



La presse papier va-t-elle disparaître ?

Derrière son journal ou son magazine favori, il y a le travail de nombreux acteurs : **organismes de presse, colporteurs, distributeurs et points de vente**. Leurs sources de revenus proviennent à 75 % des ventes de numéros et d'abonnements et à 25% de la publicité.

L'État soutient financièrement la presse. Initialement, il s'agissait de **promouvoir la diversité des opinions politiques**. Cependant, victime du désintérêt croissant des lecteurs pour le format papier et donc de la chute des revenus liés à la publicité, la filière vit une crise majeure et ces aides, évaluées **entre 580 millions et 1,8 Md€** en 2017, s'avèrent aujourd'hui **vitales** pour certains médias.

L'État octroie des **aides indirectes** via trois mécanismes (postal, fiscal et social).

Depuis la Révolution française, les **aides postales** prennent la forme de tarifs préférentiels appliqués sur chaque abonnement acheminé par la Poste.

Sur le **plan fiscal**, la TVA super-réduite à 2,1% permet d'alléger le prix supporté par les acheteurs pour stimuler les ventes. De plus, des réductions d'impôts sont consenties pour tous les particuliers qui souhaitent faire des dons ou souscrire au capital des organismes de presse. Quant à eux, les journalistes peuvent déduire une somme plafonnée à 7 650 € de leur revenu imposable.

Enfin, les **aides sociales** se matérialisent par des cotisations sociales plus faibles pour les colporteurs et les journalistes.

Par ailleurs, l'État vient directement en **aide à chaque acteur de la filière** pour pallier la crise et accompagner sa transition vers le numérique.

L'aide au portage, c'est-à-dire la distribution à domicile, permet d'exonérer les sociétés de portage de leurs charges patronales.

L'aide à la diffusion de la presse quotidienne nationale, principalement destinée à Presstalis, distributeur quasi-unique de la presse en France, vise à réduire les coûts de distribution.

L'aide à la modernisation des diffuseurs, comme les kiosquiers, permet notamment de les accompagner dans la modernisation de leurs outils de gestion.

L'aide au pluralisme finance directement les organismes de presse lorsque leurs ventes ne dépassent pas un certain nombre d'exemplaires et que leurs revenus publicitaires représentent moins de 25% de leurs revenus totaux.

C'est le cas des quotidiens nationaux, comme L'Humanité, et des **journaux hebdomadaires à trimestriels**, comme Charlie Hebdo ou Le Monde Diplomatique.

D'autres fonds visent à préserver la **presse régionale, départementale ou locale**, notamment en cas de **faibles ressources liées à la vente de petites annonces**.



Dans son dernier rapport, la Cour des Comptes pointait **l'inefficacité** des aides à la presse et incitait notamment à **les orienter davantage vers l'accompagnement à la transition vers le numérique**, en phase avec les mutations de la société.