

N° 68

SÉNAT

SESSION ORDINAIRE DE 2002-2003

Annexe au procès verbal de la séance du 21 novembre 2002

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 2003, ADOPTÉ PAR L'ASSEMBLÉE NATIONALE,

Par M. Philippe MARINI,
Sénateur,
Rapporteur général.

TOME III

**LES MOYENS DES SERVICES ET LES DISPOSITIONS SPÉCIALES
(Deuxième partie de la loi de finances)**

ANNEXE N° 8

CULTURE ET COMMUNICATION :

PRESSE

Rapporteur spécial : M. Claude BELOT

(1) *Cette commission est composée de : M. Jean Arthuis, président ; MM. Jacques Oudin, Gérard Miquel, Claude Belot, Roland du Luart, Mme Marie-Claude Beaudeau, M. Aymeri de Montesquiou, vice-présidents ; MM. Yann Gaillard, Marc Massion, Michel Sergent, François Trucy, secrétaires ; M. Philippe Marini, rapporteur général ; MM. Philippe Adnot, Bernard Angels, Bertrand Auban, Denis Badré, Jacques Baudot, Roger Besse, Maurice Blin, Joël Bourdin, Gérard Braun, Auguste Cazalet, Michel Charasse, Jacques Chaumont, Jean Clouet, Yvon Collin, Jean-Pierre Demerliat, Eric Doligé, Thierry Foucaud, Yves Fréville, Paul Girod, Adrien Gouteyron, Hubert Haenel, Claude Haut, Roger Karoutchi, Jean-Philippe Lachenaud, Claude Lise, Paul Loridant, François Marc, Michel Mercier, Michel Moreigne, Joseph Ostermann, René Trégouët.*

Voir les numéros :

Assemblée nationale (12^{ème} législ.) : 230, 256 à 261 et T.A. 37

Sénat : 67 (2002-2003)

Lois de finances.

SOMMAIRE

	<u>Pages</u>
I. PRINCIPALES OBSERVATIONS	3
1. <i>L'Agence France-press : un changement de statut nécessaire</i>	5
2. <i>Les relations presse Poste</i>	6
3. <i>Les relations presse/SNCF</i>	7
4. <i>La distribution toujours en crise</i>	7
5. <i>Le phénomène des « gratuits » menace ou concurrence stimulante ?</i>	9
6. <i>Statu quo en matière de secteurs interdits à la télévision ?</i>	10
II. PRÉSENTATION GÉNÉRALE	12
A. LES AIDES DU BUDGET DES SERVICES GÉNÉRAUX DU PREMIER MINISTRE	12
1. <i>Les aides à la presse à faibles ressources publicitaires</i>	14
a) <i>Le fonds d'aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires (sous-article 22)</i>	14
b) <i>Le fonds d'aide aux quotidiens régionaux, départementaux et locaux d'information politique et générale</i>	15
2. <i>Les aides à la diffusion</i>	15
a) <i>Le fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger (sous-article 15)</i>	15
b) <i>L'aide au portage (sous-articles 12 et 17)</i>	15
c) <i>Le fonds d'aide à la presse hebdomadaire régionale d'information politique et générale (sous-article 16)</i>	17
d) <i>Les allègements de charges de télécommunication (sous-article 14)</i>	17
e) <i>Le remboursement à la SNCF des réductions de tarif accordées à la presse (sous-article 13)</i>	17
3. <i>Les aides au développement du multimédia</i>	18
4. <i>Aide à la distribution de la presse quotidienne d'information politique et générale (sous-article 18)</i>	19
5. <i>Les abonnements à l'Agence France Presse</i>	19
B. LE FONDS D'AIDE À LA MODERNISATION ET A LA DISTRIBUTION DE LA PRESSE	19
C. BILAN DES AIDES INDIRECTES A LA PRESSE	23
III. DOSSIERS D'ACTUALITÉ	24
A. LA PRESSE FACE À LA MUTATION DE LA DISTRIBUTION	24
B. LA DIFFUSION DE LA PRESSE FRANÇAISE A L'ÉTRANGER	27
C. LA PRESSE ET LA TÉLÉVISION DE PROXIMITÉ	29
EXAMEN EN COMMISSION	33

I. PRINCIPALES OBSERVATIONS

La presse va-t-elle s'enfoncer dans la crise ? Les signaux sont contradictoires.

D'un côté, l'on peut lire dans la presse spécialisée des données plutôt rassurantes, au moins pour la presse quotidienne régionale.

C'est ainsi que le chiffre d'affaires brut de PQR66, l'association qui fait fonction de régie publicitaire de tous les titres de la presse régionale et départementale, a augmenté de près de 23 % de janvier à août 2002 par rapport à la même période de l'année précédente.

Parallèlement, l'audience des titres concernés reste stable. Près des 2/3 des Français lisent un quotidien régional, selon un sondage IPSOS. La même étude témoigne de la stabilité du lectorat et de l'importance de la PQR dans le paysage de la presse française, puisque le temps de lecture moyen serait de 24 minutes par jour. Seule la région parisienne fait exception puisque le taux de lecture y était sensiblement plus faible

De l'autre côté, le PDG de « La Voix du Nord », président de la PQR, a souligné que le **secteur de la presse quotidienne régionale connaît déjà de réelles difficultés** : les recettes publicitaires ont diminué de 1 % et la diffusion de 2,4 % par rapport à la même période d'août 2001.

Par ailleurs, les charges continuent d'augmenter. C'est ainsi que, selon M. Prévost, la masse salariale a été gonflée de 4 à 5 % du fait des accords de réduction du temps de travail, tandis que le prix du papier a augmenté de 10 % en 2001.

En tout état de cause, la situation des quotidiens nationaux est moins brillante (les derniers chiffres de l'année 2000 marquent un tassement du lectorat), tandis que la presse magazine féminine voit ses ventes reculer de près de 10 millions d'exemplaires entre 2000 et 2001.

C'est dans ce contexte que l'on voit se faire jour le retour des manœuvres de concentration.

Tandis que M. Serge Dassault devient un actionnaire important de la Socpresse, le journal Le Monde s'efforce de constituer un groupe de dimension nationale.

Récemment acquéreur du Midi Libre ainsi que d'une participation significative de 30 % dans le capital des publications de la Vie catholique, qui édite notamment Télérama, Le Monde constitue un pôle de développement de la presse française, qui, à certains égards, fait contrepoids à la Socpresse.

Tandis que ce dernier groupe vient de monter à 50 % dans le capital de la Voix du Nord, on prête au journal Le Monde un intérêt pour Sud-Ouest, ainsi que pour le Nouvel Observateur.

Au surplus, les difficultés de Vivendi Universal sont également une autre occasion de stratégie de regroupement. Vivendi a d'abord cédé à des fonds d'investissement sa presse professionnelle (Le Quotidien du médecin, l'Usine nouvelle) puis l'Express, l'Expansion, l'Étudiant, ainsi que la COMAREG, l'un des groupes leader en matière de presse gratuite.

L'aide de l'État est-elle suffisante ? Votre rapporteur spécial aurait tendance à répondre par l'affirmative, lorsqu'il s'agit des aides au fonctionnement, car l'essentiel est d'aider le secteur à s'adapter à de nouvelles formes de concurrence.

Notre pays est une exception en Europe où la plupart des pays connaissent une presse puissante, qui n'a en règle générale que peu ou pas besoin de l'aide de l'État.

Certes, la faiblesse relative du lectorat et de l'assise capitaliste de la presse française justifie une aide de l'État pour lui permettre d'absorber le choc de la concurrence audiovisuelle et de saisir la chance que lui offre le développement du multimédia et de la télévision de proximité.

Mais le poids des facteurs externes dans la crise de la presse ne doit pas être surestimé par rapport aux facteurs internes qui pourraient expliquer une certaine désaffection des Français pour la presse écrite, notamment pour la presse quotidienne.

En France, on lit peu la presse quotidienne et, en tous cas, moins que dans les autres grands pays développés. Instinctivement, votre rapporteur spécial a tendance à penser qu'il n'y a pas là l'effet de circonstances extérieures totalement indépendantes des acteurs du secteur.

D'abord, il y a le prix des journaux en général plus élevé qu'à l'étranger surtout pour la presse quotidienne nationale. Comment ne pas voir dans les contraintes syndicales au niveau de la fabrication comme de la distribution un facteur de coûts supplémentaires et donc une des raisons de prix peu attractifs. L'arrivée des nouveaux gratuits d'information générale constitue à cet égard un révélateur et risque de faire souffrir les journaux du matin.

Mais ensuite, votre rapporteur spécial estime qu'il y a des facteurs dans cette désaffection qui tiennent à la ligne éditoriale spontanément adoptée par un certain nombre de journaux. **Les Français se reconnaissent-ils dans l'image que leur renvoie leur presse quotidienne ? Votre rapporteur spécial est persuadé que la tendance d'une certaine presse à mettre en avant tout ce qui ne va pas au détriment de ce qui marche finit par lasser**

le lecteur, qui n'a pas envie d'absorber tous les jours sa dose de mauvaises nouvelles.

Il faut donc aider la presse, mais, à condition qu'elle s'aide elle-même, d'une part, en produisant dans des conditions plus efficaces et, d'autre part, en offrant le produit que souhaitent ses lecteurs. Le souci de votre rapporteur spécial, c'est de ne pas engager l'État, au nom d'un légitime maintien du pluralisme, dans un système qui ferait de la presse un secteur durablement assisté, ce qui non seulement pourrait susciter des interventions des autorités de Bruxelles, mais encore pourrait finir par affaiblir le secteur au lieu de le renforcer.

1. L'Agence France-presse : un changement de statut nécessaire

Avec l'augmentation des crédits, il y a l'amorce d'une prise de conscience de l'importance de cet organisme du point de vue de la visibilité politique et diplomatique de la France sur le plan mondial.

La question reste de savoir si ces perspectives budgétaires, certes sensiblement améliorées depuis l'année dernière, sont suffisantes pour donner à cet organisme les moyens de se réformer et, à court terme, de faire face à l'accroissement de ses charges, notamment par suite de la réduction du temps de travail et, surtout, à la diminution probable de ses recettes par suite du ralentissement de la croissance économique.

L'État n'est pas seulement le **client majeur** de l'AFP mais aussi, en quelque sorte son actionnaire ; un **actionnaire** au demeurant **discret**, puisqu'à ce titre, il a plutôt procédé par abandon de créances que par dotation en capital. On rappellera toutefois que les pouvoirs publics ont acté, en mars 2001, le principe d'un apport financier, sous la forme d'un prêt participatif, d'un montant global de 15,2 M€, dont la dernière tranche va être versée prochainement.

Mais l'État définit aussi les règles du jeu Votre rapporteur spécial persiste à penser que **l'Agence France-Presse**, qui est un vecteur très puissant de l'influence française dans le monde, est **handicapée par des structures inadaptées**.

Une entreprise, déjà dépourvue de capital, ne peut vraiment se développer à l'échelle mondiale, lorsque ses principaux clients, en l'occurrence la presse française, sont membres de son conseil d'administration, car ceux-ci sont en mesure de bloquer les tarifs des prestations de l'entreprise qui ne sont pas payés à leur prix.

2. Les relations presse Poste

En application de l'article 2 de la loi du 2 juillet 1990, les obligations de La Poste dans le cadre de son service obligatoire, en matière de transport et de distribution de la presse, sont précisées par les articles 2, 3 et 6 de son cahier des charges.

Depuis 1991, et conformément à l'article 38 de ce cahier des charges, l'État participe à la prise en charge du coût de ce service. Celle-ci doit en effet recevoir « une juste compensation financière » à raison des sujétions particulières qui lui sont imposées du fait du régime d'acheminement et de distribution de la presse. La participation de l'État définie dans le cadre d'un contrat d'objectifs et de progrès, est régie par un accord de 1996, dit Galmot, valable jusqu'en 2001.

Cet accord donnant donnant avait notamment pour objectif d'assurer un financement plus équilibré du transport postal de presse, alors qu'une mission des inspections générales avait évalué à 28% le taux de couverture par La Poste de ses coûts en 1993.

Le tableau ci-après donne des évaluations provisoires du partage des coûts du transport postal de la presse entre l'État, La Poste et la presse depuis 1997. **Ces évaluations se fondent à partir de 2000 sur le nouveau système de comptabilité analytique de La Poste.**

M€	1997	1998	1999	2000	2000(2)	2001
Coût global (1)	1.126	1.132	1.137	1.143	1.236	1296-
Recettes (1)	326	371	382	419	413	437
Contribution du Budget Général	290	282	282	290	290	290
Contribution de La Poste	511	478	459	434	533	569

Source : La Poste. Chiffres en M €

(1) presse éditeur et associative du régime intérieur (exclut la presse administrative et l'international.)

(2) Nouvelle comptabilité analytique

De l'autre côté la revalorisation annuelle de 8,45% en termes réels des tarifs fixés pour le transport postal de presse, ainsi que **la restructuration et la différenciation de ces tarifs a légitimement rendue la presse exigeante sur la qualité du service.**

Compte tenu des divergences entre la presse et La Poste sur la qualité du service rendu, il a été décidé au sein de l'observatoire, qui est une instance de dialogue entre l'État, la presse et La Poste, que seraient mis en place des indicateurs permettant de mesurer la qualité du service du transport postal de la presse. La mesure en a été confiée à la SOFRES. Celle-ci a mis en place, à partir d'avril 2000, un système fournissant des résultats, mensuels pour les

publications urgentes, et trimestriels pour les publications non urgentes, sur la base d'un panel de plus de 1.000 destinataires recevant au total plus de 60 publications relevant de toutes les catégories de presse.

Le précédent gouvernement avait laissé le dossier en attente. Le nouveau est tout aussi prudent à en juger par les propos très généraux de la réponse faite à la question de votre rapporteur spécial.

3. Les relations presse/SNCF

En ce qui concerne les **relations avec la SNCF**, on peut rappeler que les pouvoirs publics ont résilié la convention passée avec cette société et demandé au Sernam de prendre à sa charge le différentiel constaté entre les besoins et les crédits disponibles. Des conventions provisoires furent alors conclues entre l'État et la SNCF.

Il a été précisé à cet égard, à votre rapporteur que dans un premier temps, l'indemnité compensatrice sera plafonnée à 13,73 M€ et que dans un second temps, le montant de l'indemnité sera décompté des crédits budgétaires afin de dégager une somme affectée au remboursement de la dette de l'État à l'égard de la SNCF.

Effectivement, le solde de la dette de l'État soit 101 700 € a été réglé en 2002. Mais la SNCF a fait valoir que l'indemnité versée par l'État ne lui permettait pas d'assurer l'équilibre de son activité de transport de presse en particulier pour les quotidiens.

La dette disparaît mais les charges réelles, elles, persistent, au détriment du compte d'exploitation de la SNCF.

Aussi le principe d'un audit a donc été acté dans la convention de 2001 destiné à établir clairement si les contraintes imposées à la SNCF pour le transport de presse lui sont réellement compensées. Votre rapporteur spécial attend avec intérêt le résultat de cet audit.

4. La distribution toujours en crise

Le système de distribution de la presse, fondé sur les principes «d'équité et d'égalité de traitement et de solidarité» entre les titres mis en place avec la loi Bichet de 1947, autour des Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne, n'est pas sorti de crise.

L'État, qui avait accompagné l'effort d'adaptation des NMPP¹, a pu paraître en retrait, comme s'il attendait pour intervenir à nouveau de façon active que la profession se mette d'accord avec elle-même pour trouver un compromis entre les différentes formes de presse.

La montée en puissance, face à l'opérateur historique que constituent les NMPP, des Messageries Lyonnaises de presse - MLP qui résulte notamment de ce que **les magazines acceptent de plus en plus mal de supporter une bonne part des coûts d'un système conçu pour les quotidiens**, est tout autant la conséquence d'un défaut de productivité que le signe de la crise d'un système de mutualisation.

Madame Catherine Tasca, ministre de la culture et de la communication, avait, en son temps, fait savoir que l'État est prêt à accompagner une réforme de la distribution. Encore faut-il qu'elle s'appuie sur « un projet plausible, chiffré et négocié ».

Elle avait indiqué que le gouvernement a été sollicité par les NMPP pour apporter une contribution de 152 M € à raison de 38,11 M € par an pendant quatre ans, tout en précisant qu'elle avait fait « l'objet d'aucune justification convaincante »... Toute aide de l'État à la distribution de la presse, avait-elle ajouté, doit être économiquement justifiée, juridiquement fondée, et évidemment tournée vers les lecteurs. »

En fait, on voit que, si le ministère des finances a finalement octroyé à la distribution de la presse **12,2 M€, dans le budget pour 2002**, financés à raison de 4,35 M€ inscrits au chapitre 41-10 et de 4,57 M€ inscrits au chapitre 05 du compte d'affectation spéciale n°902-32, auxquels viendraient s'ajouter sur ce même compte environ 3,3 M€ de crédits de report.

Votre rapporteur spécial avait approuvé ce mouvement dans la mesure où il a estimé que l'aide à la distribution est effectivement une aide à la presse quotidienne nationale, dans la mesure où une partie des difficultés

1 Le premier plan quadriennal de modernisation des NMPP (1994-1997), présenté en juillet 1993, comprenait un volet social, prévoyant 717 départs échelonnés sur la période parmi les ouvriers de l'entreprise. Par le protocole d'accord du 27 décembre 1993, l'État a accepté d'apporter sa participation financière à ce plan social, au moyen d'une convention Fonds national pour l'emploi (FNE), dérogatoire à la règle commune pour une somme de 20,79 M€ maximum sur l'ensemble de la période 1994-2001 (année de passage en retraite des ouvriers partis en 1997) visant assurer le financement partiel des allocations spéciales FNE. Toutefois, les économies réalisées - évaluées à 103,67 M€ sur 4 ans ont été redistribuées aux éditeurs et aux diffuseurs conformément aux termes de la convention entre l'État et les NMPP. Celles-ci ont engagé en 1998 un nouveau plan quadriennal de modernisation, dont elles attendent une économie supplémentaire de 46 à 53,36 M€ et en conséquence une nouvelle baisse de leur taux d'intervention qui passerait ainsi de 9 à 7%, sur la base d'une baisse supplémentaire des effectifs jusqu'à 2001. Le régime dérogatoire qui leur avait été accordé en la matière ayant expiré en juin 1999, les NMPP sont aujourd'hui soumises au droit commun des congés de conversion et ne bénéficient plus d'un soutien particulier de l'État pour leur reconversion.

des NMPP trouve sa source dans l'obligation qui leur est faite, de distribuer les quotidiens, dont le coût est bien supérieur.

Mais cette rationalisation nécessaire ne s'effectue pas sans heurts. Ainsi, **la réforme de cellule parisienne de distribution (PDP) suscite des conflits sociaux** qu'il convient de mentionner.

Après de laborieuses négociations entre les NMPP, les éditeurs de presse qui sont actionnaires à hauteur de 51 % des NMPP, et les syndicats, il avait été envisagé en juillet 2000 d'organiser la distribution en s'appuyant sur quatre ou cinq centres de dépôts capables de distribuer tous les produits de presse sur les quelque 1 800 points de vente de la zone. Ce projet prévoit la mise en place de dépôts autonomes, pouvant traiter à la fois des quotidiens et des magazines à Gennevilliers, Charenton, Clichy, Chevilly et Bobigny, ce qui représente un changement par rapport à la situation actuelle dans laquelle il existe un centre unique pour les magazines, à Lognes en Seine-et-Marne.

Plus que les réorganisations, ce sont les réductions d'emplois envisagées par la direction des NMPP, qui provoquent des réactions. La cellule parisienne de distribution PDP est déficitaire, en moyenne, de plus de plus 30 millions d'euros par an, tandis que tous les autres centres de distribution gagnent de l'argent. Sur 550 salariés, 230 pourraient perdre leur emploi d'ici à octobre 2003.

Votre rapporteur ne peut que souhaiter la reprise du dialogue social tout en insistant sur l'amélioration nécessaire de la productivité à défaut de laquelle, c'est tout le système de mutualisation mis en place par la loi Bichet qui serait menacé.

5. Le phénomène des « gratuits » menace ou concurrence stimulante ?

Le paysage de la presse française a brutalement changé avec l'arrivée d'une nouvelle forme de presse gratuite venue de Scandinavie. Il s'agit :

- d'une part de Métro, un quotidien gratuit à capitaux suédois, distribué dans les transports en commun et dont le contenu est constitué à 90 % de dépêches AFP ;

- 20 minutes, un quotidien d'information, à capitaux norvégiens, réalisé par une équipe de journalistes dont la distribution repose sur un contrat avec France-Rail publicité qui permet sa distribution dans les gares SNCF et dans le RER.

Face aux remous et aux menaces de grèves suscitées par les craintes que font naître une nouvelle forme de « gratuits » très différents des titres

actuels constitués très largement de petites annonces, le précédent Gouvernement avait chargé la direction des médias d'une étude d'ensemble.

En fait, la situation est rendue complexe par le fait que les éditeurs de la presse payante ont des stratégies différentes à l'égard de ces nouveaux gratuits. C'est ainsi que le groupe Sud-Ouest s'est associé au projet « 20 minutes » et que le groupe Hachette qui édite « La Provence » a lancé le gratuit « Marseille + » pour lutter contre la concurrence de Métro. On note également que deux quotidiens nationaux, France-Soir et Le Monde, ont respectivement assuré l'impression de Métro et de 20 minutes.

La conclusion de la direction des médias est prudente. Celle-ci considère que la rentabilité des deux journaux reste problématique, du fait de la forte concurrence existant sur le marché parisien, du nombre limité d'exemplaires offerts, ainsi que des coûts accrus d'impression et de distribution imposés à la suite de négociations avec les syndicats du livre.

Si les premières études de lectorat donnaient à ces deux quotidiens entre 800 et 1 million de lecteurs, il faudra attendre le résultat des mesures qui seront effectuées par « Diffusion Contrôle », l'association pour le contrôle de la diffusion des médias.

6. Statu quo en matière de secteurs interdits à la télévision ?

Dans ce domaine hautement sensible, les gouvernements se suivent et continuent d'hésiter.

L'année dernière c'était Mme Catherine Tasca, alors ministre de la culture et de la communication qui s'étaient déclarée favorable à l'ouverture «ciblée et progressive» à la publicité télévisée de certains secteurs actuellement interdits, et, en premier lieu, de la presse, tout en précisant qu'en ce qui concerne la grande distribution, également interdite de publicité à la télévision, «la réflexion devra être poursuivie».

Nul doute que les ambitions que cette presse affiche de plus en plus ouvertement dans le domaine audiovisuel constituent une bonne occasion de s'aligner sur les pratiques de nos voisins chez qui de telles limitations n'existent pas.

La Commission européenne a, en juin dernier, adressé une mise en demeure à la France, pour lui enjoindre de supprimer le décret de 1992 qui interdit à la presse, la grande distribution, le livre et le cinéma, de faire de la publicité à la télévision.

Alors que le nouveau ministre de la Culture et de la communication, M. Jean-Jacques Aillagon, avait, au mois de juillet dernier, estimé qu'il était

« inévitable » de permettre à certains secteurs d'accéder à la publicité télévisée, la réponse du ministère de la culture à la mise en demeure de la Commission faite en septembre dernier semble indiquer que la France n'est pas prête à ce changement de réglementation.

Officiellement, la France a fait savoir que rien n'interdisait à notre pays d'encadrer le marché publicitaire, dès lors que la mesure ne nuit pas à l'intérêt général et qu'elle est « économiquement proportionnée ». L'argument politique est que la mesure s'inscrit dans une politique tendant à maintenir « la diversité de l'offre culturelle ainsi que le pluralisme des médias en contribuant à préserver les équilibres concurrentiels et les ressources publicitaires des médias d'opinion. »

Comme pour conforter la position de la France, la presse quotidienne régionale a fait savoir que le changement de la réglementation lui serait particulièrement préjudiciable. Sachant que dans les pays européens où la grande distribution a accès à la publicité télévisée, elle consacre 25 % de ses budgets à la télévision, M. Prévost estimerait que la presse perdrait un chiffre d'affaires de 50 millions d'euros : dit-il, si l'interdiction des secteurs interdits de pub TV est levée, on explose en vol !-

II. PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Hors abonnements de l'État à l'AFP, les crédits inscrits au budget général consacrés directement aux aides à la presse, sont, avec 34,67 M€ en baisse dans le budget 2003, par rapport à la loi de finances initiale pour 2002 dans laquelle ils se montaient à 38,98 M€.

Toutefois, **avec la dotation de l'AFP**, qui croît de 4,3 M€ contre 2,4 M€ dans le précédent budget, **les crédits de la presse inscrits au budget général restent stables** pour se monter à **134,87 M€**. Tout se passe comme si l'effort supplémentaire consenti en faveur de l'AFP avait été financé sur les aides à la presse.

Si ce choix a pu être fait, c'est, d'une part, parce qu'une bonne partie de l'aide à la presse passe désormais par le Fonds de modernisation de la presse, dont les crédits viennent compléter de façon substantielle ceux du chapitre 41-10. Les ressources attendues de ce fonds, qui figurent au compte d'affectation spéciale n°902-32, se montent à 28,993 M€ comme dans le projet de loi de finances pour 2002.

Au total, pour 2003, **l'ensemble des moyens publics** consacrés à la presse écrite hors abonnements à l'AFP, se maintiennent au niveau atteint l'année dernière soit **67,95 M€**.

A. LES AIDES DU BUDGET DES SERVICES GÉNÉRAUX DU PREMIER MINISTRE

Les aides budgétaires à la presse sont inscrites au chapitre 41-10 et, pour ce qui concerne l'AFP, au chapitre 34-95 du budget des services généraux du Premier ministre.

L'année dernière on avait procédé à une modification de la nomenclature budgétaire, qui tend à regrouper les aides directes à la presse en trois articles : les aides à la diffusion, les aides au maintien du pluralisme et de la diversité des titres et les aides au développement du multimédia.

On note que ces crédits n'ont –encore– fait, au cours de l'exercice 2002, l'objet d'aucune régulation budgétaire.

Chap.	Art.	Paragraphe	LFI 2001	Exécuté 2001	LFI 2002	PLF 2003
			F	F	€	€
41-10	41	Aide complémentaire au plan social de la presse	4 000 000	1 429 008	-	-
41-10	43	Aides à la diffusion : art.10				
41-10	43	Remboursement des cotisations sociales de portage (sous-article 12)	7 500 000	11 227 414 (a)	1 067 143 (7 MF)	-
41-10	43	Réduction du tarif SNCF pour le transport de presse (sous-article 13)	99 500 000	82 400 281	13 720 412 (90 MF)	13 720 412
41-10	43	Aide à la transmission par fac-similé des quotidiens (sous-article 14)	5 000 000	2 497 044	609 796 (4MF)	610 000
41-10	43	Aide à l'expansion de la presse française à l'étranger (sous-article 15)	24 000 000	24 200 000 (a)	3 704 511 (24,3 MF)	3 705 000
41-10	43	Aide à la presse hebdomadaire régionale (sous-article 16)	9 200 000	9 226 958 (a)	1 419 300 (9,31 MF)	1 420 000
41-10	43	Aide au portage de la presse (sous-article 17)	52 500 000	53 230 181 (a)	8 099 616 (53,13 MF)	8 250 000
41-10	43	Aide à la distribution de la presse quotidienne d'information politique et générale (sous-article 18)	-	-	4 344 797 (b) (28,5 MF)	900 000 (c)
Sous-Total			201 700 000	184 210 886	32 965 575	28 605 412
41-10	44	Aides à la presse à faibles ressources publicitaires : art.20				
41-10	44	Aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires (sous-article 22)	30 000 000	30 000 000	4 628 353 (30,36 MF)	4 628 353
41-10	44	Aides aux quotidiens régionaux, départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces (sous-article 23)	9 000 000	9 000 000	1 388 811 (9,11 MF)	1 440 000
Sous-Total			39 000 000	39 000 000	6 017 164	6 068 353
41-10	45	Aides au développement du multimédia : art.30				
41-10	45	Fonds presse et multimédia	15 000 000	0	0	0 (d)
Sous-Total			15 000 000	0	0	0
Total chapitre 41-10	chapitre 41-10		255 700 000	223 210 886	38 982 739	34 673 765
34-95	Abonnements de l'Etat à l'AFP		613 000 000	619 548 000 (après LFR)	95 890 432	100 199 406 (e)
Total Chapitre 41-10 + 34-95			868 700 000	842 758 886	134 873 171	134 873 171

(a) Le fonds a bénéficié de reports de l'année 2000.

(b) Le complément de financement budgétaire est assuré par des reports de gestion.

(c) En 2003, l'aide globale à la distribution est reconduite au niveau de 2002 (12,19 M€), le solde étant financé sur le CAS n° 902-32 (ressources attendues de 28,993 M€ en 2002 et 2003)..

(d) Le fonds multimédia doit être abondé en 2003 par les remboursements des avances antérieurement consenties (fonds de concours).

(e) dont mesures nouvelles: 1 470 320 (actualisation tarif abonnements) et 2 838 654 (contrat d'objectif et de moyens).

Les annulations de crédits en 2001 (arrêtés du 21 mai 2001 et du 14 novembre 2001) se sont globalement élevées à 32,999 MF.

1. Les aides à la presse à faibles ressources publicitaires

Ces aides, qui figurent désormais à l'article 20 du chapitre 41-10, devraient s'accroître, en 2002, de + 0,85 %, soit 6,07 M€

a) Le fonds d'aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires (sous-article 22)

Les crédits inscrits dans le projet de loi de finances pour 2003 au sous-article 22 de l'article 20 sont au même niveau que dans le projet de budget de 2002. Cette aide est pour sa quasi-totalité répartie en parts égales entre deux titres : La Croix et L'Humanité.

<i>ANNEES</i>	<i>BÉNÉFICIAIRES</i>
<i>1984 à 1986</i>	<i>La Croix, L'Humanité, Libération, Le Matin de Paris et Présent</i>
<i>1987</i>	<i>La Croix, L'Humanité, Le Matin de Paris et Présent</i>
<i>1988</i>	<i>La Croix, L'Humanité, Libération et Présent</i>
<i>1989</i>	<i>La Croix, L'Humanité et Présent</i>
<i>1990 à 1992</i>	<i>La Croix, L'Humanité</i>
<i>1993</i>	<i>La Croix, L'Humanité et le Quotidien de Paris</i>
<i>1994</i>	<i>Présent et le Quotidien de Paris</i>
<i>1995 à 1996</i>	<i>La Croix, L'Humanité et Présent</i>
<i>1997</i>	<i>La Croix (8,8 MF)</i>
	<i>L'Humanité (6,2 MF)</i>
<i>1998</i>	<i>La Croix (10,9 MF)</i>
	<i>L'Humanité (8 MF)</i>
	<i>Play Bac Presse (0,1 MF)</i>
<i>1999</i>	<i>La Croix (11,3 MF)</i>
	<i>L'Humanité (8,3 MF)</i>
	<i>Play Bac Presse (0,2 MF)</i>
<i>2000</i>	<i>La Croix (14 MF)</i>
	<i>L'Humanité 14,7 MF)</i>
	<i>Play Bac Presse (0,2 MF)</i>
<i>2001</i>	<i>La Croix (14,4 MF)</i>
	<i>L'Humanité (15,3 MF)</i>
	<i>Play Bac Presse (0,22 MF)</i>

b) Le fonds d'aide aux quotidiens régionaux, départementaux et locaux d'information politique et générale

Les crédits prévus dans le projet de loi de finances pour 2003 désormais inscrits au sous-article 23 de l'article 20 du chapitre 41-10, se montent à 1,44 M€ ce qui représente une croissance de + 3,7 %.

2. Les aides à la diffusion

Elles ont été regroupées, après divers changements de nomenclature, à l'article 10 chapitre 41-10 des crédits des services généraux du Premier ministre.

Les crédits de l'article doivent atteindre 28,6 M€ ce qui marque un recul de 13,2% par rapport aux dotations 2002.

a) Le fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger (sous-article 15)

La dotation budgétaire de ce poste pour 2003 atteint 3,7 M€ soit le même niveau que celui du projet de loi de finances pour 2002. On note qu'en dépit de cette augmentation, on reste encore loin des montants du début des années 1990 et, notamment, de 1996, où les crédits s'étaient montés à 5,64 M€

La commission d'attribution a privilégié en 2002 les actions menées par les éditeurs à titre individuel. En conséquence, le nombre de bénéficiaires du Fonds est en hausse sensible : 56 éditeurs ont ainsi été aidés en 2002, contre 50 en 2001. En 2002, l'augmentation de l'aide accordée aux NMPP est passée de 2,045 M€ soit 55,2% des crédits du fonds.

b) L'aide au portage (sous-articles 12 et 17)

D'un montant total de 9,3 M€ cette aide reste une des priorités du Gouvernement. Elle est répartie en deux postes :

- un sous-article 17 qui porte les crédits relatifs au fonds d'aide au portage qui existe depuis 1997. Ce fonds a bénéficié d'une augmentation rapide de ses crédits ; ceux-ci sont passés de 6,86 M€ pour 1998, 7,55 M€ pour 1999, 7,70 M€ pour 2000 et 8,00 M€ pour 2001, à 8,10 M€ dans le projet de loi de finances pour 2002. Pour 2003, la dotation prévue est de 8,25 M€. Elle est répartie, à hauteur de 25 %, au prorata de la diffusion globale par portage - il s'agit de l'aide au stock - et, à hauteur de 75 %, au prorata de sa progression au cours des deux dernières années, ce qui est considéré comme une aide au développement. Pour l'exercice 2002, 2,03 M€ ont été répartis au titre de l'aide au stock. Pour ce qui est de l'aide au développement, 6,07 M€ ont été alloués en fonction des exemplaires supplémentaires portés entre 1999

et 2000 d'une part, entre 2000 et 2001, d'autre part. Conformément au décret, 40 % de la progression 1998-1999 et l'ensemble de la progression 1999-2000 ont été prises en compte pour le calcul des aides. Au total ce sont 64 journaux qui bénéficient du régime en 2002 : 8 quotidiens nationaux (13,8%), 33 quotidiens régionaux (70,2%) et 21 quotidiens départementaux (16%).

- un sous-article 12 qui accueille les crédits anciennement inscrits à l'article 42, *Remboursement des cotisations sociales de portage* : cette aide, instituée en 1995, qui avait culminé à 8 MF en 1998 pour fléchir à 7,5 MF en 1999, n'est plus que de 7 MF dans le projet de budget pour 2002, soit 10,67 M€ Le décret n° 96-678 du 30 juillet 1996 avait institué, pour une période de 5 ans, un fonds pour le remboursement des charges sociales acquittées par les entreprises de presse pour le portage des seuls quotidiens nationaux. Au total, dix quotidiens nationaux ont bénéficié de cette mesure¹:

Arrivé à son terme le 31 juillet 2001, le dispositif institué par le décret n° 96-678 du 30 juillet 1996 avait pour objectif de permettre à la presse quotidienne parisienne de combler son retard sur la presse quotidienne régionale, dont la diffusion par portage représente environ 34 % du total de ses ventes annuelles.

Cet objectif a été atteint, la diffusion par portage des titres bénéficiaires de l'aide étant passée de 16,5 % en 1996 à près de 25 % de leur diffusion totale en 2001. Le dernier remboursement des cotisations sociales couvrant la période allant du 1er janvier au 31 juillet 2001 est intervenu début 2002 (pour un montant de 1 010 380 €). Le dispositif n'ayant pas été reconduit, aucune demande de crédits n'est formulée pour 2003.

On note qu'il existe toujours un régime dérogatoire des taux de cotisations de sécurité sociale. Depuis la loi du 3 janvier 1991, le montant des cotisations de sécurité sociale dues par les vendeurs-colporteurs et les porteurs de presse est assis sur une assiette forfaitaire. Un arrêté du 30 juillet 1996 a fixé celle-ci à 4% du plafond journalier de la sécurité sociale. Jusqu'alors, les taux variaient selon la nature de la presse distribuée : 4% pour la presse départementale, 6% pour la presse régionale et 8% pour la presse nationale. Le coût de cette mesure est actuellement évalué à 10,67 M€par an.

¹ Titres	Aide perçue
La Croix	4 562 €
Les Echos	645 363 €
Le Figaro	2 498 385 €
France Soir	281 829 €
L'Humanité	195 661 €
International Herald Tribune	471 849 €
Libération	956 196 €
Le Monde	1 603 116 €
Paris-Turf	9 761 €
La Tribune	166 075 €

c) Le fonds d'aide à la presse hebdomadaire régionale d'information politique et générale (sous-article 16)

Créé à l'occasion de la loi de finances pour 1996 et régi par le décret du 10 mai 1996, ce fonds, qui est destiné aux hebdomadaires régionaux inscrits sur les registres de la Commission Paritaire des Publications et Agences de Presse (CPPAP), était doté de 1,22 M€ en 1998, 1,28 M€ en 1999, 1,33 M€ en 2000, 1,40 M€ en 2001 et 1,42 M€ en 2002. Sa dotation est maintenue pour 2003.

d) Les allègements de charges de télécommunication (sous-article 14)

Les aides relatives aux « Communications téléphoniques des correspondants de presse », constituent un poste sensible, qui par le passé avait conduit les assemblées à intervenir pour en augmenter les crédits.

L'ancien article 21 devient le sous-article 14 du chapitre 41-10 « Aide à la transmission par fac-similé des quotidiens ». Celui-ci est doté pour 2003 de 610 000 € comme dans le projet de loi de finances pour 2002. Il s'agit de remboursements sur factures correspondant aux frais engagés par certains journaux pour régionaliser l'impression de leurs titres.

e) Le remboursement à la SNCF des réductions de tarif accordées à la presse (sous-article 13)

Le sous-article 13 du chapitre 41-10 reprend l'ancien article 11, « Réduction de tarif SNCF pour le transport de presse ». Il est doté pour 2003 de 13,72 M€ soit le même montant que dans le projet de loi de finances pour 2002. L'état d'exécution de la convention au 31 décembre 2001 est le suivant :

(en millions d'euros)

Année budgétaire	Dotation budgétaire votée (LFI)	Montant réellement versé	Montant dû (constaté par la SNCF)	Solde dû	Solde réglé en collectif n + 1	Dettes à reporter	Tonnage global	% d'évolution du tonnage
1991	27,50	27,01	27,95	0,94	0,3	0,64	243 056	-0,6%
1992	26,43	26,43	28,72	2,28	non réglé	2,92	241 999	-0,4%
1993	27,17	27,17	30,32	3,14	non réglé	6,07	244 488	-1,0%
1994	27,17	25,00	31,51	6,50	non réglé	12,57	261 531	7,0%
1995	27,17	27,17	30,14	2,96	non réglé	15,53	247 934	-5,2%
1996	21,41	18,20	20,88	2,69	9,15	9,07	244 440	-1,4%
1997	21,41	21,41	19,20	-2,21	non réglé	6,86	243 018	-0,6%
1998	14,48	14,48	14,48	0	non réglé	6,86	239 508	-1,4%
1999	15,55	16,00	13,72	-2,28	non réglé	4,58	236 511	-1,3%
2000	15,40	15,59	11,97	-3,62	non réglé	0,97	216 800	-8,33%
2001	15,17	12,56	11,69	0,87	non réglé	0,1	214 542	-1,04%

En 2001, les crédits votés en loi de finances initiale (15,17 M €) étaient en diminution de 0,23 million d'euros par rapport à l'année précédente. La convention fixait des taux de prise en charge par l'État identiques à ceux de 2000, soit 60 % pour les quotidiens, et 19 % pour les publications.

Une somme de 12,56 millions d'euros a été versée à la SNCF en 2001. Cependant, du fait d'une diminution du tonnage transporté et des taux appliqués, 11,69 millions d'euros ont été versés au titre de l'indemnité compensatrice, le solde (0,87 million d'euros) ayant été affecté au remboursement de la dette de l'État.

Les montants des dotations budgétaires ont pris en compte l'apurement de la dette de l'État. Après imputation au remboursement de la dette du trop perçu par la SNCF au titre de l'indemnité 2001, un solde de 101.689 euros a été versé à la SNCF en 2002.

Le Gouvernement estime que la dette de l'État envers la SNCF est donc aujourd'hui définitivement apurée. En fait toute la question est de savoir si les charges imposées à la SNCF sont bien intégralement compensées.

La SNCF a fait valoir que l'indemnité versée par l'État ne lui permettait plus d'assurer l'équilibre des comptes de son activité de transport de presse (notamment des quotidiens).

Le principe de la mise en œuvre d'un audit a donc été acté dans la convention 2001. Celui-ci doit être réalisé dans les prochains mois afin d'évaluer plus finement le coût du transport de presse des quotidiens et des publications, et de permettre en particulier de déterminer dans quelle mesure les sujétions imposées à la SNCF lui sont véritablement compensées.

Dans l'attente des conclusions de cet audit, la convention entre l'Etat et la SNCF pour 2002, dont la signature est en cours, prévoit des taux de prise en charge identiques à ceux de 2001

3. Les aides au développement du multimédia

L'article 30 nouvellement créé au chapitre 41-10, accueille les crédits de l'ancien article 36 « Fonds presse et multimédias ». Ce fonds, créé en 1997 et géré par l'Institut pour le Financement du Cinéma et des Industries Culturelles (IFCIC), a pour objet d'accorder aux entreprises de la presse écrite une avance partiellement remboursable, à hauteur de 30 %, afin de permettre de développer des projets offrant au public des accès aux contenus des journaux, magazines et revues sur les nouveaux supports numériques.

Le Fonds, qui a vu sa dotation, longtemps maintenue en francs courants à 2,29 M € depuis sa création en 1998 en raison de la sous consommation des crédits constatée sur ce poste, n'est pas doté pour 2003. La raison alléguée est l'existence de ressources disponibles par suite des remboursements des avances antérieurement consenties. 1,3 M € sont actuellement disponibles à ce titre.

4. Aide à la distribution de la presse quotidienne d'information politique et générale (sous -article 18)

Si, pour le PLF 2003, ne sont inscrits à ce poste que 0,9 M€ contre 4,3 M € dans la loi de finances initiale pour 2002, l'aide globale à la distribution est reconduite au niveau de 12,19 M€ le solde étant financé sur le compte d'affectation spéciale n°902-32 en tenant compte des reports.

5. Les abonnements à l'Agence France Presse

Le chapitre 34-95, *abonnements souscrits par les administrations au service d'informations générales de l'AFP*, des crédits des services généraux du Premier ministre, est doté pour 2003 de 100,2 M€ contre 95,9 M€ en 2001. Les dotations sont en croissance de **+4,49 % par rapport à la loi de finances initiale pour 2002.**

B. LE FONDS D'AIDE À LA MODERNISATION ET A LA DISTRIBUTION DE LA PRESSE

Le «Fonds de modernisation de la presse quotidienne et assimilée d'information politique et générale» créé par l'article 62 de la loi de finances pour 1998 en la forme d'un compte d'affectation spéciale (n° 902-32) est alimenté par le produit d'une taxe de 1% sur certaines dépenses de publicité hors média régie par l'article 23 de la loi précitée.

Le fonds de modernisation permet d'accorder des subventions et des avances remboursables aux entreprises et agences de presse pour la réalisation de projets de modernisation, qui peuvent être collectifs. Les décisions d'attribution des aides sont prises par le ministre chargé de la communication, ordonnateur principal du fonds, après avis d'un comité d'orientation, présidé par un conseiller d'État dans les conditions prévues par un décret n° 99-79 du 5 février 1999.

La taxe sur le hors média (1% du montant hors TVA) est due par toute personne physique ou morale assujettie à la TVA dont le chiffre d'affaires de l'année civile précédente est supérieur à 0,76 M€ hors TVA. Elle

est assise sur les dépenses engagées au cours de l'année civile précédente et ayant pour objet la réalisation ou la distribution d'imprimés publicitaires, et les annonces et insertions publicitaires dans les journaux mis gratuitement à la disposition du public (cf. instruction du 18 juin 1998, publiée au bulletin officiel des impôts).

Au regard des évaluations du rendement de cette taxe avancée au moment de la mise en place du dispositif, des parlementaires et les représentants de la presse écrite ont fait valoir le point de vue selon lequel les rendements constatés de la taxe étaient inférieurs aux montants généralement attendus lors de sa création.

Bien qu'elle n'ait pas détecté de phénomènes anormaux dans la déclaration et le recouvrement de la taxe, l'administration fiscale a accepté d'adjoindre au formulaire de déclaration de TVA d'avril 2001 une mention additionnelle rappelant l'obligation, pour les entreprises concernées, de déclarer leurs dépenses taxables.

De fait, le rendement effectif de la taxe a été en 2001 supérieur de 2,63 M€ à l'objectif prévisionnel retenu en LFI. En accord avec le ministère des finances, le produit attendu de la taxe en 2002, en croissance de près de 19% par rapport à la LFI 2001, a été fixé à 28,993 M€

Produit de la taxe sur le hors média

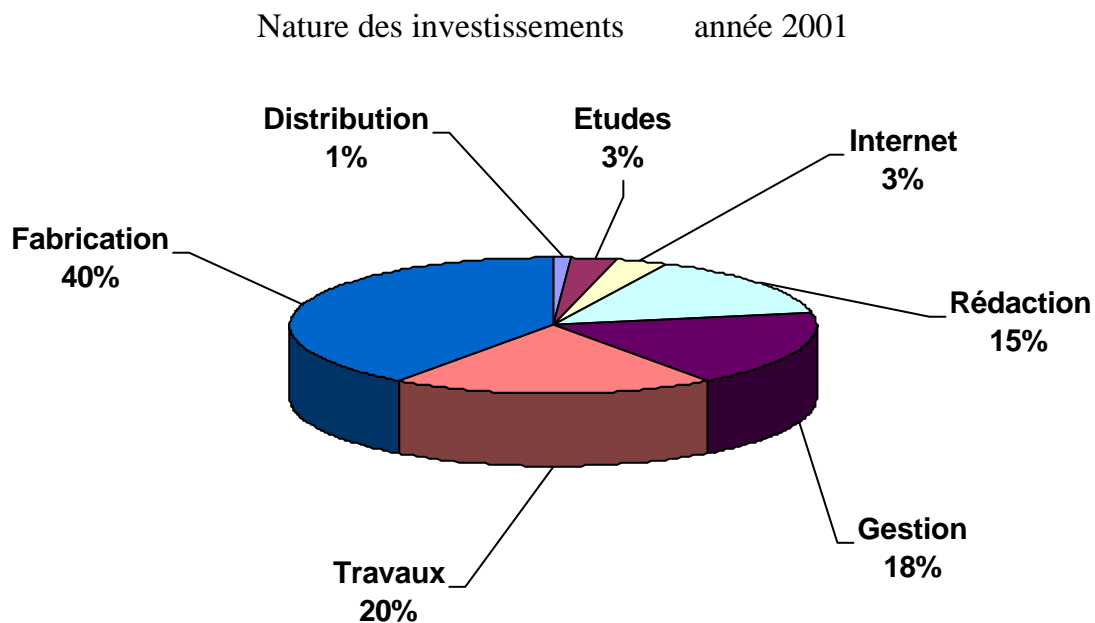
	1998 (exécuté)	1999 (exécuté)	2000 (exécuté)	2001 (exécuté)	2002 (prévision LFI)
Recettes (chiffres acct)	(21,46 M€)	(23,96 M€)	(24,82 M€)	(27,02 M€)	28,993 M€

Le produit de la taxe attendu pour 2003 est du même ordre qu'en 2002 : 28,993 M € Ces ressources se répartissent en 22.000.000 € de subventions, 2.419.500 € d'avances et 4.573.500 € pour les aides à la distribution de la presse quotidienne nationale d'information politique et générale.

La répartition des ressources entre subventions et avances destinées au financement de projets de modernisation s'effectue ainsi selon une clé 90%-10%, contre 80/20 en 2002.

en €	1999-2000	2001
Projets des entreprises	302 600 103	128 759 696
Dépenses éligibles	264 964 632	44 136 663
Subventions décidées	55 267 869	13 787 015
Avances	1 784 862	1 935 771

Ont été dégagées sept grandes rubriques dans lesquelles ont été classés les différents investissements des entreprises de presse, y compris les accessoires et équipements, indispensables au projet principal. La chaîne de fabrication a représenté, en 2001, une part prépondérante des investissements (40 %), comme en 1999-2000 (41 %), tandis que trois rubriques se partagent en 2001 une moitié des investissements : les travaux (20 %), la gestion (18 %) et les aides destinées à la modernisation de la rédaction (15%) contre le tiers en 1999-2000 : travaux (3 %), gestion (9 %) et rédaction (25 %). En revanche, alors que les investissements liés à la distribution représentaient 15 % des investissements en 1999-2000, leur part a été infime en 2001 (1 %).



Alors qu'en 1998, les crédits évaluatifs avaient fait l'objet d'un chapitre unique, a été opérée en 1999, une répartition de la ressource entre avances et subventions. Cette répartition volontariste a dû être corrigée. En effet, des difficultés de trésorerie résultant de la discordance entre la répartition, en avances et subventions, des crédits et les décisions d'attribution des aides ont conduit à des réajustements. Ainsi a-t-il été nécessaire, dans la loi de finances rectificative pour 2000, puis à l'occasion de reports de crédits

sur 2001, de convertir des crédits d'avances en crédits de subventions, afin de permettre l'ajustement indispensable pour l'exécution des décisions afférentes aux ressources des exercices 1998 à 2000.

La loi de finances pour 2002 a ventilé 28,993 M€ de ressources prévues en 19,92 M € (130,67 MF) de subventions, 4,5 M€ (29,5 MF) d'avances, et 4,573 M€ pour les aides à la distribution des quotidiens nationaux. En outre, le projet fixe une nouvelle clé de répartition des ressources entre subventions et avances, plus favorable aux entreprises : 90% seront destinées aux subventions et 10% aux avances (la clé de répartition était de 80/20 en 2002 et de 70/30 en 2001).

En ce qui concerne les perspectives budgétaires pour 2003, le projet de loi de finances pour 2003 prévoit de ventiler 28,993 M € de ressources prévues en 22 M€ de subventions, 2 419 500 € d'avances et 4 573 500 € pour les aides à la distribution de la presse quotidienne nationale d'information politique et générale.

- Une disposition nouvelle de la loi de finances pour 2002 a étendu l'objet du fonds à l'aide à la distribution de la presse nationale d'information politique et générale. Cette aide, dont la mise en œuvre est prévue pour trois ans, a pour objet d'accompagner la modernisation en cours du système coopératif de distribution de la presse en participant aux surcoûts spécifiques occasionnés par l'activité de distribution des quotidiens.

Une part des ressources du compte d'affectation spéciale recueillant le produit de la taxe de 1% sur le hors médias est ainsi désormais affectée au financement de cette nouvelle aide, lequel est complété par des crédits budgétaires du chapitre 41-10 des aides à la presse. Ainsi, deux mécanismes complémentaires, faisant l'objet d'un financement et d'une gestion distincts, ont été mis en place en 2002.

Le décret n°2002-629 du 25 avril 2002 a fixé les principes et modalités d'attribution de la nouvelle aide à la distribution de la presse nationale d'information politique et générale. Le décret modificatif (n°2002-855 du 3 mai 2002) du décret du 5 février 1999 relatif au fonds de modernisation de la presse a eu deux objets :

- d'un part, d'étendre l'usage du fond, ainsi que l'a prévu la loi de finances pour 2002, à la nouvelle aide à la distribution de la presse nationale d'information politique et générale ;
- d'autre part, d'adapter diverses dispositions relatives à l'octroi des subventions et des avances et à l'appréciation des projets de modernisation présentés par les entreprises.

Un recours a été formé devant le Conseil constitutionnel contre l'article 62 de la loi de finances pour 2002. Le Conseil constitutionnel a rejeté le recours contre la disposition élargissant l'objet du fonds de modernisation à la nouvelle aide au motif qu'il « était loisible au législateur de créer une aide de l'État dans le but de compenser des surcoûts spécifiques de diffusion des quotidiens nationaux d'information politique et générale » et que, « s'agissant de titres de presse appartenant à d'autres catégories, cette mesure n'entraîne pas de rupture injustifiée d'égalité ; elle participe de la volonté de préserver le pluralisme des quotidiens d'information politique et générale, dont le maintien et le développement sont nécessaires à l'exercice effectif de la liberté proclamée par l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789 ».

Les reports seraient considérables. Il semblerait qu'une trentaine de millions d'euros correspondraient à des crédits disponibles, même en tenant compte du temps écoulé entre l'engagement et la liquidation des dépenses.

C. BILAN DES AIDES INDIRECTES A LA PRESSE

Les aides indirectes peuvent être évaluées à plus de 1,07 milliard d'euros en 2001, et sont à la charge de deux entreprises publiques (La Poste et la SNCF), à hauteur des deux tiers, des collectivités locales en raison de l'exonération de la taxe professionnelle, de l'État, également, du fait d'une fiscalité adaptée à la presse.

	1998	1999	2000	2001	2002
<i>I- Dépense fiscale de l'État en faveur de la presse</i>					
<i>1- Taux super réduit de TVA (1) (art. 298 septies du CGI)</i>	183(2)	183(2)	183(2)	198(2)	197
<i>2- Régime spécial de provisions pour investissement (art. 39 bis du CGI)</i>	23(2)	8(2)	8(2)	5(2)	20
<i>II- Dépense fiscale des collectivités locales exonération de taxe professionnelle (article 1458 du CGI)</i>	188 (2)	184(2)	184 (2)	180,3(2)	174,5
<i>III- Aides indirectes des entreprises publiques</i>					
<i>1- Coût du transport postal supporté par La Poste</i>	511(2)	496(2)	473(2)	434(2)	569
<i>2- Contribution de l'État au service obligatoire de transport de presse par la poste</i>	282	282	290	290	290
TOTAL	1.187(2)	1.153(2)	1.137(2)	1.107,2(2)	1250,5

(1) Dépense fiscale calculée par rapport au taux réduit de TVA de 5,5 %.

(2) Estimations

III. DOSSIERS D'ACTUALITÉ

Pour compléter les informations du présent rapport, il a paru intéressant de fournir des éléments d'appréciation concernant trois dossiers d'actualité :

1. la situation de la presse face à la mutation de la distribution ;
2. la diffusion de la presse à l'étranger ;
3. la presse et la télévision de proximité

A. LA PRESSE FACE À LA MUTATION DE LA DISTRIBUTION

Le système de distribution à la française, c'est-à-dire fondé sur la volonté de garantir le pluralisme et l'égalité de traitement des titres traverse depuis un certain nombre d'années une crise aux causes multiples.

Sous la double pression de la concurrence et d'une conjoncture défavorable, les Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne, NMPP, se sont engagées durablement dans un cycle de réformes visant à abaisser le coût de distribution de la presse, à revitaliser le réseau de détail et à développer des services pour le compte des éditeurs.

Ces efforts doivent de surcroît être accompagnés d'une politique visant à consolider le réseau des 32 000 points de vente existant tout en cherchant à le développer dans des créneaux nouveaux.

Après une stabilisation de 1995 à 1998, le nombre de points de vente traditionnels est à nouveau en baisse, particulièrement en Ile-de-France.

La stagnation des rémunérations conjuguée à une sensible augmentation de charges et à une amplitude horaire de plus en plus mal acceptée, décourage beaucoup de commerçants qui se tournent vers d'autres métiers. La priorité a donc été donnée à l'amélioration de la rémunération, à la formation et à la modernisation du réseau.

Une réflexion sérieuse devra par ailleurs être engagée sur l'engorgement des linéaires et sur la possibilité de limiter l'offre de publications proposées au public afin d'enrayer l'asphyxie des points de vente et limiter les manipulations d'inventus.

Les habitudes de consommation ont sensiblement évolué ces dernières années, le réseau actuel ne couvre plus les demandes de la clientèle. Des études ont été lancées pour développer des réseaux complémentaires qui

couvriraient les lacunes du réseau existant. Les premiers résultats de ces tests seront disponibles en fin d'année.

A l'instigation de la table ronde réunie en 2001 à l'initiative des pouvoirs publics, il a été décidé par la profession d'un plan de revalorisation de la rémunération des diffuseurs. Le 18 septembre 2001, les NMPP et l'UNDP ont signé un accord interprofessionnel, rétroactif au 1er juillet 2001. Etalé sur 5 ans, il porte le taux de commission net à 15% pour les quotidiens, les publications, les produits multimédias et les encyclopédies. Pour en bénéficier, trois critères de qualification doivent être cumulés par les diffuseurs : exposer la presse en vitrine, assurer la représentativité de la presse et garantir son accessibilité. Cette majoration du taux de commission représentera un complément global de l'ordre de 240 MF.

Cet accord s'inscrit dans la suite du protocole interprofessionnel signé en 1994 instituant une hausse de la rémunération des diffuseurs de presse fondée sur le principe de qualification.

Il ne concerne pas les kiosquiers parisiens dont la gestion dépend en grande partie de la Ville de Paris. Le 16 juillet 2002, pour enrayer la tendance à la fermeture des kiosques à Paris, due aux difficultés d'exploitation des gérants de kiosques de presse et à la pénurie de candidats qui en résulte, la Ville de Paris, les éditeurs de presse, les distributeurs de presse, les concessionnaires des kiosques ainsi que les représentants des kiosquiers ont signé un protocole d'accord destiné à « rendre son dynamisme au réseau des kiosques parisiens ». Les signataires de ce document se sont engagés sur la nécessité de « rechercher des solutions durables d'ici au 31 mars 2003 ».

Au total, 750.000 euros seront dégagés sur une période de 6 mois, à compter du 1er octobre 2002, en faveur des kiosques percevant moins de 45.000 euros de commission par an.

Outre l'effort conjoint des sociétés de messageries, des éditeurs et de l'AAP, la Ville de Paris consacrera 150.000 euros sous la forme d'une baisse de ses redevances.

Les « solutions durables » évoquées par la Mairie de Paris porteront notamment sur les revenus des gérants des kiosques de presse, l'organisation du travail, l'optimisation des flux de presse et la modernisation des kiosques, l'implantation des kiosques, et une meilleure ouverture le dimanche.

Pour répondre à l'urgence, les acteurs ont décidé de « privilégier dans un premier temps les actions de consolidation du réseau existant, notamment en décidant de mettre en place un dispositif garantissant le maintien du maillage des kiosques ». « Le développement du réseau, au plus près du nombre prévu par la concession faite par la Ville de Paris à l'AAP, soit 430

kiosques, constitue en effet l'objectif majeur du plan d'action engagé ». Un comité de pilotage doit suivre la mise en œuvre de cet accord.

Parallèlement aux mesures prises par l'État en faveur du portage, les discussions engagées par la table ronde sur l'avenir de la distribution de la presse en France se sont concrétisées par la signature en 2001 de 2 accords qui ont commencé à entrer dans les faits en 2002 :

- le premier, signé entre les NMPP et le SNDP (Syndicat national des dépositaires de presse) le 30 mai 2001, concerne le réseau des dépositaires et prévoit, d'une part, la réduction du nombre de dépôts qui passerait de 329 à 200 dépôts et 34 plates-formes et, d'autre part, une baisse régulière de la rémunération des dépositaires entre 2002 et 2005 :
- le second, signé entre les NMPP et l'UNDP (Union nationale des dépositaires de presse) le 18 septembre 2001, prévoyait une revalorisation de la rémunération des diffuseurs qualifiés en portant le taux de commission net à 15%.

L'État accompagne cet effort par la mise en place d'une telle aide à la distribution entend accompagner la modernisation du système de distribution groupée en participant, dans cette phase, aux surcoûts spécifiques occasionnés par la distribution des quotidiens.

Compte-tenu de l'ampleur du besoin et de l'origine des ressources mobilisables, deux mécanismes complémentaires mais faisant l'objet d'un financement et d'une gestion distincts sont mis en place en 2002 :

- le premier est financé sur les crédits budgétaires du chapitre 41-10 des aides à la presse pour un montant de 900.000 €;
- le second fait l'objet, en application d'une disposition nouvelle de la loi de finances pour 2002, d'un financement par l'allocation d'une partie des ressources du compte d'affectation spéciale.

L'aide est prévue pour une durée de 3 ans. Le montant global de cette nouvelle aide est, en 2002, de 12,19 millions d'euros.

En fait, ce sont aussi les innovations qui ont déstabilisé un système qui a eu tendance à se gripper. Les grèves sont tout à fait le révélateur de ces blocages face aux changements du marché.

Ainsi des mouvements sociaux qui ont perturbé, à partir de juin 2001, la distribution des titres du groupe Amaury (Le Parisien, Aujourd'hui en France, L'Équipe), et ont parfois affecté l'ensemble des quotidiens nationaux,

trouvaient leur origine immédiate dans la décision prise par le groupe Amaury de procéder lui-même à la distribution de son titre *Le Parisien*.

Ce conflit était d'autant plus sensible qu'il est intervenu à un moment où les NMPP ont engagé un nouveau plan de modernisation qui prévoit, notamment, une réorganisation de la structure «Paris Diffusion Presse» qui assure la distribution des quotidiens nationaux sur Paris et les communes de la proche périphérie.

A cela s'est ajoutée, en octobre 2001, l'annonce du projet du groupe Amaury de créer, à l'horizon 2003, ses propres imprimeries en province afin de maîtriser lui-même la chaîne de fabrication de ses quotidiens. Cette décision a entraîné une réaction du Livre CGT qui s'inquiète de l'avenir du système coopératif d'impression décentralisée.

Des mouvements sociaux, ayant affecté en premier lieu les titres du groupe Amaury, ont déjà eu lieu. On ne peut exclure qu'ils se reproduisent malgré les accords signés par les deux parties à l'été 2001 sur la question de la distribution du *Parisien*¹.

Par ailleurs, le lancement, au début de l'année 2002, des quotidiens gratuits *MéTRO* et *20 Minutes*, a déclenché un vif conflit avec le syndicat du Livre CGT qui s'est livré à des opérations d'entrave et de destruction massive des exemplaires de ces deux titres jusqu'à ce que des accords interviennent quant à leurs modalités d'impression et de distribution.

Ce sont donc bien les ambitions et la volonté de modernisation de certaines entreprises qui ont fait apparaître au grand jour les contradictions du système.

Ne pas faire évoluer notre système de distribution, c'est en fait encourager des initiatives parallèles qui ne peuvent que remettre en cause le système fondé sur la mutualisation auxquels les Français sont à juste titre attachés.

B. LA DIFFUSION DE LA PRESSE FRANÇAISE A L'ÉTRANGER

En dépit de l'aide de l'État, la vente de la Française à l'étranger continue de baisser.

¹ L'accord signé entre le groupe Amaury, les NMPP et le Comité Intersyndical du Livre Parisien, a mis un terme à ce conflit. La SDVP (Société de Distribution et de Vente du Parisien) distribue *Le Parisien* sur l'ensemble de la région parisienne, y compris la zone PDP. Les NMPP et la SDVP négocieront les modalités d'une sous-traitance à PDP de la distribution du titre aux marchands de journaux de Paris intra muros. Le groupe Amaury s'est également engagé à intégrer 15 salariés de PDP à la SDVP.

Sont éligibles au fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger créé par l'arrêté du 25 février 1991, les publications périodiques inscrites à la Commission paritaire des publications et agences de presse, rédigées tout ou partie en français.

Les bénéficiaires du fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger sont donc des organismes collectifs de promotion des ventes (Nouvelles messageries de la presse parisienne –NMPP– et l'association Unipresse) et des éditeurs particuliers.

Les NMPP assurent le transport à l'étranger de l'ensemble des ventes au numéro de la presse française. L'aide accordée aux NMPP est essentiellement consacrée à l'abaissement des coûts de transport. Elle permet aux éditeurs d'ajuster leur prix de vente au pouvoir d'achat local.

L'association Unipresse collecte des abonnements lors de nombreuses manifestations auxquelles elle participe, permettant ainsi la présence de la presse française sur des marchés parfois peu rentables ou a priori les éditeurs adhérents ne s'exporteraient pas sans l'intervention de cette structure.

Afin de pouvoir prétendre au bénéfice du fonds, les éditeurs individuels doivent justifier, dans leur dossier de demande d'aide, de parts de marché à l'étranger et d'un plan de promotion sérieux.

En 2001, 52 éditeurs individuels ont ainsi bénéficié de subventions pour un total de 966.818€ (soit 26,4% du fonds), tandis que les organismes collectifs, Nouvelles messageries de la presse parisienne et l'association Unipresse, recevaient respectivement 2.025.742€ (soit 55,4% du fonds) et 666.202€ (soit 18,2% du fonds). L'aide aux éditeurs individuels avait été privilégiée.

En 2002, la dotation budgétaire, d'un montant de 3.704.511 euros, est en augmentation de 1,1% par rapport à 2001. La progression est la plus sensible pour les éditeurs individuels.

En 2002, l'aide accordée aux NMPP, soit 2 045 999 €, est en augmentation de 1%. Leur subvention représente 55,2 % des crédits du fonds. Les NMPP utiliseront essentiellement cette aide pour abaisser le coût des transports aériens (en hausse du fait de la crise qui touche ce secteur).

Enfin, l'association Unipresse a vu sa subvention augmenter de 1 % (673 167 €), du fait de l'augmentation du nombre d'abonnements souscrits par son intermédiaire. L'aide attribuée à l'association représente 18,2% du fonds.

Les ventes de la presse française à l'exportation ont continué de reculer en 2001 mais moins vite que les années précédentes, baissant de 1,4% en valeur et de 2,5% en volume à 286 millions d'euros. L'année 2001 a marqué un ralentissement du recul des ventes, soulignent les NMPP, rappelant

que les exportations de la presse française s'étaient contractées de 3,7% en valeur et 5% en volume en 2000, après -2,4% en valeur et -4,4% en volume en 1999.

Ont ainsi été exportés en 2001, quelque 2.727 titres, soit 3,9% de titres en plus qu'en 2000, ont été exportés vers 113 pays. Les cinq plus gros pays importateurs de presse française restent la Belgique, la Suisse, le Maroc, l'Espagne et le Canada. Les exportations ont représenté en 2001 en valeur 10% des ventes des NMPP.

En 2001, la baisse est notamment liée à l'émergence d'une presse francophone locale, au recul du français et à la consultation d'internet, à la baisse structurelle de la vente au numéro constatée dans de très nombreux pays, mais aussi à des difficultés économiques (Japon, Argentine, Turquie).

Si les ventes ont baissé de près de 5% tant en Europe francophone (Belgique, Suisse, Luxembourg), qu'en Afrique, elles ont progressé en volume au Maghreb de +6,7%, et dans l'Union européenne hors pays francophones +7,7% en volume.

C. LA PRESSE ET LA TÉLÉVISION DE PROXIMITÉ

Lorsque furent lancées les premières télévisions de proximité, à la fin des années 80, les titres de la presse écrite régionale ont perçu ces nouveaux acteurs comme des concurrents, en craignant notamment de perdre une partie de leurs ressources publicitaires.

Mais l'attitude de la presse a progressivement évolué. Vis-à-vis des chaînes de proximité, elle adopte désormais davantage une position de complémentarité que de concurrence frontale et elle cherche à investir elle-même dans la télévision.

De nombreux facteurs légitiment les projets télévisuels de la presse de proximité.

Technologiquement, la numérisation des informations permet leur exploitation sur tous les supports. Il est ainsi possible de réaliser d'importantes économies d'échelle, notamment sur la collecte et la mise en forme des informations.

Sur le plan éditorial, la presse écrite dispose d'une connaissance intime des territoires et des acteurs locaux. Cet actif précieux, fruit de dizaines d'années de journalisme de terrain, peut être réutilisé en télévision, contribuant ainsi à répondre efficacement à la demande de proximité exprimée par de très nombreux téléspectateurs.

D'un point de vue marketing, la presse écrite régionale et locale, qui subit une érosion de son lectorat, surtout en milieu urbain et parmi les moins de 35 ans cherche à toucher une population qui ne consomme l'information que par l'image. En restant cantonnés dans l'écrit, les journaux savent qu'ils s'éloignent de l'attente de certains publics.

Enfin le dernier facteur est purement économique : en vingt ans, le pourcentage du marché publicitaire national recueilli par la PQR a été divisé par deux. Le marché local de publicité télévisée constitue par conséquent une possible expansion de ses ressources publicitaires : elle peut proposer à ses annonceurs un support de publicité complémentaire.

De plus en plus de titres de presse se donnent vocation à devenir des opérateurs multimédia, avec une présence en presse, en télévision et sur l'internet. Il existe une véritable synergie entre ces différents supports : une présence télévisuelle permet de renvoyer vers le site Internet qui lui-même renvoie vers le journal et lui apporte des recettes.

Toutefois, tous les titres ne disposent pas des mêmes ressources pour se tourner vers le média télé. La presse quotidienne régionale peut assumer les coûts d'un canal 24h/24 à raison de 2h30 à 3h de production fraîche par jour ; en revanche, la presse hebdomadaire régionale et la presse quotidienne départementale ne revendiquent qu'une fenêtre de présence plus modeste et se contenteraient d'un partage de canal : entre un quart d'heure et une demi-heure par jour de production fraîche diffusée. Dans tous les cas, la multi-diffusion des bulletins d'informations produits serait la règle, afin de «toucher» les spectateurs quelle que soit l'heure.

Dans un souci de diversification et de recherche de nouveaux publics, certains groupes de presse ont donc entrepris d'entrer au capital de chaînes existantes ou de lancer de nouvelles chaînes :

- **TLT (Télé Toulouse).** Créée en 1988, TLT était co-contrôlée à l'origine par la ville de Toulouse (via la société d'économie mixte CTV) et le groupe Vivendi. Au fil des années, l'accumulation des pertes a conduit à plusieurs augmentations de capital. Début 2002, Vivendi a abaissé sa participation à 10%, principalement au profit du groupe Lagardère et de La Dépêche du Midi, qui est devenue, après CTV (34,7%), le deuxième actionnaire de la chaîne avec 22,3%¹ ;

¹ Principaux autres actionnaires : Lagardère Interactive Broadcast : 13,7%, Télévisions locales développement (groupe Vivendi) :10%, Airbus : 8,7%, Bordelaise de banque (groupe CIC) : 5,2%, Caisse d'Epargne Midi-Pyrénées : 5,2%.

- **TLM (Télé Lyon Métropole).** Lancée 1989, cette station était contrôlée à l'origine par le groupe Vivendi. En 2000, *Le Progrès* (groupe Socpresse)¹ a racheté les parts de Vivendi et détient désormais 49% de la société SALT, qui édite TLM². ;
- **Clermont 1^{re}.** La chaîne de l'agglomération de Clermont-Ferrand a été lancée en Octobre 2000 par *La Montagne* (groupe Centre-France³), qui possède 48% du capital⁴ ;
- **TV7 Bordeaux.** TV7 a commencé son activité en juin 2001 à l'initiative du groupe *Sud-Ouest*⁵ qui détient 49% du capital⁶ ;
- **Canal 32 (Troyes).** France Régions Participations⁷ (filiale du groupe de presse *France-Antilles*) détient 24,2% de la chaîne de l'agglomération troyenne, lancée en novembre 2001.

On constate donc que la presse écrite est donc présente dans le capital de l'ensemble des télévisions « de ville ». En revanche, elle reste pour l'instant à l'écart des 5 télévisions « de pays » : TV8 Mont-Blanc (Savoie, Haute-Savoie et pays de Gex), Aqui TV (Dordogne), TV Sud-Vendée (région de Luçon et Fontenay-le-Comte), Télé 102 (région des Sables d'Olonne) et Télé Hautes-Alpes.

En ce qui concerne la télévision numérique de terre, on peut rappeler que le CSA a décidé d'affecter aux chaînes locales un minimum de trois canaux numériques partout en France⁸ et que les premiers appels à candidatures devaient être lancés fin 2002, après la parution du décret sur le régime juridique des chaînes locales. En raison de l'initialisation progressive des foyers en récepteurs numériques, les nouveaux entrants potentiels dans la télévision locale souhaiteraient tout d'abord démarrer en analogique. Mais le

¹ La société Socpresse (éditrice du Figaro et de très nombreux journaux régionaux dont l'autre quotidien lyonnais Lyon Matin) est détenue à 70% par la famille Hersant et à 30% par le groupe Dassault.

² Principaux autres actionnaires : Crédit Agricole Centre-Est : 21,9%, 2 RBI : 16,6%, Segipa St Olive : 10%.

³ Le groupe Centre-France édite quatre quotidiens régionaux et deux hebdomadaires. Il exploite également les radios Centre-France FM (partenariat avec Europe 2).

⁴ Principaux autres actionnaires : Crédit Agricole : 10%, Banque Populaire du Massif Central : 10%, Caisse d'Épargne de Clermont-Ferrand : 10%.

⁵ Le groupe Sud-Ouest édite, outre le quotidien éponyme, de nombreux titres de presse départementale et locale.

⁶ Principaux autres actionnaires : Com-one : 16%, Sud médias participation (groupe Fabre) : 10%.

⁷ France Régions Participations possède notamment les quotidiens locaux L'Est Eclair et Libération Champagne.

⁸ Dans certaines régions (notamment en Ile-de-France où est prévu un 7^{ème} multiplexe), ce chiffre pourra être supérieur.

nombre de fréquences disponibles se trouve réduit par la nécessité de réserver des ressources hertziennes pour la TNT.

Cependant, le 23 avril dernier, le CSA a lancé trois appels à candidatures pour des fréquences analogiques ; ils portent sur les agglomérations de Nantes et Grenoble ainsi que la plaine du Forez¹. A Nantes, il semblerait que Le Télégramme de Brest et Presse Océan (groupe Socpresse) envisagent de déposer un dossier de candidature commun². La candidature de Ouest France est également évoquée. En ce qui concerne Grenoble, Socpresse serait également sur les rangs via Le Dauphiné Libéré.

En tout état de cause, l'analyse de l'implication de la presse dans la télévision de proximité ne peut être dissociée de la réflexion sur les secteurs interdits. En effet, les chaînes locales sont aujourd'hui toutes lourdement déficitaires et la levée de l'interdiction de la publicité télévisée pour le secteur de la distribution apparaît, à certains, comme une condition nécessaire (mais pas suffisante) de leur viabilité financière.

¹ La date limite de dépôt des candidatures a été fixée au 30 octobre.

² Non sans lien avec ce projet de chaîne locale, SOCPRESSE a pris le contrôle du football club de nantes-atlantique.

EXAMEN EN COMMISSION

Réunie le mardi 29 octobre 2002, sous la **présidence de M. Jean Arthuis, président, la commission a procédé à l'examen des crédits de la presse et de la communication : communication audiovisuelle et article 52 et ligne 35 de l'Etat A annexé à l'article 48, et crédits d'aide à la presse sur le rapport de M. Claude Belot, rapporteur spécial.**

Abordant le budget de la presse, qui figure aux chapitres 41-10 et 34-95 du fascicule des services généraux du Premier ministre, le rapporteur spécial a tout d'abord procédé à un état de lieux de la presse française. Celle-ci lui est apparue dans un état de santé relativement précaire, en dépit du soutien que lui apporte l'État. Il a évoqué, pour justifier son diagnostic, le fait que la presse française est, au moins pour les quotidiens nationaux, l'une des plus chères au monde et que le tassement du lectorat vient sans doute de ce qu'elle ne reflète pas toujours les préoccupations de ses lecteurs.

Puis après avoir rappelé que les crédits de la presse inscrits au budget général restaient stables pour se monter à presque 135 millions d'euros, **M. Claude Belot, rapporteur spécial**, a évoqué l'autre volet de ce budget que sont les dotations à l'Agence France-Presse.

Il a souligné, à ce sujet, que l'effort budgétaire consenti par le Gouvernement, avec une augmentation des dotations de cet organisme de 4,5% par rapport à la loi de finances initiale pour 2002, marquait sans doute une prise de conscience de l'importance stratégique d'un organisme qui représente le regard de la France sur l'actualité mondiale. Toutefois, il s'est déclaré convaincu de ce qu'aucune solution durable ne sera trouvée si les structures et le statut de l'AFP ne sont pas profondément modifiés : un organisme sans capital social et ayant à son conseil d'administration ses principaux clients, ne peut pas, durablement, trouver sa place sur un marché très concurrentiel.

Il a conclu en indiquant que ce budget se situait en continuité avec ceux des années précédentes, notamment en ce qui concerne le fonds de modernisation de la presse et que le Gouvernement avait encore du temps pour réfléchir à la façon de faire évoluer tant le système de soutien de l'État au secteur que les structures de la presse elle-même, qu'il a qualifiée de relativement archaïque.

A l'issue de cette présentation, la **commission a, sur proposition du rapporteur spécial, décidé de proposer au Sénat l'adoption des crédits de la presse pour 2003.**