DGMIC – BREP 25/05/2021

**Aides à la presse**

**Cette page présente une compilation des ressources sur les aides à la presse mises à disposition par le ministère de la Culture.**

Le dispositif général des aides publiques à la presse est ancien. Dans son principe, l’aide postale remonte à la période révolutionnaire. D’autres mesures s’y sont progressivement ajoutées. Les aides à la presse répondent aujourd’hui à l’un ou l’autre des trois objectifs majeurs qui ont pu se dégager des évolutions législatives ou réglementaires pour constituer le régime économique de la presse : le développement de la diffusion, la défense du pluralisme, la modernisation et la diversification vers le multimédia des entreprises de presse.

Le bénéfice de ce régime économique, et des aides spécifiques qui le complètent, est réservé aux seules publications qui sont inscrites sur les registres de la commission paritaire des publications et agences de presse (CPPAP). Cet organisme, associant des représentants de l’Etat et des éditeurs, est en effet chargé d’émettre un avis, en fonction de divers critères, dont le caractère favorable permet de bénéficier du dispositif des aides publiques à la presse.

L’Etat s’est attaché de longue date à garantir la liberté de la presse et à conforter les conditions de son pluralisme. Les évolutions imposées par la mutation profonde que connaît le secteur de la communication l’ont conduit à adapter les modalités du soutien qu’il apporte à la presse, sans remettre en cause pour autant un ensemble de mesures générales en faveur du secteur, qu’elles soient fiscales ou de transport. L’action de l’Etat vise ainsi à soutenir de manière plus incitative les entreprises de presse dans leurs actions de développement et de modernisation, soit en accompagnant l’adaptation de leurs effectifs et de leurs qualifications, soit en aidant des projets d’investissement ou de diversification vers le multimédia. Par ailleurs, l’action conduite ces dernières années a permis de mieux prendre en compte les contraintes économiques spécifiques que subissent certaines formes de presse, ainsi que la contribution particulière qu’elles apportent au pluralisme de l’information.

Ainsi, le décret n° 2012-484 du 13 avril 2012 crée le principe de conditionnalité des aides, par le biais des conventions-cadres, met en place le fonds stratégique pour le développement de la presse et définit les modalités de contrôle des différents dispositifs d’aides.

Le décret n° 2016-1161 du 26 août 2016 modifie le décret de 2012 afin de renforcer le caractère incitatif du fonds stratégique pour le développement de la presse. Cette réforme permet également d’instituer un nouveau fonds de soutien à l’émergence et à l’innovation dans la presse (FSEIP). Le FSEIP a notamment pour mission de verser des bourses d’émergence visant à soutenir le lancement et le développement de nouvelles publications ou de nouveaux services de presse en ligne. Il finance également des appels à projets pour des programmes d’incubation dédiés aux médias émergents ou des programmes de recherche et développement devant bénéficier au secteur de la presse.

Depuis 2015, un mouvement d’élargissement des publications éligibles aux aides à la presse s’est amorcé. Ainsi, l’aide aux publications nationales d’information politique et générale à faibles ressources publicitaires a fait l’objet d’une extension aux publications de périodicité non quotidienne jusqu’aux trimestriels (cette extension est désormais régie par le décret n° 2017-1700 du 15 décembre 2017). Le fonds d’aide au pluralisme de la presse périodique régionale et locale, institué par le décret n°2004-1312 du 26 novembre 2004, a également été réformé pour rendre éligibles les publications dont la périodicité est supérieure à hebdomadaire.

**LISTE DES TITRES ET GROUPES DE PRESSE LES PLUS AIDÉS – AIDES DIRECTES ET INDIRECTES PROVENANT DU BUDGET DE L’ÉTAT**

Dans un objectif de transparence, le ministère de la culture publie la liste des titres et, à partir de 2016, des principaux groupes de presse, ayant bénéficié d’aides directes et indirectes.

La colonne « Total des aides » cumule les montants :

* des aides directes, perçues par le titre et conservées dans ses comptes ;
* des aides à la filière, perçues par le titre mais qui sont ensuite reversées à sa messagerie (aide à la distribution de la presse quotidienne nationale) ;
* des aides à la modernisation sociale, bénéficiant à d’anciens salariés du titre.

Une notice pour chaque année, jointe aux tableaux, explique la façon dont ceux-ci ont été réalisés et comment ils se lisent.

**AIDE A LA DISTRIBUTION DE LA PRESSE QUOTIDIENNE NATIONALE**

L’aide à la distribution de la presse quotidienne nationale d’information politique et générale (décret n° 2002-29 du 25 avril 2002) s’inscrit, pour la première section, dans le cadre du système coopératif de distribution de la presse bien qu’elle soit versée directement aux titres. La seconde section du fonds a pour objet d’aider la distribution des titres de presse à l’étranger.

**AIDE AU PLURALISME DE LA PRESSE PÉRIODIQUE RÉGIONALE ET LOCALE** (EX-AIDE A LA PRESSE HEBDOMADAIRE RÉGIONALE ET LOCALE)

L’aide au pluralisme de la presse périodique régionale et locale (appelée avant 2016 aide à la presse hebdomadaire régionale et locale, décret n° 2004-1312 du 26 novembre 2004 modifié) est versée à l’ensemble des titres de cette famille de presse sur la base de leur diffusion. Elle ne bénéficiait, jusqu’en 2015, qu’aux seuls hebdomadaires. A partir de 2016, l'aide est étendue à toutes les périodicités, hors quotidiens, jusqu’aux trimestriels. Cette extension a été mise en œuvre par le décret n° 2016-1161 du 26 août 2016.

**AIDE AUX PUBLICATIONS NATIONALES À FAIBLES RESSOURCES PUBLICITAIRES** (EX-AIDE AUX QUOTIDIENS NATIONAUX À FAIBLES RESSOURCES PUBLICITAIRES)

L’aide aux publications nationales d’information politique et générale à faibles ressources publicitaires (PFRP, décret n° 86-616 du 12 mars 1986 modifié), était, avant 2015, versée aux seuls quotidiens nationaux dont les recettes de publicité représentent moins de 25% des recettes totales. Le décret n° 2015-1440 du 6 novembre 2015 l’a étendue aux autres publications d’information politique et générale à faibles ressources publicitaires, sans distinction de périodicité, jusqu’aux trimestriels. Elle est désormais régie par le décret n° 2017-1700 du 15 décembre 2017, pour ce qui concerne les périodicités autres que quotidiennes.

**AIDE AUX QUOTIDIENS RÉGIONAUX, DÉPARTEMENTAUX ET LOCAUX À FAIBLES RESSOURCES DE PETITES ANNONCES**

L’aide aux quotidiens régionaux, départementaux et locaux d’information politique et générale à faibles ressources de petites annonces (QFRPA, décret n° 89-529 du 28 juillet 1989) concerne chaque année une quinzaine de titres dont les recettes de petites annonces ont représenté moins de 5 % de l’ensemble de leurs recettes publicitaires.

**AIDE AU PORTAGE DE LA PRESSE**

L’aide au portage de la presse (décret n° 98-1009 du 6 novembre 1998 modifié) est accessible à tous les titres quotidiens ou hebdomadaires d’information politique et générale ainsi qu’aux quotidiens sportifs généralistes et vise à soutenir le développement de ce type de distribution des abonnements. Le décret n° 2017-1332 du 11 septembre 2017 visait à améliorer le caractère incitatif de ce dispositif et à assurer une meilleure visibilité aux éditeurs.

**FONDS STRATÉGIQUE POUR LE DÉVELOPPEMENT DE LA PRESSE**

Le fonds stratégique pour le développement de la presse (FSDP) bénéficie aux entreprises établies en France ou dans l’un des États membres de l’Union européenne ou parties à l’Espace économique européen, dont les projets se rapportent à une publication imprimée, à une agence de presse ou à un service de presse en ligne. Le fonds comportait jusqu’en 2013 trois sections : une première section consacrée aux projets de modernisation et de mutation industrielles ; une deuxième section consacrée aux investissements des services de presse en ligne ; une troisième section consacrée au développement du lectorat de la presse. Le décret n° 2014-659 a unifié le FSDP et mis fin au système de bonifications qui existait en 2013. Il n’y a donc plus qu’une seule série de données annuelles depuis 2014. Les dispositifs du FSDP ont été réformés par le décret n° 2016-1161 du 26 août 2016.

**FONDS DE SOUTIEN À L’ÉMERGENCE ET À L’INNOVATION DANS LA PRESSE**

Le fonds de soutien à l’émergence et à l’innovation dans la presse (FSEIP) a été créé par le décret n° 2016-1161 du 26 août 2016. Il rassemble trois formes d’aides :

* des bourses d’émergence visant à soutenir le lancement et le développement de publications ou de services de presse en ligne émergents. Elles peuvent donc être attribuées à des publications ou des services de presse en ligne qui ne disposent pas encore de numéro de CPPAP ;
* des appels à projets "programmes d'incubation médias émergents" permettant de développer, sur l’ensemble du territoire, des programmes dédiés aux médias émergents et aux fournisseurs de solutions (technologiques, graphiques, commerciales...) destinées aux médias. Ils visent également à consolider ou à encourager la création de programmes d'incubation portés par les groupes de presse eux-mêmes. À travers l’hébergement, le conseil et la formation, ces programmes d'incubation renforcent la visibilité et donc l’attractivité de l’entrepreneuriat de presse et plus largement des médias ;
* des appels à projets « programmes de recherche et de développement » permettant de développer une expertise sur des thèmes au cœur des mutations du secteur (conditions de production de l’information, expérience utilisateurs, monétisation des contenus auprès des utilisateurs, …) et aux retombées positives sur les acteurs du secteur de la presse.

\*\*