires combinées qui ont plus que compensé la baisse du texte et de la photographie.

Enfin, l'AFP s'est pleinement insérée dans le combat sur les droits voisins des éditeurs et des agences de presse, suite au vote de la loi du 24 juillet 2019. L'Agence a conclu un accord avec Google pour un montant demeuré confidentiel, mais jugé **satisfaisant**. Des négociations sont actuellement toujours en cours avec les autres plateformes concernées. L'AFP a pu mettre en place les dispositions de la loi sur l'intéressement des journalistes, qui toucheront un montant minimum de **275 euros** en 2023.

¹ <https://www.senat.fr/rap/a19-145-42/a19-145-429.html#toc160>

B. ET POURTANT, DE NOUVEAUX DÉFIS...

Si elle semble aujourd'hui sur une trajectoire de nouveau positive, l'AFP va cependant entrer dans une **zone de fortes turbulences**. La négociation du prochain contrat d'objectif et de moyens, qui doit avoir lieu en 2023 pour les **cinq années suivantes**, doit être l'occasion d'adapter les objectifs et les moyens de l'Agence à une nouvelle donne.

Comme la plupart des activités économiques, l'Agence va en effet subir les conséquences de l'inflation, et ce *via* deux canaux.

D'une part, si elle est moins concernée par la hausse des prix du papier que la presse écrite, la situation extrêmement défavorable de cette dernière devrait la pousser à conduire des mesures d'économie au détriment de l'ensemble de ses fournisseurs, dont l'AFP.

D'autre part, l'inflation est un phénomène mondial, qui frappe de nombreux pays plus lourdement que la France. Afin de conserver ses agents en poste en France et à l'étranger, l'AFP va devoir mener une politique salariale se traduisant par des hausses de rémunération des personnels, que ce soit en **France** ou à **l'étranger**, pour un montant estimé à plus de 5 millions d'euros en 2023.

Le prochain contrat d'objectif et de moyens devra donc impérativement tenir compte de cette situation qui pénalise fortement l'AFP, en tenant compte de la capacité qu'a eu l'Agence à assurer une transformation complexe dans de bonnes conditions et sans recourir à des dotations publiques au-delà de ce qui était prévu.

*

* *

Le refus du gouvernement de prendre en compte les recommandations exprimées par la commission en juillet sur les conséquences de la hausse des prix du papier justifie des réserves sur les crédits présentés.

En conséquence, la commission de la culture, de l'éducation et de la communication a décidé, lors de sa réunion plénière du 2 novembre 2022, de s'abstenir sur l'adoption des crédits du programme 180 « Presse et médias » de la mission « Médias, livre et industries culturelles » du projet de loi de finances pour 2023 et s'en remettra, dans ces conditions, à la sagesse du Sénat.



Laurent Lafon

Président
de la commission
Sénateur du Val-de-Marne
(Union Centriste)



Michel Laugier

Rapporteur pour avis
Sénateur
des Yvelines
(Union Centriste)

Commission de la culture, de l'éducation
et de la communication

<http://www.senat.fr/commission/cult/index.html>

Téléphone : 01.42.34.23.23

Consulter le dossier législatif :

http://www.senat.fr/dossier-legislatif/pjlf2023_com.html