

# Aides de l'Etat **Le pari de la**

En juillet 2004, le sénateur Paul Loridant a rendu public son rapport (1) sur le fonds d'aide à la modernisation de la presse dont l'objet est d'aider ce secteur à s'adapter aux nouvelles exigences technologiques et industrielles. *France Graphique* analyse le choix des éditeurs et donne la parole au sénateur.

Par David Sallinen. Consultant, chargé de cours à l'IUT de Tours

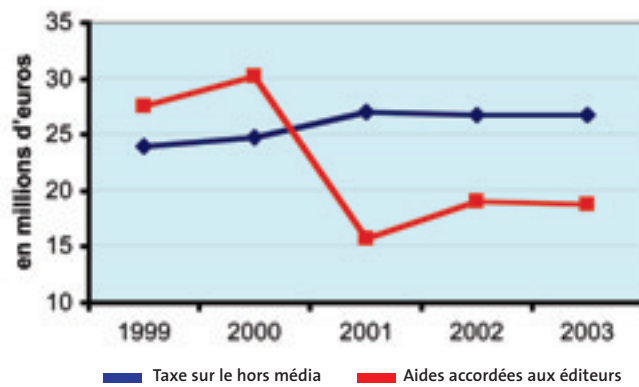
**L**e système français d'aides de l'Etat à la presse est le plus important du monde. Quelles soient directes ou indirectes, on estime ces aides à 1,2 milliard d'euros, tandis que le chiffre d'affaires global du secteur est d'environ de 10,5 milliards d'euros.

Créé en 1998, le fonds de modernisation de la presse complète le système traditionnel d'aides de l'Etat à la presse, en finançant cette fois directement les projets techniques, rédactionnels ou encore marketing des éditeurs. Depuis sa création, plus de 111 millions d'euros de financement ont été versés. Dès lors, quel bilan peut-on tirer des choix des entreprises de presse sur ces aides faites « sur mesure » ?

En 1998, le fonds d'aide à la modernisation de la presse est institué. Son financement original repose sur une taxe de 1% sur certaines dépenses publicitaires, dites « hors-média ». A cette époque, le « hors-média » s'accapare déjà près des deux tiers des investissements publicitaires en France.

Cette nouvelle disposition prise à l'initiative des députés socialistes vise, en fait, à rééquilibrer le « transfert » des investissements publicitaires imprimés

## Comparatif entre les recettes et les aides accordées entre 1999 et 2003



Entre 1999 et 2003, 34,54 millions d'euros restent sans affectation.

Source pour les recettes : agence comptable centrale du trésor (ACCT)

Source pour les aides : rapport du comité d'orientation du fonds de modernisation, 2003

entre la presse d'information traditionnelle et ce fameux « hors-média ». Autre particularité importante : ce fonds est conçu pour soutenir uniquement les projets de modernisation, défendus par les entreprises de presse<sup>(1)</sup>. En effet, l'objectif du législateur est simple : inciter la presse

quotidienne en manque chronique de fonds propres à investir, afin d'améliorer sa productivité, ses produits, mieux défendre ses parts de marché publicitaires et de ventes, mais plus idéal encore, trouver de nouveaux marchés.

Très concrètement, le fonds de modernisation finance des investissements corporels et incorporels (dépenses de logiciels, par exemple). Prenant la forme de subventions ou d'avances remboursables, l'aide est plafonnée et ne doit jamais être majoritaire dans le financement du projet. Ainsi, l'entreprise de presse doit mobiliser tout de même 70% du financement nécessaire. Pour les projets collectifs, le fonds finance 50% de la somme. Entre 1999 et 2003, les entreprises de presse ont bénéficié de 111,4

## Un projet exemplaire

### Quand le gain de temps rime avec gains de lecteurs

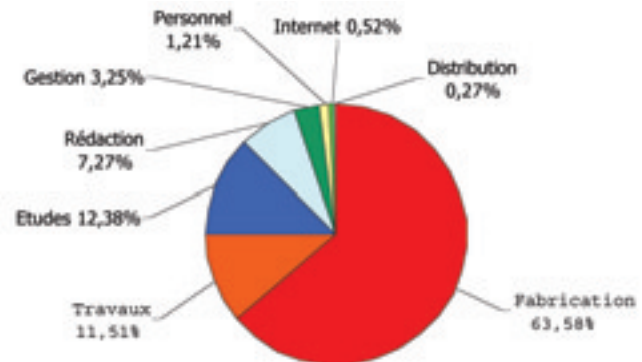
Au total, 547 projets ont été financés par le fonds de modernisation. Parmi eux, le rapporteur cite l'exemple du quotidien *Le Monde* où la mise en vente sur Paris, avant 12h30, a permis « un gain journalier des ventes de l'ordre de 15 000 exemplaires ».

En effet, grâce à « la modernisation de la chaîne de fabrication du journal, de la production éditoriale au processus d'expédition », le bouclage a pu être avancé à 10h30 au lieu de 11h30-12h00 auparavant.

# modernisation par les projets

millions d'euros d'aides (102,7 millions d'euros de subventions et 8,7 millions d'euros d'avance). A noter d'ailleurs que sur cette même période, 34,54 millions d'euros du fonds n'ont pas été attribués ! Ces « quasi fonds propres » ont permis aux différents supports de presse de consacrer au total pas moins de 370 millions d'euros à la modernisation de leurs entreprises. Si le rapport souligne que ces fonds ont principalement financé les projets de la presse de proximité (PQR, PQD, PHR) avec 78% des subventions et des avances, le rapport révèle également que « les investissements les plus importants concernent les titres et les groupes de presse ayant une surface financière significative » même si ils peuvent, par ailleurs, rencontrer des difficultés économiques. En d'autres termes, ceux qui ont les moyens financiers peuvent investir. Entre 2002 et 2003, les douze premiers titres subventionnés s'accaparent 60% des fonds. On peut citer entre autres : *Ouest-France* (3,6 millions d'euros), *Le Progrès* (2,8 millions d'euros), *Aujourd'hui en France* (2,6

## Répartition des investissements financés en 2003



Plus de 75% des investissements concernent la fabrication des journaux (fabrication + travaux).

Source : rapport du comité d'orientation du fonds de modernisation pour 2003

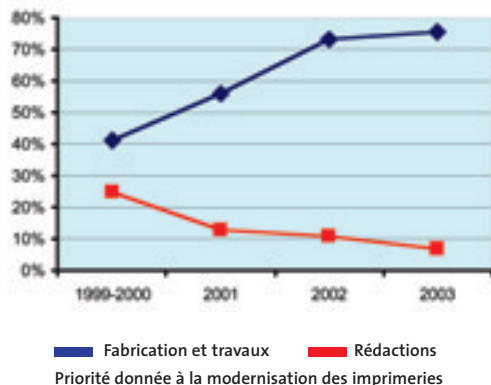
millions d'euros), *Midi Libre* (1,9 millions d'euros), *Le Dauphiné Libéré* (1,9 millions d'euros) et *Le Monde* (1,8 millions d'euros), etc.

## Investissements et modernisation

Au total, 547 projets de modernisation ont été soutenus par l'Etat et la quasi-totalité des titres de la presse quotidienne ont bénéficié de cette aide. Or, quels ont été très concrètement les choix des éditeurs en matière d'investissements et de modernisation ? Ont-ils préféré investir dans les rédactions, le marketing, le Web ? La réponse est simple. En fait, 75% des investissements ont financé des projets liés à la fabrication des journaux. C'est-à-dire, aussi bien la modernisation de la chaîne de production, que l'achat et l'extension de rotatives, l'achat de matériels et logiciels de production numérisée, de développeuses, de baies de stockage, de stackers ou encore les mises sous film, etc., pour un peu plus de 63,5%, mais aussi les travaux en relation avec la fabrication. Ces derniers concernent les travaux d'ordre immobi-

lier, de rénovation d'atelier d'impression, jusqu'à la construction de bâtiments, en vue d'y installer de nouvelles rotatives, par exemple, représentant 11,5% des investissements. Il est vrai que les coûts liés à la fabrication des journaux pèsent lourd dans les comptes des entreprises de presse quotidienne, près du quart des coûts totaux. Ainsi, pour satisfaire les annonceurs en matière de qualité d'impression et de rapidité, les éditeurs ont privilégié les projets industriels au détriment des rédactions notamment. Dès lors, le rapporteur Paul Loridant s'interroge : est-ce « à la puissance publique de favoriser le financement des imprimeries de presse aujourd'hui, manifestement en surcapacité et en déficit chronique ? ». Ne faudrait-il pas plutôt « encourager, de manière volontariste, un regroupement des moyens de production ? » Paul Loridant va alors proposer différentes mesures dont l'augmentation des aides pour les projets collectifs en matière d'impression, tout en préconisant plus de pouvoir à la commission de contrôle du fonds, afin d'évaluer véritablement l'efficacité économique des sub- >>>

## Comparatif des investissements



Source : rapport du comité d'orientation du fonds de modernisation pour 2003

## Fonds de modernisation

## Une réponse appropriée à la crise de la presse ?

Interview du sénateur Paul Loridant (1), rapporteur de la mission de contrôle du fonds d'aide à la modernisation de la presse, en juillet 2004.

PROPOS RECUEILLIS PAR DAVID SALLINEN

**France Graphique :** On estime à plus de 370 millions d'euros les investissements réalisés par la presse dans le cadre du fonds de modernisation. Pour autant, cinq ans après la création de ce fonds, celui-ci n'a permis aucune amélioration de la rentabilité des entreprises de presse. Comment expliquez-vous ce paradoxe ?

**Paul Loridant :** Dans la masse des mesures en faveur de la presse, qu'il s'agisse aussi bien des aides directes qu'indirectes, ce fonds de modernisation ne représente qu'une toute petite partie. En fait, ce fonds est en soi un petit bijou. En effet, il instaure une taxe sur les investissements publicitaires « hors média » qui échappent à la presse écrite. Au départ, il s'agissait d'un projet parlementaire concocté sous le gouvernement Jospin, entre quelques grands patrons de la presse et quelques députés socialistes dont le député Le Guen<sup>(2)</sup>. Or, il ne faut pas oublier les intentions originelles du législateur. Tout d'abord, les députés ont voulu aider les entreprises de la presse quotidienne d'information politique, qu'elles soient nationales ou régionales, à moderniser leurs outils de production de la rédaction à l'imprimerie, mais aussi à former leurs personnels, etc. L'intention était très originale et même intéressante. Ensuite, ce fonds de modernisation, qui a été un peu long à mettre en place, n'a pas été détourné de son objet originel. Il est resté un fonds plus incitatif que déterminant et a eu un effet de levier, enclenchant un cercle vertueux de l'investissement. Le paradoxe à tout cela, c'est que l'on a, sans doute, oublié le volet de la modernisation sociale. Ainsi, tous les gains de productivité ont été mangés par les règles singulières de recrutement et de gestion du personnel des imprimeries, notamment.

**FG :** Dans votre rapport, vous envisagez « la clôture du fonds de modernisation à échéance 2010 », en argumentant que « toute

crise, toute mutation d'un secteur économique, a une fin ». Pouvez-vous préciser votre pensée ?

**P. L. :** Il est vrai que c'est un peu arbitraire, on pourrait toujours en faire davantage. Mais si on n'a pas de vision globale de l'aide à la presse, j'ai des doutes sur l'efficacité de ces aides, à moins de considérer que l'on puisse revenir à une économie administrée. Je trouve surprenant que ce soit la presse quotidienne payante déficitaire que l'on aide, alors que de son côté, la presse gratuite est bien partie pour équilibrer ses comptes sans aides publiques, à un horizon prévisible. D'ailleurs, je ne sais comment cette orientation pourra être longuement justifiée auprès du contribuable.

**FG :** Quel est votre sentiment sur les dernières mesures d'aides à la presse, annoncées par le Ministre de la communication et de la culture et qualifiées d'historiques ?

**P. L. :** Je ne sais pas si il faut parler de mesures historiques. Ma réflexion est plus globale. En effet, j'ai le sentiment qu'en matière de presse écrite nous sommes revenus, d'une certaine manière, à une situation d'avant-guerre, à savoir : le contrôle de la presse par des entreprises d'armement et d'aéronautique. Aujourd'hui, on constate que les groupes Lagardère et Dassault contrôlent plus de 70 % de la presse écrite. Alors même que les deux intéressés, Serge Dassault et Arnaud Lagardère qui sont d'ailleurs des libéraux, sont favorables au maintien de ces aides d'Etat. Je trouve cela très singulier.

<sup>(1)</sup> En septembre 2004, lors des dernières élections sénatoriales, M. Loridant n'a pas été réélu. Cependant, il reste Sénateur honoraire.

<sup>(2)</sup> Député à l'origine de l'amendement sur le fonds d'aide à la modernisation de la presse, voté en 1998.

>>> vention d'Etat. Sur ces deux points, d'ailleurs, le sénateur sera entendu par le Ministre de la culture et de la communication lors de l'annonce de ses mesures sur la presse en 2005.

### Une exception française ?

La France, où les subventions à la presse représentent plus de 10 % du chiffre d'affaires du secteur, est le pays où l'aide de l'Etat à la presse est la plus diversifiée. A la différence de certains pays comme l'Allemagne, le Royaume-Uni ou encore l'Espagne qui n'ont aucune aide directe à l'écrit, la presse française bénéficie, entre autres, de réductions des tarifs pour le transport ferro-

viaire, d'aides à la diffusion et à l'expansion à l'étranger, ou encore d'un fonds d'aide aux quotidiens nationaux à faible ressources publicitaires. D'ailleurs, la dotation de ce fonds a doublé entre 1997 et 2003, passant à un peu plus de 30 millions d'euros. L'autre volet des aides d'Etat, les aides indirectes, sont par contre relativement semblables. On retrouve, donc, un taux de TVA réduit en Allemagne, qui constitue d'ailleurs la principale aide, et un taux nul pour le Royaume-Uni. Le système français est plus complexe, il propose un taux de TVA réduit à 2,1% mais aussi des avantages fiscaux et des tarifs postaux préférentiels. En fait, chez nos voisins, le

secteur de la presse est une activité économique comme les autres. Tandis qu'en France, la logique des aides selon Paul Loridant amène « l'ensemble d'un secteur, y compris ses éléments les plus dynamiques, les plus imaginatifs et les plus rentables, à réclamer un soutien financier public ». Dès lors, il est probable que les modes d'attribution de ces aides fassent l'objet d'un grand débat dans les années à venir. ■

<sup>(1)</sup> Les supports concernés sont la presse quotidienne qu'elle soit nationale, régionale, départementale, mais aussi la presse hebdomadaire régionale et les agences de presse.