L'ESSENTIEL
SUR LE RAPPORT LÉGISLATIF POUR AVIS

Commission de LA CULTURE

SÉNAT

Presse et Médias

Projet de loi de finances pour 2027

La diminution des ventes et des ressources publicitaires de la presse s'est poursuivie en 2026. Dans ce contexte de crise permanente, il faut se féliciter du maintien des aides de l'État à la presse prévues par le programme 180 « Presse et médias », au sein du PLF pour 2027, à leur niveau de 2026.

Toutefois, ce maintien ne garantit pas à lui seul la pérennité du modèle économique de la presse, confronté à une impressionnante série de difficultés : baisse des ventes qui se poursuit, effondrement des recettes publicitaires, captées par les plateformes numériques, forte hausse des tarifs postaux, arrivée en juillet 2026 des résumés IA de Google dont les effets sur le trafic des sites de presse se font déjà sentir.

L'adoption définitive de la proposition de loi Balanant dans sa version issue du Sénat constitue une avancée importante pour la presse, susceptible de permettre un meilleur partage de la valeur entre les plateformes et la presse par le biais des droits voisins. La commission souhaite que l'Arcom s'empare pleinement des nouvelles compétences que lui confère ce texte afin de rendre ce rééquilibrage effectif.

S'agissant des aides à la presse, la commission s'est félicitée des réformes menées en 2026 mais souligne que les mutualisations de l'outil industriel prévues par le contrat de modernisation de la distribution de la presse signé au milieu de l'année doivent impérativement être menées à bien pour espérer un maintien de la rentabilité des entreprises du secteur. Une partie du soutien financier à cette réforme devant être issue du Fonds stratégique de développement de la presse (FSDP), dont les crédits passent de 18,5 millions d'euros en 2026 à 21,5 millions d'euros en 2027, il est impératif que ce fonds ne soit pas, comme ce fut le cas en 2025-2026, vidé d'une grande partie de son contenu par les « gels » budgétaires.

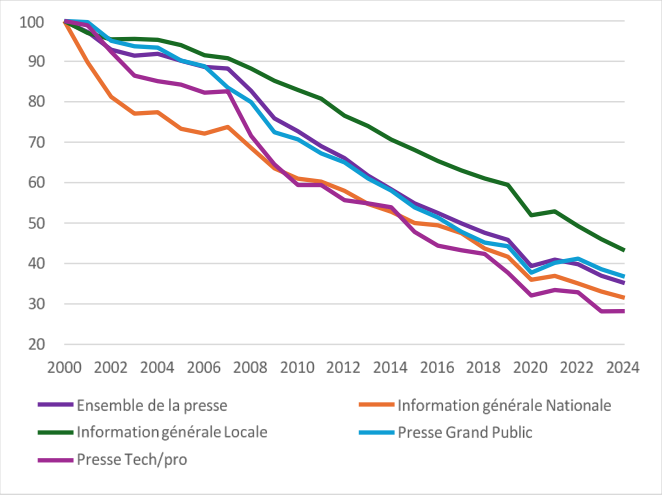
La commission de la culture, de l'éducation, de la communication et du sport a émis, lors de sa réunion plénière du 18 novembre 2026, un avis favorable à l'adoption des crédits du programme 180 « Presse et médias » de la mission « Médias, livre et industries culturelles » du projet de loi de finances pour 2027.



I. La poursuite de la baisse des ventes

Depuis plus de 20 ans, le chiffre d'affaires de la presse est en chute libre. Il représentait en 2004 près de 10,6 milliards d'euros, et seulement 5,6 milliards en 2024, soit une baisse de 47 % (en euros courants, - 62 % en euros constants).

L'évolution du chiffre d'affaires de la presse depuis 25 ans (base 100 en 2000)



Source : DGMIC/BREP - Enquête annuelle sur les éditeurs de presse

A. Des chiffres de vente toujours préoccupants



d'exemplaires vendus en 2025



diffusion 2024/2025

L'année 2025 (derniers chiffres disponibles) est marquée par l'accentuation de la diminution de la diffusion de la presse imprimée. Selon les données de l'Alliance pour les chiffres de la presse et des médias (ACPM), la presse française a été diffusée à 2,6 Mds d'exemplaires (- 2,2 % par rapport à 2024). Seule la diffusion de la presse quotidienne nationale a progressé par rapport à 2024 (+ 3,4 %).

Le canal de diffusion privilégié demeure l'abonnement : la diffusion imprimée aux abonnés papier représente 41 % de la diffusion payée, soit 1 milliard d'exemplaires. Les ventes au numéro représentent 22 % de la diffusion. En parallèle, les sites et applications de presse ont enregistré 27,3 milliards de visites en 2025, dont 72 % des consultations sur terminal mobile.

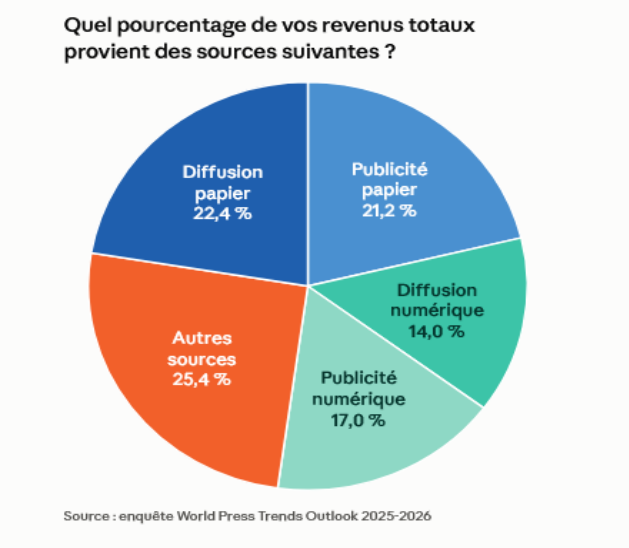
B. La baisse continue des recettes publicitaires

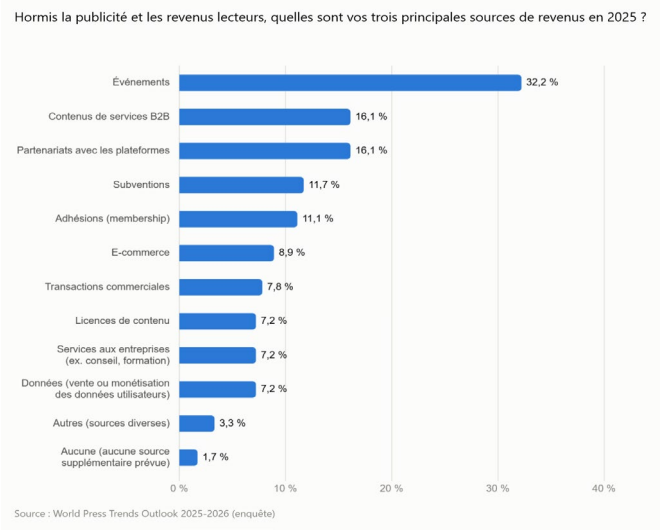
À côté de cette baisse des ventes, **la diminution des recettes issues de la publicité se poursuit**. Le recul global pour la presse **entre 2024 et 2025 est de 6,3 %** (à 1,62 milliard d'euros), soit une diminution de près de 30 % depuis 2017. La presse concentre, à elle seule, 86 % des pertes publicitaires des médias sur cette période. Au premier semestre 2026, les recettes publicitaires de la presse ont également baissé de 6 % par rapport au premier semestre 2025.

	Presse quotidienne nationale (PQN)	Presse quotidienne régionale (PQR)	Presse hebdomadaire régionale (PHR)	Magazines	Presse spécialisée
Évolution 2024 / 2025	- 8,80 %	- 3,60 %	- 5,20 %	- 9,60 %	- 2,50 %
Évolution 2019 / 2025	- 3,57 %	- 24,23 %	- 20,94 %	- 28,12 %	- 21,52 %

Source : BUMP Baromètre Unifié du Marché Publicitaire et de la communication 2025

Pour faire face à cette tendance baissière, **la stratégie de diversification** des éditeurs de presse consiste à développer des activités dans le champ de l'événementiel, de la communication, des services aux entreprises ou des traitements des données. Cette tendance est mondiale : pour un tiers des éditeurs, l'événementiel représente ainsi une des principales sources de revenus en complément de la publicité.





Le 10 novembre a été présenté en Conseil des ministres un projet de loi prévoyant l'obligation, pour les annonceurs, de flécher une partie de leurs dépenses de publicité vers la presse d'information politique et générale (IPG). Si une telle initiative peut constituer une réponse à l'une des recommandations faites par la Commission d'enquête sur les « zones grises de l'information », il conviendra lors de son examen de trouver le périmètre de fléchage pertinent pour garantir un soutien efficace sans pénaliser certains médias.

C. La piste des droits voisins

Dans ce contexte très défavorable, certains représentants d'éditeurs estiment qu'une partie significative du potentiel de ressources supplémentaires pour la presse réside dans **les droits voisins**. Créés par la directive européenne du 17 avril 2019 et la loi du 24 juillet 2019, ils ont donné lieu à des accords signés par des éditeurs de presse avec Google et Meta. L'Autorité de la concurrence a joué un rôle important pour rendre le dispositif effectif en prononçant **des sanctions historiques contre Google**. La Société des droits voisins de la presse, qui représente 55 % du marché des éditeurs, a collecté 56 M€ en trois ans à ce titre, ce montant n'incluant pas les sommes perçues par de grands quotidiens tels que Le Monde, par le biais d'accords séparés.

L'adoption de la proposition de loi Balanant, rapportée au Sénat par le rapporteur du présent avis budgétaire, constitue une avancée importante. Elle vise en effet à confier de nouvelles compétences à l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom) pour la mise en œuvre effective de ces droits voisins : un pouvoir de contrôle de la transparence assorti de sanctions et un pouvoir d'arbitrage, à défaut d'accord, sur le montant de la rémunération.

Encore faut-il que l'Arcom dispose de moyens suffisants pour assurer cette nouvelle mission. Or elle bénéficie d'une dotation publique stable de 49,98 millions d'euros au sein du PLF 2027. Son plafond d'emplois est fixé à 380 ETPT (équivalents temps plein travaillé), soit une hausse de seulement 2 ETPT, alors que le président de l'instance a estimé à 30 ETPT l'apport nécessaire pour faire face à l'ensemble des nouvelles tâches récemment confiées par la loi.

II. Une légère évolution des aides à la presse

A. Des crédits stables

Le PLF prévoit la stabilité des crédits du programme 180 « *Presse et médias* » : 363,3 millions d'euros en AE (autorisations d'engagement) et 362,3 millions d'euros en CP (crédits de paiement). Près de la moitié de ces financements concerne les aides à la presse (49 %), tandis que 41 % sont consacrés à l'Agence France-Presse (AFP) et 10 % aux radios locales. **Les aides à la diffusion diminuent de 3,6 millions d'euros en raison de la baisse des volumes de presse distribués tandis que les aides à la modernisation augmentent de 3,1 millions d'euros**.

Après la hausse de 7 % des **tarifs postaux** de décembre 2025 qui avait pris les éditeurs de cours, **une nouvelle forte hausse a été annoncée pour 2027**, cette fois différenciée : 8,5 % pour l' « urgent » et 5 % pour le « non-urgent ». Une enveloppe de 3 millions d'euros est cependant prévue au sein des aides à la diffusion pour couvrir cette augmentation dans les communes rurales dépourvues d'alternatives à La Poste. Elle ne couvrira pas la hausse dans les communes urbaines, fragilisant encore un peu plus le modèle économique de la presse imprimée. En revanche, l'aide à la **distribution** de la presse nationale au numéro reste stable, à **23,35 millions d'euros**.

Les crédits de paiement du fonds stratégique pour le développement de la presse (FSDP) passent quant à eux **de 18,5 millions d'euros à 21,5 millions d'euros**, dont 5 millions d'euros consacrés à l'accompagnement social des salariés des imprimeries de presse quotidienne. Après l'interruption du dépôt des demandes en juin 2025, le fonds a rouvert en juillet 2026, avec une sélection renforcée des projets.

Ainsi, conformément aux préconisations du rapporteur, **la part des aides à la modernisation progresse légèrement au sein du PLF 2027 par rapport au PLF 2026**, passant de 16,3 % à 18,1 %, tandis que la part des aides à la diffusion passe de 71 % à 69 %.

De 16,3 % à 18,1 %

C'est la progression de la part des aides à la modernisation entre 2026 et 2027.

Par ailleurs, **les crédits consacrés à l'AFP augmentent de 0,3 million d'euros**, suivant la trajectoire prévue par son contrat d'objectifs et de moyens.

B. La réforme des aides à la presse : où en est-on ?

1. Des réformes ciblées des aides en 2026

Depuis plusieurs années, le rapporteur plaide pour une **réforme des aides à la presse**, visant à leur donner un caractère plus efficace. Il s'agit de permettre la diffusion, sur tout le territoire, d'une presse pluraliste et de qualité, et de soutenir la transition vers le numérique. Dans ce domaine, quelques progrès ont été accomplis ou sont en voie de l'être :

- **l'aide à la distribution de la presse nationale au numéro** a été réformée par un décret du 13 mai 2026. Alors que le périmètre des éditeurs éligibles à l'aide antérieure se limitait à la PQN d'information politique générale , la presse non IPG est désormais également visée. Par ailleurs, l'aide antérieure était répartie en fonction du nombre d'exemplaires vendus, tandis que le nouveau dispositif est calculé en fonction des **coûts de distribution effectivement supportés par les éditeurs**. Cette méthode de calcul garantit une meilleure adéquation entre l'effort budgétaire de l'État et la charge financière réelle des entreprises éditrices ;

- à la suite d'une concertation en 2026 avec Culture presse, l'organisation représentante des marchands de presse spécialistes, **l'aide à la modernisation des diffuseurs de presse** devrait également évoluer en 2027 pour soutenir davantage la rénovation des points de vente de presse spécialistes, qui favorise leur attractivité et ainsi la diffusion de la presse sur le territoire ;
- depuis 2026, la direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) conduit une concertation visant à réformer et adapter le fonds stratégique pour le développement de la presse (FSDP) aux besoins de transformation de cette industrie. La réforme envisagée, qui pourrait entrer en vigueur en 2027, viserait à :
    - garantir un accès simplifié au fonds pour les petits éditeurs et agences de presse ;
    - concentrer le soutien public pour les éditeurs et agences de presse de grande taille sur les projets innovants et stratégiques ;
    - contribuer à l'adaptation des capacités industrielles et de production ;
- enfin une réforme de **l'aide au pluralisme** de la presse quotidienne nationale d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires (QFRP), concertée avec le secteur en 2026, sera pré-notifiée à la Commission européenne pour une entrée en vigueur en 2027. Cette réforme vise à soutenir davantage la production d'une information fiable et de qualité en corrélant directement le montant d'aide aux **dépenses éditoriales** des titres bénéficiaires.

2. Le contrat de modernisation de la distribution de la presse : des efforts de mutualisation impératifs à brève échéance

Face aux difficultés structurelles du secteur, les ministres de l'économie et de la culture ont confié en mai 2023 à l'inspection générale des finances (IGF) et à l'inspection générale des affaires culturelles (IGAC) une mission sur l'avenir de la distribution de la presse au numéro. La mission d'inspection a dressé un état général du marché de la distribution de la presse et de ses perspectives d'évolution et proposé des pistes de réorganisation de la filière, de l'impression du titre jusqu'à sa remise au lecteur. Une mission de concertation a ensuite été confiée à Sébastien Soriano par la ministre de la culture.

À la suite de ces travaux, après de nombreuses péripéties, **un contrat de modernisation de la distribution de la presse a enfin été signé le 20 juillet 2026** par la ministre de la culture et par le syndicat de la presse quotidienne nationale (SPQN), le syndicat de la presse quotidienne régionale (SPQR), le syndicat de la presse hebdomadaire régionale (SPHR), la fédération nationale de la presse d'information spécialisée (FNPS), le groupe d'imprimerie de la presse quotidienne nationale Riccobono, le syndicat national des dépositaires de presse (SNDP) et Culture presse.

Afin de s'adapter à la diminution des volumes de presse imprimés et distribués, notamment de la presse quotidienne, les acteurs de la distribution s'engagent par ce contrat à **étudier les mutualisations possibles de leurs outils industriels jusqu'au 31 décembre 2029**. En contrepartie d'efforts de mutualisation consentis par les acteurs, le contrat prévoit un soutien renforcé de l'État visant à accompagner les restructurations des imprimeries de presse quotidienne à hauteur de 15 M€ d'une part, et à contribuer aux investissements nécessaires aux mutualisations industrielles à hauteur de 10 M€ par le biais du FSDP d'autre part (les deux enveloppes sur trois ans). Le rapporteur souligne **le caractère vital pour l'avenir de la presse de ces efforts de mutualisation**, en particulier entre la PQR et la PQN.

III. Un nouveau bouleversement pour la presse : l'arrivée des résumés IA de Google

Retardés de deux ans par le litige sur les droits voisins, les résumés « AI Overviews » de Google ont été lancés en France le 22 juillet 2026. **L'ensemble des représentants de la presse entendus par le rapporteur ont fait part de leur forte inquiétude sur les effets de cette évolution**. Dès août 2026, Mind Media estimait la baisse des visites de sites à 19 % sur un an. Les données certifiées de septembre confirment ces craintes : sur un panel de quarante marques de presse, **les sites perdent 22,9 % de leurs visites et les applications 9,4 %**. Six marques perdent 40 % ou plus.

Certes, l'ACPM ne mesure pas la provenance des visites et juge impossible d'isoler l'effet propre d'AI Overviews. D'autres facteurs pèsent : une mise à jour antispam de Google en août, l'érosion antérieure des audiences, ainsi que les choix propres aux éditeurs. Par ailleurs, les aperçus visent surtout les contenus « froids » et pratiques, l'actualité chaude étant davantage épargnée. Cependant, l'Alliance de la presse d'information générale (APIG), qui représente près de 300 quotidiens, **a saisi l'Autorité de la concurrence le 11 août 2026 à l'encontre de ce déploiement imposé aux éditeurs**. Le principal risque à venir est l'arrivée de résumés IA dans Discover, première source du trafic Google des éditeurs. Ceux-ci misent désormais sur l'audience directe, notamment *via* les applications, et sur des licences avec les entreprises d'IA, à l'image du groupe Le Monde.

Afin de mieux objectiver l'effet de l'arrivée des AI Overviews, le rapporteur propose de :

- mettre en place une **mesure de la provenance du trafic** dans la certification d'audience afin de pouvoir mesurer l'effet des résumés IA et obtenir de Google les taux de clic vers les éditeurs sur les requêtes avec aperçu IA ;
- suivre les effets par type de contenu (actualité, contenus pratiques, magazines) ;
- anticiper l'extension à Discover.

La commission de la culture, de l'éducation, de la communication et du sport a émis, lors de sa réunion plénière du 18 novembre 2026, un avis favorable à 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 2027.

POUR EN SAVOIR PLUS

https://www.senat.fr/dossier-legislatif/pjlf2027.html



Pierre-Antoine LEVI
Président
Tarn-et-Garonne
Union Centriste et Indépendants



Michel LAUGIER
Rapporteur
Yvelines
Union Centriste et Indépendants

com-cult@senat.fr 01.42.34.23.23 www.senat.fr