



ÉTATS GÉNÉRAUX DE LA PRESSE ÉCRITE

Rapport d'étape

Mercredi 17 juin 2009

Contacts Presse

Ministère de la Culture
et de la Communication
Département de l'information
et de la communication

Service de presse :
01 40 15 80 11
service-de-presse@culture.gouv.fr



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE



P1 1. LES PRINCIPAUX ENJEUX

P3 2. LE BUDGET

P4 3. LE CALENDRIER

P6 4. LES MESURES D'URGENCE

P9 5. LES HUIT CHANTIERS DE FOND

P30 6. LE BAROMÈTRE DES MESURES

Mise en œuvre des mesures issues des Etats généraux de la presse écrite

Communiqué
de presse

Christine Albanel, ministre de la Culture et de la Communication, a présenté mercredi 17 juin un premier point d'étape de la mise en œuvre des mesures décidées en janvier 2009, à l'issue des Etats généraux de la presse écrite.

Cinq mois après l'annonce du plan présenté par le Président de la République, les trente mesures budgétaires, législatives, sociales, fiscales ou réglementaires impliquant les pouvoirs publics ont été engagées, la moitié étant d'ores et déjà réalisées. Plus de 150 millions d'euros y seront consacrés en 2009. La totalité du plan sera finalisée avant la fin de l'année.

Plusieurs mesures d'urgence destinées à surmonter les effets de la crise ont précédé la mise en place des réformes structurelles. L'Etat a ainsi confirmé la neutralisation des augmentations tarifaires de l'abonnement postal de la presse pour l'année 2009 ainsi que le doublement des dépenses publicitaires de l'Etat en direction de la presse.

Les mesures structurelles concernent le développement de l'activité numérique avec la création du statut d'éditeur de presse en ligne et la définition d'un nouveau cadre juridique pour les droits d'auteur plurimédia.

Priorité a également été donnée à la distribution avec la confirmation d'un plan massif de développement du portage : 70 millions sont consacrés à l'aide directe aux exemplaires portés, et des exonérations importantes de charges patronales sont mises en place pour le réseau de porteurs.

Dans ce volet touchant à la vente de la presse, les diffuseurs de presse bénéficient d'importantes mesures de modernisation du réseau et d'une aide transitoire destinée à réévaluer un niveau de rémunération jugé trop faible.

La ministre de la Culture et de la Communication confirme sa détermination à concrétiser la totalité du programme annoncé à la clôture des Etats généraux avant la fin de l'année. La prochaine étape consistera à faire le point des réformes engagées par la profession sur l'ensemble du système de distribution. Christine Albanel a annoncé qu'elle réunirait les principaux acteurs de cette réforme à la mi-juillet.



Contacts presse

Département de l'information et de
la communication
01 40 15 80 11
service-de-presse@culture.gouv.fr

www.culture.gouv.fr

Paris, le 17 juin 2009

ENJEUX ET PRINCIPALES MESURES ISSUES DES EGPE

Le diagnostic établi par les Etats généraux de la presse écrite sur les origines de la crise économique de la presse porte sur :

- > un **système de distribution inadapté** aux exigences du marché : flexibilité, libéralité de commerce, ...
- > un système qui **dévalorise le métier de vendeur**, et dont la rémunération favorise plus la chaîne logistique que le vendeur lui-même,
- > des **coûts d'impression supérieurs de 30 à 40%** à la moyenne européenne, et enfin une presse qui répond mal aux attentes de ses lecteurs.

La crise conjoncturelle aggrave les handicaps structurels : nombreux titres de presse fragilisés par la baisse des recettes publicitaires.

Pour répondre aux enjeux structurels et conjoncturels, le **Président de la République a présenté un plan ambitieux, exhaustif et concret**. Il s'agit d'un **plan sur trois ans** destiné à répondre en profondeur au diagnostic des Etats généraux de la presse écrite.

Il reprend pour l'essentiel les recommandations issues du Livre vert rédigé par les 150 participants aux Etats généraux autour d'une part de **mesures d'urgence** destinées à répondre à la crise survenue fin 2008 et d'autre part autour de **mesures structurelles** destinées à surmonter les handicaps français en matière de distribution ou d'impression, inventer un nouveau cadre au développement numérique de la presse, réaffirmer les valeurs et les métiers du journalisme, et conquérir de nouveaux publics.

DEUX RÉPONSES URGENTES FACE À LA CRISE

1. Neutralisation des augmentations tarifaires postales prévues en 2009. De facto en application depuis le mois de février.

2. Réorientation des dépenses publicitaires institutionnelles de l'Etat en faveur de la presse. Le SIG a informé par circulaire tous ses interlocuteurs dès février.

En complément de ces mesures voulues par les Etats généraux et le Président de la République, et pour répondre à la détresse économique des titres les plus faibles, sur le modèle de l'aide d'urgence décrétée en 1993, j'envisage de **doubler les crédits** inscrits au Fonds d'aide aux Quotidiens à Faible Ressource Publicitaire (QFRP) **qui passeraient de 7 à 14 millions d'euros**.

HUIT CHANTIERS STRUCTURELS

1. **Accompagner le virage stratégique du numérique** : création d'un statut innovant d'éditeur de presse en ligne + refonte et réévaluation du Fonds Service en Ligne à hauteur de 20 millions euros + mesures fiscales favorisant l'investissement (extension du champ des provisions pour investissement : 39 bis A du CGI) + le règlement de la question des droits d'auteur. Adoptés dans le cadre de la Loi Création et Internet.

2. **Moderniser la vente au numéro** : revalorisation de la rémunération des diffuseurs de journaux qui passera par une réforme de la chaîne logistique. Dans l'attente de ces réformes de fond, plus de 15 000 diffuseurs de presse qualifiés bénéficieront d'une aide directe correspondant à un allègement de 30% de leurs cotisations sociales. Les premiers paiements sont prévus au 4^{ème} trimestre 2009.

3. **Soutenir massivement le portage** avec une subvention de près de 70 millions sur l'aide aux exemplaires portés de la Presse Quotidienne + des exonérations de charges sociales patronales appliqués aux porteurs.

4. **Négocier un « nouveau contrat social »** et permettre d'abaisser les coûts d'impression français d'approximativement 30 à 40% en les ramenant au niveau des standards européens.

5. Défendre les valeurs et les métiers du journalisme. La formation des journalistes doit s'adapter aux nouvelles pratiques journalistiques. La commission paritaire nationale pour l'emploi de la presse, conjointement avec l'OPCA de la presse (Mediafor), et la Délégation générale à l'emploi et à la formation professionnelle, travaille à la conclusion d'un accord de développement de l'emploi et des compétences (EDEC). Parallèlement, une mission interministérielle a été confiée à Denis Jeambar et René Silvestre. Ils ont en charge l'organisation d'une conférence nationale sur les métiers du journalisme. Enfin **la restauration du lien de confiance avec les lecteurs** est une exigence pour toute la presse. Un comité des sages qui vient de se constituer est chargé de se consacrer dès le mois de juin à la rédaction d'un code déontologique. Il s'agit maintenant de formaliser les règles éthiques et déontologiques autour d'une norme lisible et visible applicable à l'ensemble de la profession.

6. Renforcer les fonds propres des entreprises de presse, notamment par l'élargissement des règles appliquées au mécénat qui répond aussi aux besoins urgents de financement des titres les plus fragiles.

7. Innover, reconquérir le lectorat au travers de mesures d'encouragement à la lecture pour les jeunes (abonnements aux jeunes de **18 ans**, en complément des mesures coordonnées par l'Education Nationale auprès des plus jeunes). L'abonnement 18 ans sera disponible à la rentrée 2009. La reconquête des publics passe aussi par une réflexion de fond sur les nouveaux modèles économiques, stratégiques et les pratiques plurimedia à l'heure de l'explosion numérique. Un comité de préfiguration d'une plate-forme nationale associant plusieurs modules opérationnels dont un laboratoire des nouveaux médias et un observatoire des lecteurs.

8. Repenser la gouvernance des aides publiques autour d'une réflexion prospective. L'Etat et la profession doivent s'interroger sur leur efficacité, leur pertinence, et leurs objectifs. Cette réflexion porte sur la manière dont l'aide publique est déclinée, la manière dont elle est attribuée, et donc sur la cohérence et la bonne gestion de l'ensemble du dispositif. Elle est rendue d'autant plus nécessaire par la création des nouveaux dispositifs et l'ouverture de nouveaux fonds publics issus des Etats généraux de la presse écrite.

BUDGET

Le plan annoncé par le Président de la République correspond à une enveloppe budgétaire globale d'un peu moins de 200 millions d'euros par an, reconductible sur trois ans, soit 600 millions de 2009 à 2011.

150 millions d'euros de crédits ont été inscrits au collectif de printemps pour les besoins 2009. Cette ouverture de crédits s'ajoutent aux 277 millions d'euros déjà inscrits sur la mission Presse par la Loi de Finance 2009.

Les nouveaux crédits ne comprennent pas les mesures à mettre en oeuvre dans le cadre des négociations qui se tiennent actuellement sur les termes d'un nouveau contrat social pour les imprimeries de presse.

Ces sommes ne peuvent pas encore être évaluées. Elles feront l'objet d'une inscription en crédit d'avance ou à l'occasion d'un autre collectif qui interviendrait avant la fin de l'année dès lors que les négociations seront achevées.

DÉTAIL DES OUVERTURES DE CRÉDITS EGPE POUR 2009

Mission Médias CP en M€	Ouvertures	
	LFI 2009	PLFR 2009
Programme 180 - Presse	AE et CP	
Abonnements de l'Etat à l'AFP	111 382 348	
Aides à la presse		
Aides à la diffusion		
Aide au transport postal de la presse	83 000 000	25 400 000
Réduction du tarif SNCF	5 600 000	
Aide à l'impression décentralisée		
Aide à la distribution et à la promotion de la presse française à l'étranger	1 950 000	
Aide au portage de la presse	8 250 000	61 750 000
Aides au pluralisme		
Aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires	7 055 000	
Aide aux quotidiens régionaux, départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces	1 300 000	
Aide à la presse hebdomadaire régionale	1 320 000	
Aides à la modernisation		
Aide à la modernisation sociale de la presse quotidienne d'IPG	24 703 989	
Aide à la modernisation de la distribution de la PQN	11 000 000	
Aide à la modernisation de la diffusion	1 730 014	3 300 000
informatisation du réseau		8 000 000
Aide au développement des services en ligne des entreprises de presse	500 000	19 700 000
Aide à la modernisation de la presse quotidienne et assimilée d'IPG	20 000 000	
Abonnement jeunes à un quotidien		5 000 000
Aide exceptionnelle aux diffuseurs		27 600 000
Total	277 691 351	150 750 000

CALENDRIER DES MESURES MISES EN ŒUVRE DEPUIS JANVIER FEUILLE DE ROUTE 2009

PRÈS DE LA MOITIÉ DES MESURES ONT ÉTÉ MISES EN ŒUVRE EN CINQ MOIS

Une trentaine des mesures annoncées à l'issue des Etats généraux de la presse française impliquent l'Etat. Elles concernent plusieurs ministères et sont placées sous la coordination de la Direction du Développement des Médias, et du ministère de la Culture et de la Communication en liaison avec les services de l'Elysée. Elles concernent notamment des aspects budgétaires, l'ajustement de la réglementation liée aux aides à la presse, des réformes législatives, fiscales ou sociales. Beaucoup de ces mesures sont déjà en place.

Comme annoncé par le Président de la République lors de son discours de clôture des Etats généraux le 23 janvier, des moyens financiers supplémentaires ont été affectés aux mesures de soutien et de développement de la presse. La Loi de finances rectificative n° 2009-431 du 20 avril 2009 a confirmé près de 151 millions d'euros de crédits supplémentaires ouverts pour 2009 au titre du budget général.

Dès la fin janvier, les services de l'Etat ont commencé à mettre en œuvre les mesures qui dépendaient de leur action. Parmi les actions les plus attendues des éditeurs, le report de la mise en oeuvre de l'accord Schwartz de l'été 2008 sur l'augmentation des tarifs postaux. L'augmentation prévue est neutralisée pour l'année 2009 est reportée sur la période 2010-2016.

Parmi les autres mesures annoncées par Nicolas Sarkozy qui ont pris effet très rapidement : le doublement des dépenses de communication institutionnelle de l'Etat dans la presse, le vote d'un nouveau cadre juridique des droits d'auteur des journalistes, la création d'un statut d'éditeur de presse en ligne, les mesures de soutien massif au portage à domicile, ou encore l'extension du dispositif en faveur du mécénat de presse.

MESURES MISES EN ŒUVRE DE JANVIER À JUIN 2009

FEVRIER - MARS

- > Moratoire Presse-Poste
- > Doublement des dépenses publicitaires de l'Etat en faveur de la presse

Les mesures d'urgence annoncées fin janvier ont fait l'objet d'une mise en œuvre particulièrement rapide, et tout d'abord la neutralisation des accords Presse-Poste. Le Service d'Information du Gouvernement (SIG) confirme le doublement des investissements publicitaires de l'Etat dans la presse.

AVRIL

- > Extension du Mécénat
- > Exonération charges sociales des porteurs
- > Projet de loi de finance rectificative : 150 millions d'euros

Les deux mesures phares du mois d'avril ont été l'exonération partielle des charges patronales pour les porteurs au niveau du SMIC et la modification du rescrit fiscal (publié le 11 avril 2009) favorisant les actions de mécénat en direction de la presse papier et de la presse en ligne. Les dons effectués au profit d'une association ayant pour objet la réalisation d'actions concrètes en faveur du pluralisme de la presse, notamment par la prise de participations minoritaires dans des entreprises exploitant soit un journal quotidien, soit une publication de périodicité (au maximum mensuelle) consacrée pour une large part à l'information politique et générale au sens de l'article 39 bis A du code général des impôts, sont éligibles aux réductions d'impôt prévues aux articles 200 et 238 bis du code général des impôts.

Le 20 avril 2009, la loi de finances rectificative confirmait par ailleurs l'inscription de 150 millions d'euros destinées à financer les mesures issues des États généraux de la presse écrite.

MAI

- > Aide directe au portage
- > Droit d'auteur
- > Statut d'éditeur de presse en ligne
- > Exonération de Taxe professionnelle pour les éditeurs de presse en ligne
- > Extension de la mesure sur les provisions pour investissement aux éditeurs de presse en ligne (39 bis A du CGI)

Le mois de mai a été particulièrement dense avec l'adoption de cinq mesures. La plus significative financièrement est celle concernant l'aide au portage des journaux qui passe de 8,25 millions d'euros à 70 millions. Le nouveau dispositif a fait l'objet du décret n° 2009-535 du 13 mai 2009.

Les autres décisions importantes concernent le développement de la presse en ligne. Il s'agit de l'adaptation du régime des droits d'auteur (article 20 de la loi « Création et Internet » votée le 13 mai et publiée le 12 juin), de la création très attendue d'un nouveau statut d'éditeur de presse en ligne (article 27 de la loi « Création et Internet »), et des mesures fiscale qui l'accompagnent, comme l'exonération de taxe professionnelle ou l'extension du champ d'application de l'article 39bis A du CGI sur le régime des provisions pour investissement.

JUIN

- > Modernisation des diffuseurs de presse
- > Aide transitoire aux diffuseurs correspondant à une exonération de 30% de leurs cotisations sociales
- > Rapport sur les blocages administratifs et réglementaires à l'extension du réseau de points de vente
- > Rapport de l'Autorité de la Concurrence sur la modernisation du CSMP
- > Signature de l'EDEC (Engagement de Développement de l'Emploi et des Compétences)

FEUILLE DE ROUTE JUILLET-DÉCEMBRE 2009

JUILLET-AOÛT

- > Finalisation des décrets d'application éditeurs de presse en ligne
- > Réforme de la distribution
- > Annonce des mesures d'accompagnement suite aux négociations sur le nouveau contrat social de l'impression en PQN

SEPTEMBRE - OCTOBRE

- > Lancement de l'opération « abonnement 18 ans »
- > Installation du Fonds Service en Ligne
- > Lancement du projet « MEDIAS21 »
- > Première commission d'orientation du nouveau Fonds d'aide aux Services en Ligne (SEL)

NOVEMBRE-DECEMBRE

- > Conférence nationale sur les métiers du journalisme
- > Rapport sur la gouvernance des aides à la presse

DEUX MESURES D'URGENCE MISES EN PLACE DÈS FÉVRIER

LE MORATOIRE PRESSE-POSTE

L'ACCORD DU 23 JUILLET 2008

L'accord de juillet 2008 définit le futur cadre des relations entre la presse et La Poste pour le transport et la distribution de la presse jusqu'en 2015.

- > L'accord confirme la mission de service public du transport et la distribution de la presse confiée à La Poste
- > L'Etat pérennise son engagement financier pour une durée historiquement longue de sept ans et garantit le pluralisme de la presse et sa diffusion postale sur l'ensemble du territoire.
- > Des tarifs différenciés favorables la presse d'information politique et générale, qui contribue à la vitalité du débat démocratique de notre pays.
- > L'Etat contribue à hauteur de 242 millions euros par an pour les trois prochaines années (2009-2011) avec pour objectif de résorber le déficit résiduel de La Poste d'ici 2015.

LE MORATOIRE EST UNE MESURE D'URGENCE EXCEPTIONNELLE

Le Président a souhaité que la mise en œuvre de l'accord Presse-Poste soit reportée d'un an. Il a confirmé la compensation intégrale du manque à gagner pour La Poste par l'Etat (25,4 millions d'euros). Cette disposition exceptionnelle en réponse à la situation d'urgence de la presse écrite, ne remet pas en cause l'accord signé le 23 juillet entre l'Etat, les éditeurs et la Poste, mais décale simplement sa mise en application d'une année, sur la période 2010-2016.

En conséquence, les tarifs 2009 prévus par l'accord sont appliqués mais les effets des hausses tarifaires (revalorisation et inflation) qui en résultent sont neutralisés pour tous les éditeurs sur la facture, via l'application d'une remise.

Le report implique une neutralisation totale des hausses tarifaires : Les tarifs appliqués par La Poste en 2009 sont donc les mêmes ceux de 2008.

Une ouverture de crédits de 25,4 millions d'euros a été inscrite dans la loi de finances rectificative du 4 mars 2009 afin de financer la compensation du manque à gagner pour La Poste.

LA MISE EN ŒUVRE EFFECTIVE DU MORATOIRE EN 2009

La Poste a informé, dès le 4 mars, les éditeurs sur le site dédié à la presse (www.presse-poste.com) des modalités de mise en œuvre du moratoire en 2009 :

Pour chaque type de presse, le taux de remise est calculé de manière à annuler complètement la hausse des tarifs :

- > Pour la Presse CPPAP hors Presse d'Information Politique et Générale : neutralisation complète de la hausse tarifaire de 6,37% prévue pour 2009 (revalorisation de 3% composée avec l'inflation de 3,27%) par application d'une remise de 5,99% ;
- > Pour la Presse d'Information Politique et Générale (PIPG) : neutralisation complète de la hausse tarifaire de 5,34% prévue pour 2009 (revalorisation de 2% composée avec l'inflation de 3,27%) par application d'une remise de 5,07% ;

> Pour les Quotidiens à Faibles Ressources publicitaires (QFRP) : neutralisation complète de la hausse tarifaire de 4,82% prévue pour 2009 (revalorisation de 1,5% composée avec l'inflation de 3,27%) par application d'une remise de 4,60 %

LA MISE EN ŒUVRE DES DISPOSITIONS TARIFAIRES FAIT L'OBJET D'UN DÉCALAGE D'UN AN.

L'accord n'a pas été remis en cause par le moratoire, sa composante tarifaire a simplement été mise entre parenthèses s'agissant de 2009 compte tenu de la crise très grave que traversent les entreprises de presse actuellement.

Toutes les autres composantes du protocole d'accord du 23 juillet 2008 s'appliquent (notamment l'optimisation de la productivité de La Poste, le déploiement du programme Cap Qualité Courrier pour améliorer la distribution des journaux aux abonnés sur liste etc.).

La commission de suivi des accords presse-Poste est précisément le lieu au sein duquel devra être examinée régulièrement l'évolution de la situation, afin de permettre d'atteindre les objectifs prévus en matière tarifaires au terme de ces accords, de la manière la plus adaptée. L'Etat continuera d'accompagner les éditeurs et La Poste dans cette voie.

L'APPLICATION DU MORATOIRE POUR LES ANNÉES 2010 ET SUIVANTES

La compensation du manque à gagner pour La Poste du report d'un an de la mise en œuvre des accords Etat – Presse -La Poste a été évaluée en 2010 à 28 millions d'euros. L'arbitrage rendu par le Premier ministre le 18 mai a confirmé ce montant.

L'évaluation de la compensation liée au moratoire pour les années qui suivent devrait faire l'objet d'un réexamen annuel en étroite concertation avec l'ensemble des acteurs concernés.

LE REDÉPLOIEMENT DES DÉPENSES PUBLICITAIRES DE L'ÉTAT EN FAVEUR DE LA PRESSE

Comme cela peut être pratiqué dans certains pays européens, les Etats généraux ont proposé que la répartition des dépenses publicitaires de l'Etat puisse correspondre à celle effectivement constatée sur l'ensemble du marché. Le Président de la République a donc annoncé le 23 janvier le doublement des dépenses publicitaires de l'Etat en faveur de la presse en annonçant que « l'Etat et l'ensemble des organismes publics placés sous sa responsabilité réorienteraient dès cette année, en les doublant, leurs dépenses de communication institutionnelle vers la presse écrite, mesure qui concernera la presse nationale, régionale et locale mais aussi la presse numérique ».

En 2008, sans attendre ces recommandations des Etats généraux et du Président de la République, le Service d'Information du Gouvernement (SIG) avait déjà augmenté de 26% ses investissements pour la presse.

La mesure souhaitée par le Président consiste en un redéploiement des dépenses du SIG vers la presse. Elle ne remet pas en cause l'indépendance de la presse. L'Etat et les organismes publics associés se comportent ici comme des annonceurs. L'objectif final de leurs campagnes publicitaires est de toucher le public le plus large. Ainsi, ils choisiront toujours le support le plus adéquat pour atteindre ce but, en préférant la presse chaque fois que c'est possible.

Une circulaire a été diffusée en février auprès des ministères et des directions de la communication des établissements qui confient leur achat d'espace au groupement d'achat géré par le SIG, rappelant les objectifs clairs de doublement de l'investissement publicitaire public qui passera de 18 à 36 millions euros en 2009.

En 2008, 18 millions d'euros net ont été investis dans la presse. Sur cette base, les investissements passeraient ainsi à 36 millions/an sur les trois prochaines années.

Le bilan effectué sur les cinq premiers mois de l'année confirme l'engagement de l'Etat. Au 30 mai, les montants sont massivement investis en presse portant leur part à 39% contre 18% en 2008.

Plusieurs campagnes d'envergures sont prévues au 2^d semestre (relance, croissance verte, traitement des déchets, sécurité routière, toxicomanie, nutrition, lutte contre le cancer, recrutement défense et administration pénitentiaire).

Un suivi régulier des investissements publicitaires gérés par le SIG permet de veiller à la mise en œuvre de cette mesure qui doit par ailleurs tenir compte de l'évolution globale du budget publicitaire de l'Etat.

PORTAGE

AMÉLIORER LE SERVICE AUX LECTEURS

Le portage constitue un **effet de levier commercial stratégique pour la presse quotidienne** : livraison matinale garantie pour des titres de presse à la durée de vie limitée, aussi bien que pour la presse hebdomadaire d'information qui lui permet d'assurer un service de qualité compétitif

Pourtant, **seulement 14% de l'ensemble de la presse quotidienne nationale se fait par portage**, contre 40% pour la presse régionale. En presse magazine, le portage ne représente qu'à peine 10% de la diffusion.

Il existe une marge d'évolution importante pour le portage qui justifie une aide conséquente.

Le 23 janvier 2009, le Président de la République a déclaré qu'il fallait engager un plan massif de développement du portage.

Le dispositif élaboré pour développer le portage comporte **deux volets** :

> une mesure d'**exonération totale des charges sociales patronales**. Cette mesure vise à réduire le coût du portage, à en structurer le marché et à fidéliser les porteurs.

> un dispositif incitatif inscrit dans la durée (trois ans) d'**aide directe à l'exemplaire porté** avec une dotation passant de 8 à 70 millions d'euros

EXONÉRATION DE CHARGES SOCIALES POUR LES PORTEURS AU NIVEAU DU SMIC

Cette mesure vise à réduire le coût du portage, à en structurer le marché, et à fidéliser les porteurs.

Elle consiste à supprimer les charges sociales patronales pour tous les porteurs au niveau du SMIC, à l'exception de la contribution accident du travail - maladies professionnelles.

L'article 6 de la loi de finances rectificative du 20 avril 2009 (publiée au JO du 22 avril 2009) modifie ainsi la loi n° 91-1 du 3 janvier 1991 tendant au développement de l'emploi par la formation dans les entreprises, l'aide à l'insertion sociale et professionnelle et l'aménagement du temps de travail, pour l'application du troisième plan pour l'emploi.

Il met en place cette exonération dans les termes suivants :

« Les cotisations de sécurité sociale à la charge de l'employeur, du mandant ou de l'éditeur au titre des assurances sociales et des allocations familiales, hors cotisations au titre des accidents du travail et des maladies professionnelles, qui sont dues pour les rémunérations versées au cours d'un mois civil aux vendeurs-colporteurs de presse et aux porteurs de presse mentionnés aux I et II de l'article 22 et pour les activités mentionnées à cet article, font l'objet d'une exonération.

Le montant de cette exonération est calculé chaque mois civil, pour chaque porteur de presse ou vendeur-colporteur de presse. Il ne peut excéder le montant des cotisations patronales dues au titre des assurances sociales et des allocations familiales pour une rémunération égale au salaire minimum de croissance calculé pour un mois. »

AIDE DIRECTE À L'EXEMPLAIRE PORTÉ

Le fonds d'aide au portage, doté en 2008 de 8 millions d'euros, bénéficiera à compter de 2009, conformément aux conclusions des Etats généraux de la presse écrite, d'une dotation de 70 millions d'euros.

Le nouveau dispositif a été publié le 14 mai après une large concertation avec les professionnels (décret 2009-535 du 13 mai 2009).

Les principes suivants ont été retenus :

- > Une aide sur trois ans. Sur cette période, l'essentiel du basculement du postage vers le portage aura été réalisé.
- > La distinction aide au flux – aide au stock est maintenue. L'aide au flux est nécessaire car c'est celle qui incite à augmenter le nombre d'exemplaires portés. L'aide au stock permet de maintenir une aide minimale au fonctionnement, une fois le portage amorcé.
- > Les taux unitaires de subvention seront définis et connus à l'avance contrairement au dispositif précédent.
- > une aide au stock particulièrement incitative sera mise en place pour les quotidiens à faible ressource publicitaire (QFRP et QRFPA) afin d'encourager le portage des titres les plus fragiles qui ne recourent que très peu à ce mode de diffusion.

MISE EN ŒUVRE DU DISPOSITIF

Le dispositif cible la Presse Quotidienne, y compris la presse sportive et la presse hebdomadaire d'information politique et générale, soit près de 400 publications inscrites à la CPPAP.

Le nouveau décret (décret n° 2009-535 du 13 mai 2009 modifiant le décret n° 98-1009 du 6 novembre 1998) maintient la distinction entre aide au flux et aide au stock.

L'aide au flux, essentielle pour encourager l'augmentation du nombre d'exemplaires portés, va constituer la première part de l'aide. L'aide au stock, consistant en une aide au fonctionnement une fois le portage amorcé, compose désormais la deuxième part de l'aide.

> En raison du caractère temporaire de cette aide, au titre de la première part (aide au flux), un même et nouvel exemplaire porté constaté en 2009 sera aidé pendant trois ans selon un taux unitaire de subvention constant fixé chaque année par arrêté. Chaque exemplaire porté supplémentaire constaté en 2010 sera aidé pendant deux ans et celui constaté en 2011 sera aidé une seule année.

> Au titre de la deuxième part (aide au stock), tous les exemplaires portés l'année précédant son attribution bénéficieront d'une aide dont le taux unitaire de subvention sera fixé par arrêté. Cette part de l'aide a vocation à être dégressive.

Un dispositif d'écrêtement est prévu afin que, en toute hypothèse, le montant total de la subvention par exemplaire demeure en deçà du prix de revient réel de celui-ci.

Afin d'encourager le portage des titres les plus fragiles qui n'ont que peu recours aujourd'hui à ce mode de distribution, les titres éligibles au fonds d'aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires (QFRP) et au fonds d'aide aux quotidiens régionaux, départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces (QFRP-A) bénéficient d'un taux aménagé au titre de l'aide au stock.

Ainsi, ces titres (QFRP et QFRPA) bénéficient d'un taux constant préférentiel de 0,17 euro par exemplaire porté conformément à l'article 3 bis du décret précité et ce taux spécifique et constant est fixé par l'arrêté du 13 mai 2009.

Enfin, le dispositif d'aide au portage est étendu à tous les journaux d'information politique et générale, c'est-à-dire « ciblés » par la commission paritaire des publications et agences de presse (CPPAP), ainsi qu'aux journaux sportifs généralistes.

Ces extensions vont permettre de développer le portage multi-titres et vont donc favoriser la croissance de ce mode de distribution.

Pour toutes ces familles de presse, l'objectif est de porter entre 200 et 300 millions d'exemplaires supplémentaires d'ici 3 ans, soit une augmentation de 33%.

MODERNISATION DE LA VENTE AU NUMÉRO

La France est confrontée à deux handicaps :

1. Rémunération des marchands de journaux est une des plus faibles d'Europe. Leur commission est comprise entre 15 et 18% du prix de vente. Contre 18 à 20% en Allemagne, 21 à 26% au Royaume-Uni, et 20 à 25% en Espagne.
2. Déficit de points de vente (30 000 marchands de journaux, auxquels s'ajoutent les 20 000 points de vente supplétifs de la presse quotidienne régionale) : En moyenne 2 000 habitants par point de vente, contre un peu plus de 1 000 au Royaume Uni, et 700 en Allemagne.

En conséquence, les EGPE ont fixé trois objectifs prioritaires :

- > Maintenir et accroître le nombre de points de vente,
- > Améliorer l'attractivité et revaloriser le métier de diffuseur de presse
- > Redistribuer les coûts de la chaîne logistique (entre les messageries et les marchands de journaux) en faveur de la vente.

Pour dynamiser le réseau, les Etats généraux ont recommandé de donner au diffuseur la capacité d'intervenir dans le choix des titres et les quantités mises à disposition avec pour objectif :

- > D'accroître la visibilité des titres (modification des règles d'assortiment des titres)
- > De réduire les coûts logistiques (plafonnement des quantités livrées et des invendus)

Ils ont aussi recommandé de donner la possibilité aux éditeurs de s'organiser par eux-mêmes pour livrer certains points de vente, la possibilité pour la PQR de mettre à disposition son réseau à disposition de la PQN.

Enfin, le Président de la République a souhaité qu'Arnaud de Puyfontaine puisse mobiliser la profession autour de ces objectifs, sans remettre en cause, dans un premier temps, la Loi Bichet. Le bilan sera fait à l'été 2009.

Ne pas remettre immédiatement en cause la loi Bichet est une décision pragmatique destinée à ne pas déstabiliser encore plus un secteur déjà fragilisé par les difficultés conjoncturelles.

Dès le mois de mars, la profession a validé plusieurs initiatives destinées à accélérer la mise en œuvre des recommandations des Etats généraux concernant les conditions d'approvisionnement des points de vente et le développement du réseau de distribution.

Elles intensifient les mesures prévues par le plan stratégique Défi 2010 des NMPP.

Il s'agit maintenant de monter en puissance autour d'un calendrier de mise en œuvre et de suivi des résultats déjà négocié entre les messageries de presse (MLP, NMPP, TP) :

- > Déploiement du plafonnement des quantités engagé en mars, finalisé en avril 2009.
- > Déploiement de la gestion de l'assortiment prévu en septembre.

Enfin, le Conseil Supérieur des Messageries de Presse a annoncé en avril la mise en place d'un groupe de travail chargé d'une réflexion sur les missions et le réseau des dépositaires de presse (niveau 2). La mobilisation du CSMP depuis la clôture des Etats généraux est remarquable et doit pouvoir être maintenue en dehors du contexte particulier lié à la fois à la crise, à la tenue des Etats généraux de la presse écrite, et aussi aux engagements des pouvoirs publics pris à l'issue des Etats généraux.

La mobilisation de la profession marque les premiers pas positifs vers la réalisation des objectifs posés à l'issue des Etats généraux de la presse écrite.

REVALORISER DE MANIÈRE TRANSITOIRE LA RÉMUNÉRATION DES VENDEURS DE PRESSE

La réforme de la chaîne de distribution au profit des diffuseurs sera longue et complexe. Dans une phase transitoire, un accompagnement limité dans le temps est prévu sous forme d'une aide directe équivalent à une exonération partielle de charges pour près de 14 000 diffuseurs qualifiés.

Le 23 janvier 2009, à la suite de la remise du Livre vert des Etats généraux de la presse écrite, le Président de la République a en effet annoncé que « les diffuseurs de presse exerçant à titre individuel et dont la vente de presse est l'activité principale, bénéficieront d'une mesure de soutien correspondant à une exonération de 30% de leurs cotisations sociales personnelles, soit en moyenne 4 000 euros par exploitant ».

Il a en outre précisé qu'« il s'agit d'une mesure temporaire dans l'attente d'une meilleure répartition de la valeur dans la chaîne de distribution ».

CRÉATION DU DISPOSITIF

Un décret instituera dans les prochaines semaines une aide exceptionnelle au bénéfice des diffuseurs de presse spécialistes et affiliés au Régime Social des Indépendants (RSI).

L'aide prendra la forme d'un versement unique et forfaitaire de 4 000 euros par diffuseur.

Seront considérés comme diffuseurs de presse spécialistes : les exploitants de kiosque à journaux ; les diffuseurs de presse spécialistes en petite superficie et les diffuseurs qualifiés ou qualifiables au titre du 1er plan de qualification ouvrant droit à majoration de rémunération, prévu par accord professionnel.

Les bénéficiaires potentiels de la mesure sont évalués à environ 14 000 diffuseurs.

Une première dotation budgétaire d'un montant de 27,6 millions d'euros a été prévue par la loi de finances rectificative pour 2009. Elle sera complétée à hauteur de 31 millions d'euros par la voie d'un décret d'avances en 2009.

ÉTAT D'AVANCEMENT DE LA MISE EN ŒUVRE DU DISPOSITIF

Le projet de décret a été conçu après consultation de la profession, notamment de l'AAP (Administration d'Affichage et de Publicité), qui gère près de 700 kiosques, et de l'UNDP (Union Nationale des Diffuseurs de Presse), qui compte 16 000 adhérents.

Le texte est actuellement en cours de validation par les administrations concernées (Direction de la Sécurité sociale, Direction de la Législation fiscale, Direction du Budget).

La gestion de l'aide sera assurée par un organisme public ou privé sélectionné selon les modalités prévues au code des marchés publics.

RENFORCER LA MODERNISATION DES POINTS DE VENTE

Pour soutenir la modernisation du réseau de vente de la presse écrite, l'État a créé un dispositif d'aide à la modernisation des diffuseurs de presse. Instituée par l'article 134 de la loi de finances rectificative pour 2004, l'aide à la modernisation est une subvention directe, accordée sous certaines conditions aux diffuseurs qui souhaitent rénover leur espace de vente ou optimiser leur gestion des produits de presse.

Deux types de projets de modernisation distincts sont jusqu'à maintenant éligibles au bénéfice de l'aide:

- > les projets de modernisation de l'espace de vente (mobilier et équipements directement liés à la présentation de la presse) ;
- > les projets de modernisation informatique (matériels et logiciels adaptés à la gestion des produits de presse).

RÉFORME DU DISPOSITIF

Le 23 janvier 2009, à la suite de la remise du Livre vert des Etats généraux de la presse écrite, le Président de la République a annoncé que « l'aide à la modernisation des points de vente sera renforcée et délivrée plus rapidement ».

Les modalités de calcul et d'attribution de l'aide à la modernisation des diffuseurs de presse ont ainsi été modifiées :

- > le bénéfice de l'aide est étendu aux exploitants de kiosque à journaux et aux diffuseurs spécialistes en petite superficie ;
- > la subvention représente désormais 40 % du montant total hors taxe des dépenses prises en compte ;
- > le plafond est fixé respectivement à 5 600 euros pour les projets de modernisation de l'espace de vente et à 4 500 euros pour les projets de modernisation informatique au lieu de 3 200 euros ;
- > Contrairement à ce qui était en vigueur avant la réforme, un diffuseur de presse ayant déjà bénéficié d'une subvention pour un projet de modernisation informatique peut désormais bénéficier pour le même motif d'une nouvelle aide sous certaines conditions.

Ce dispositif a été conçu après consultation de la profession et notamment de l'Union Nationale des Diffuseurs de Presse (UNDP), organisation professionnelle comptant 16 000 adhérents.

DOTATION BUDGÉTAIRE

En cohérence avec cette réforme, la dotation budgétaire relative à l'aide à la modernisation des diffuseurs est majorée de 11,3 millions d'euros par la loi de finances rectificative pour 2009. Elle s'élève désormais à 13 millions d'euros.

ÉTAT D'AVANCEMENT DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA RÉFORME

Les nouvelles modalités d'attribution sont entrées en vigueur.

Les procédures d'instruction des dossiers ont été entièrement réexaminées en vue de leur optimisation.

Des objectifs de réduction des délais ont été donnés à l'organisme gestionnaire des dossiers de modernisation.

MAINTENIR ET AUGMENTER LE NOMBRE DE POINTS DE VENTE

A la suite de la remise du Livre Vert des Etats généraux de la presse écrite, le Président de la République annonçait, le 23 janvier 2009, un ensemble de mesures propres à permettre à la presse de « reprendre en mains son destin et accélérer sa modernisation ».

L'amélioration de la distribution des journaux figure parmi les chantiers prioritaires à conduire. Plusieurs décisions ont d'ores et déjà été mises en œuvre à cet effet. D'autres doivent faire l'objet de réflexions complémentaires, auxquelles l'Etat participe en tant que de besoin, et de propositions de la part de la profession.

Le Président de la République a souhaité qu'Arnaud de Puyfontaine s'assure de la complète mobilisation de la profession en faveur des mesures préconisées durant les Etats généraux, à droit constant, c'est-à-dire en respectant le cadre de la loi Bichet .

La profession a notamment souligné combien la création de points de vente, comme les kiosques à journaux dans les centres-villes, se heurtait à des obstacles techniques ou administratifs. Des représentants des collectivités locales, et notamment l'Association des Maires de France, ont fait connaître leur inquiétude devant des fermetures de commerce de presse écrite, et suggéré des solutions de nature à soutenir la création de kiosques à journaux implantés sur la voirie communale.

C'est pourquoi, parallèlement à la mission d'Arnaud de Puyfontaine, dont les conclusions seront rendues dans les premiers jours de juillet, le ministère de la Culture et de la Communication a confié à l'Inspection Générale des Affaires Culturelles une mission d'expertise et d'évaluation des blocages administratifs et réglementaires à la création de nouveaux points de vente, notamment les kiosques, proposer les moyens de les lever, et évaluer les solutions préconisées par les parties intéressées.

Michel Balluteau de l'IGAC rendra ses conclusions le 30 juin.

RÉFORMER LE CONSEIL SUPÉRIEUR DES MESSAGERIES DE PRESSE (CSMP)

Le Président de la République a confié à M. Bruno Lasserre, Président de l'Autorité de la concurrence, une étude sur le conseil supérieur des messageries de presse, lui demandant notamment de lui proposer la création d'une nouvelle instance, qui devra jouir d'une réelle indépendance¹.

Le rapport final de Bruno Lasserre sera remis au Gouvernement avant la fin du mois de juin. Dans ses grandes lignes, il préconise la création d'une nouvelle autorité administrative indépendante, intitulée « conseil supérieur de la distribution de la presse ». Son champ d'intervention serait élargi à l'ensemble de la distribution de la presse et non plus seulement aux aspects messageries de presse.

Il lui appartiendrait d'assurer un rôle de régulateur économique à travers quatre missions principales :

- > conciliation du pluralisme et de l'efficacité
- > structuration et fonctionnement du réseau (par exemple : élaboration d'un cahier des charges du métier de dépositaire ou élaboration d'un cahier des charges fixant le tronc commun du système d'information (messageries / dépositaires / diffuseurs)
- > contrôle des rémunérations
- > médiation, règlements des différends.

Le nouveau conseil devra définir les normes techniques applicables, par exemple : élaboration du cahier des charges du métier de dépositaire ou du cahier des charges fixant le tronc commun du système d'information.

A cet effet, il pourrait être aidé dans la prise de décision par les avis rendus par des commissions statutaires, placées à ses côtés et constituées de professionnels.

A partir des premières orientations de ce rapport, mes services élaborent des hypothèses de composition et de modalités de fonctionnement à la fois du Conseil Supérieur et des éventuelles commissions statutaires à mettre en place.

Ces propositions seront ensuite soumises à concertation.

¹ Discours du 23 janvier 2009 de clôture des états généraux de la presse : « il faut changer le conseil supérieur des messageries de presse, non pas le renforcer en laissant son statut inchangé, mais en faire une instance réellement indépendante : avec une composition totalement différente, dotée de réelles compétences, chargée de concilier une distribution efficace et le respect du pluralisme, de veiller à ce qu'aucun éditeur ne fasse l'objet de mesures arbitraires, et de garantir des conditions concurrentielles saines entre tous les acteurs, messageries dépositaires et distributeurs. Je demande au Président de la nouvelle Autorité de la concurrence, vers lequel un certain nombre d'acteurs ont fini par devoir se tourner, de me faire des propositions en ce sens. »

MESURES FISCALES DESTINÉES À RENFORCER LES FONDS PROPRES DES ENTREPRISES

ÉLARGIR LES CONDITIONS D'ACCÈS AU MÉCÉNAT

Les lecteurs ont démontré qu'ils étaient prêts à participer, de manière désintéressée, au développement de leur journal.

A l'initiative du ministère de la Culture et de la Communication, la presse avait obtenu de la Direction de la Législation fiscale mi 2007 une lecture souple de la loi de 2003 sur le mécénat.

Ce premier rescrit fiscal daté du 12 avril 2007 permettait d'inscrire la presse dans le dispositif général en faveur du mécénat : dons défiscalisés à hauteur de 60 ou 66% en fonction de ce qu'ils proviennent de personnes physiques ou morales. Mais les actions étaient limitées à 2 champs très spécifiques et très opérationnels :

1. Augmentation des fonds propres des entreprises de presse, par des participations minoritaires au capital de la société de presse désignée par le donateur, pour le montant du don, et dans l'hypothèse où la société de presse ouvre son capital
2. Financement d'actions collectives et générales en faveur du pluralisme

Les dispositions de 2007 se sont heurtées à deux obstacles majeurs :

- > Une difficile acceptation des donateurs/lecteurs que leur soutiens financiers devaient participer à des montages complexes dont les effets n'étaient pas immédiats, alors même qu'ils souhaitaient contribuer directement au financement des projets éditoriaux de leurs titres
- > Un blocage de la part même de l'actionnariat de la plupart des sociétés de presse, soucieux de préserver des équilibres historiques

Les Etats généraux de la presse écrite ont dégagé de nouvelles pistes confirmées par les annonces faites par le Président de la République le 23 janvier.

Le ministre du Budget a ainsi adressé le 10 avril 2009 un deuxième rescrit à la profession, autorisant dorénavant une association qui réalise des actions concrètes en faveur du pluralisme de la presse à accorder des subventions ou des prêts bonifiés soit à un quotidien, soit à une publication de périodicité au maximum mensuelle consacrée pour une large part à l'information politique et générale.

Il est maintenant possible pour une entreprise ou un particulier de réaliser un don défiscalisé au profit de l'entreprise de presse de son choix. Ce don sera immédiatement transformé par l'association en numéraire au bénéfice de l'entreprise désignée.

Les donateurs bénéficient des réductions prévues par les dispositions du mécénat : -66% sur l'Impôt sur le revenu, dans la limite de 20% du revenu imposable, et -60% sur l'Impôt sur les Sociétés dans la limite de 5 pour mille du chiffre d'affaires. Ils peuvent enfin « flécher » leurs dons au profit d'une entreprise de presse particulière.

DÉFENSE DES MÉTIERS ET DES VALEURS DU JOURNALISME

COMITÉ DES SAGES POUR UN CODE DÉONTOLOGIQUE QUI POURRAIT ÊTRE ANNEXÉ À LA CONVENTION COLLECTIVE

Depuis longtemps, les professionnels de la presse ressentent le besoin de fixer un cadre éthique clair dans lequel le journaliste, l'équipe rédactionnelle, le rédacteur en chef, le directeur de la publication pourraient accomplir, chacun, leur travail en respectant l'engagement pris avec les lecteurs.

Il s'agit de replacer le lecteur-citoyen au cœur du débat en restaurant le lien de confiance de plus en plus fragilisé par l'explosion de l'offre numérique dans le paysage médiatique

Plusieurs textes ont été rédigés. Par exemple :

> La charte des devoirs et des droits professionnels de 1918, actualisée en 1938. Elle énonce un certain nombre de principes de base : respect des faits et de la vérité, honnêteté morale et financière auxquels devraient les journalistes.

> La « déclaration des droits et des devoirs des journalistes », dite charte de Munich élaborée en 1971

Les principes posés dans ces chartes, à vocation « universelle », restent d'actualité.

Si aujourd'hui en France, aucune charte n'a de caractère contraignant, les principes posés sont souvent repris, voire complétés, par les chartes spécifiques dont se sont dotés certains organes de presse.

En effet, au gré de faits divers retentissants ou de la couverture de certains événements étrangers, de nombreux journaux ont éprouvé le besoin d'affirmer des principes déontologiques et de se doter de chartes internes.

Les Etats généraux de la presse ont préconisé la création d'un comité de sages chargé d'élaborer un code de déontologie qui pourrait être annexé à la convention collective nationale des journalistes, c'est-à-dire négocié puis accepté par les partenaires sociaux et ayant la même valeur juridique que la convention elle-même.

Les principes édictés par ce code devront se combiner avec les obligations légales de la profession.

Au sein de la profession, certains plaident en faveur d'une instance qui veillerait à l'application du code déontologique. La question n'a pas été tranchée par les Etats généraux. Il appartiendra donc au Comité des Sages de réfléchir également aux modalités d'application et de contrôle du code déontologique qu'il recommandera.

Le Comité des sages qui se réunira en séance inaugurale le 17 juin est composé de :

- > Marie-Laure Augry, médiatrice à France 3.
- > M^e Basile Ader, avocat.
- > Alain Boulonne, président du CNDI
- > Jérôme Bouvier, animateur des Assises du journalisme.
- > Jean-Pierre Caffin, directeur général de Prisma-Presse.
- > Olivier Da Lage, ancien président de la Commission de la carte.
- > Jean-Marie Dupont, président du Clemi.
- > Bruno Frappat, président du Directoire du groupe Bayard.
- > Pascal Guénée, directeur de l'Institut pratique du journalisme.
- > Catherine Vincent, rédactrice en chef du site E24.
- > Lorenzo Virgili, photjournaliste.

EDEC : ENGAGEMENT DE DÉVELOPPEMENT DE L'EMPLOI ET DES COMPÉTENCES

La commission paritaire nationale pour l'emploi de la presse, conjointement avec la Délégation générale à l'emploi et à la formation professionnelle et Mediafor, OPCA du secteur de la presse écrite, travaillent à la conclusion d'un accord de développement de l'emploi et des compétences (EDEC).

L'accord devrait être finalisé avant la fin juin et pourrait concerner 6 000 salariés, pour un montant de 18 millions d'euros sur 3 ans.

L'explosion de l'offre numérique a un impact non seulement sur les journalistes mais également sur tous ceux qui concourent à la production de l'information, comme les documentalistes ou les graphistes. Ce phénomène est particulièrement marqué pour les salariés qui ne sont pas nés avec la culture Web, c'est-à-dire les plus de 40 ans.

La profession, au travers de ses partenaires sociaux, et les pouvoirs publics se sont mobilisés pour surmonter ces révolutions tant technologiques que consuméristes, ainsi que pour préserver et renforcer le niveau de qualification des salariés du secteur, à travers notamment la recherche d'actions de formation professionnelle adaptées à la fois aux besoins des salariés et à l'évolution prévisible du secteur à moyen terme.

Avant la mise en œuvre effective de cet engagement, un état des lieux (conduit dans le cadre d'un contrat d'études prospective) s'avère nécessaire pour :

- > préciser ce que recouvre la révolution numérique au sein des différentes formes de presse, et selon la taille des entreprises,
- > repérer les principaux métiers directement concernés et identifier, pour chacun d'eux, les écarts de compétences à combler,
- > recueillir les besoins en conseil exprimés par les PME, pour la mise en œuvre d'une démarche compétence,
- > préconiser des pistes d'actions qui seront reprises dans les cahiers des charges soumis à appels d'offres auprès des formateurs.

Ce dossier est suivi principalement par la délégation générale à l'emploi et à la formation professionnelle (DGEFP), placée sous l'autorité de la ministre de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi. Le secrétaire d'Etat chargé de l'Emploi devrait conclure d'ici la fin juin un engagement de développement de l'emploi et des compétences (EDEC) avec les partenaires sociaux de la branche.

CONFÉRENCE NATIONALE SUR LES MÉTIERS DU JOURNALISME

Le pôle de débat et de proposition consacré aux métiers du journalisme a préconisé l'organisation d'une conférence annuelle des métiers du journalisme, afin de favoriser une meilleure connaissance réciproque des écoles de journalisme, notamment celles qui disposent d'un cursus reconnu par la profession, des éditeurs de presse et de l'ensemble des partenaires sociaux du secteur.

Ainsi, le livre vert des Etats généraux de la presse écrite précise que:

« Alors que la profession s'est organisée afin de distinguer, parmi les formations initiales existant, celles qui correspondent le mieux aux exigences du métier, le dialogue entre ces écoles et les éditeurs reste insuffisant. Les "comités pédagogiques" mis en place au sein des écoles sont un premier lieu de rencontre permettant de veiller à l'adéquation des formations proposées par les écoles aux besoins du métier. Leur maintien est indispensable.

Toutefois, un renforcement du dialogue entre écoles reconnues, éditeurs et organisations syndicales de journalistes est nécessaire. La "conférence nationale des métiers du journalisme" prendra la forme d'une conférence annuelle entre écoles reconnues, éditeurs et partenaires sociaux. Elle concernera tous les médias. Elle permettra aux différents partenaires d'échanger leurs idées sur les mutations du métier, les nouvelles activités, les nouvelles formes d'emploi. Ces échanges pourraient, par exemple, induire des évolutions des référentiels de formation. Instauré en complément des "comités pédagogiques" qui poursuivent des buts distincts, cette conférence donnera aux écoles l'occasion de rencontrer les futurs employeurs de leurs étudiants et d'en comprendre les attentes. Elle permettra aux éditeurs de mieux connaître les offres de formation proposées par les écoles et d'exprimer, de façon globale, leurs attentes et leurs besoins.

Elle sera en outre l'occasion pour les écoles de faire part de leurs attentes en terme de financement et pourra inciter les entreprises à affecter leur taxe d'apprentissage aux écoles reconnues. Enfin, cet événement annuel de dimension nationale renforcera la visibilité de la profession – et des écoles reconnues.

L'organisation de cette conférence annuelle pourrait être confiée à l'Observatoire des métiers de la presse en lien avec la CPNEJ.

Cette recommandation a été confirmée le 23 janvier 2009 par la Président de la République dans son discours de clôture des Etats généraux de la presse : « la conférence nationale des métiers du journalisme, réunissant écoles, journalistes et éditeurs, proposée par le pôle de Bruno Frappat, pourrait se réunir rapidement en associant la direction générale de l'enseignement supérieur, pour identifier les besoins nouveaux à mettre en œuvre et le soutien possible de l'Etat ».

La préparation de la Conférence nationale s'inscrit dans une perspective globale qui pourra s'inspirer d'expériences menées à l'international. Les différentes rencontres aborderont la formation des journalistes au sens large (presse, audiovisuelle, multimedia) mais pourront s'articuler autour d'un ou deux thèmes à la fois consensuels et qui correspondent aux préoccupations actuelles des métiers de l'information.

Les attentes face à la tenue d'une telle conférence sont nombreuses. Elle devra être l'occasion d'échanges fructueux sur la formation tant initiale que continue et les évolutions prévisibles à moyen terme du métier de journaliste. Elle doit permettre d'améliorer la connaissance mutuelle des différents participants, de mieux adapter les référentiels de formation aux attentes des futurs employeurs.

La Conférence sera l'occasion d'annoncer des évolutions concrètes, de proposer des pistes de travail à moyen terme destinées à améliorer les conditions de la formation des journalistes.

Afin d'impulser cette démarche, l'Etat a confié une mission exploratoire, mais qui doit se conclure par l'organisation d'une manifestation en fin d'année, à deux personnalités reconnues du monde de la presse écrite : Denis JEAMBAR et René SILVESTRE. Ils sont assistés de leur rapporteur, Bruno MAGLIULO.

Ils ont d'ores et déjà été installés, ainsi que leur rapporteur, dans les locaux de la direction du développement des médias et ont commencé leurs auditions et entretiens, en vue de définir la forme la plus adaptée à la future conférence et les thèmes prioritaires à aborder.

RECONQUÊTE DU LECTORAT ET INNOVATION

ENCOURAGER LA LECTURE DES JEUNES DE 18 ANS

En clôture des EGPE, le Président de la République a annoncé qu'il souhaitait « *permettre à tout jeune de 18 ans de bénéficier, l'année de sa citoyenneté, d'un abonnement gratuit à un quotidien de son choix, le journal étant payé par l'éditeur, le transport par l'Etat* ».

La mesure a été retenue parce que des expériences réussies dans ce domaine en presse régionale montraient que les quotidiens associés à l'opération avaient adapté leur contenu éditorial au jeune public et développé des offres « intelligentes mêlant Internet et le papier ».

L'Etat apportera son soutien à cette mesure « phare » pour la jeunesse. **Pendant trois ans, 5 millions d'euros par an seront réservés** au soutien de l'abonnement gratuit pour les jeunes, l'année de leurs 18 ans.

La mesure intitulée « Un journal gratuit dès 18 ans » entrera en **application à la rentrée 2009**.

Il consiste à proposer à tout jeune de 18 à 24 ans un abonnement hebdomadaire gratuit d'un an à un journal quotidien de son choix. Les syndicats de presse prévoient 200 000 abonnements sur un potentiel de 750 000 jeunes concernés. Il est prévu que ce projet soit mis en œuvre pour la rentrée scolaire de 2009.

La mesure, telles que préconisée par le Livre vert et annoncée par le Président de la République repose sur quatre points essentiels :

1. La **conquête** du lectorat jeune en proposant un abonnement gratuit à un journal par semaine pendant 52 semaines.
2. La **fidélisation** de ce lectorat l'année suivante ou au cours des deux années suivantes, en lui proposant un abonnement gratuit ou à tarif préférentiel
3. La production d'un **contenu dédié adapté** aux attentes des jeunes lecteurs dans les pages du journal
4. Le développement de l'**interactivité** avec le lectorat jeune grâce à des actions plurimédia (sites Internet dédiés, blogs, forums, etc)

L'offre est fondée sur le volontariat : celui des éditeurs et celui des jeunes qui souhaiteraient en bénéficier.

Concrètement, trois syndicats de presse, les syndicats de la presse quotidienne nationale, régionale et départementale (SPQN, SPQR et SPQD) ont déposé collectivement un projet commun au comité d'orientation du FDM (Fonds de Modernisation de la Presse) du 8 juin 2009.

Il a défini le dispositif (communication et gestion des abonnements au niveau national) présenté au **Fonds de Modernisation de la presse le 8 juin** et qui devrait être proposé au public à la rentrée 2009. Ce dispositif a fait l'objet d'un avis favorable lors de son examen à la commission de suivi du Fonds de Modernisation de la presse. Le collectif, en liaison avec les services du ministère de la Culture et de la Communication consultent actuellement plusieurs agences de communication, afin de définir les éléments de lancement de cette campagne de recrutement de jeunes abonnés.

Le projet se divise en trois volets. Chacun d'eux a été déposé par un seul des syndicats au nom du collectif. Ces trois volets ont été examinés au comité d'orientation du 8 juin 2009, qui a émis un avis favorable.

> La mise en place de cette opération jeune a nécessité l'assistance d'un comité de pilotage pour réaliser une étude préalable permettant d'élaborer un cahier des charges et de déterminer le choix des prestataires potentiels.

> Cette partie « action de promotion » consiste à informer le maximum de jeunes du lancement de cette opération, par le biais principalement des nouveaux médias. Pour cela les éditeurs ont fait appel à plusieurs agences de communication pour proposer un dispositif ludique et créatif. Le choix du prestataire est en cours.

> Enfin, la partie « Un journal gratuit dès 18 ans, abonnements et volet technique » sera gérée par une société spécialisée dans la gestion d'abonnés qui collectera les abonnements, informera les différents titres concernés des abonnements qui leurs reviennent et contrôlera qu'un même jeune ne peut s'inscrire plusieurs fois.

ÉDUCATION AUX MÉDIAS

La mesure en faveur de l'abonnement à un journal à l'âge de 18 ans ne prendra tout son sens qu'accompagnée d'actions concrètes en faveur de l'éducation aux médias, en amont, pour les plus jeunes, en coordination avec l'Education Nationale.

Il s'agit de mettre en œuvre cinq des mesures discutées au sein du pôle "Presse et public" présidé par François Dufour, et présentées au ministère de l'Education Nationale durant les Etats généraux.

Un groupe de travail est actuellement en cours de constitution en liaison avec l'Education Nationale.

INNOVATION RECHERCHE & DÉVELOPPEMENT

Comment travailler sur le renouvellement du lectorat si ce n'est **investir sur une réflexion** sur l'évolution des **contenus**, sur les **pratiques de consommation** de l'information et sur ses **modèles de diffusion**, notamment numériques ?

Les Etats généraux de la presse ont exprimé la nécessité d'une « mutualisation des moyens en faveur de la recherche sur les métiers, les pratiques, les lecteurs, les nouveaux médias » et de se donner les « moyens et l'expertise de suivre, comprendre et analyser l'évolution des médias, et notamment de l'univers numérique... »

C'est un enjeu majeur sur lequel **l'Etat n'a pas pour vocation d'intervenir mais peut donner l'impulsion** nécessaire.

Et c'est la raison pour laquelle, sous l'égide du ministère de la Culture et de la Communication, une réflexion, autour d'un comité de préfiguration constitué de professionnels de la presse et du numérique, a d'ores et déjà été entamée en vue de la création de cette plate-forme nationale faisant largement appel à la mutualisation des expertises et l'intelligence collective de l'ensemble de la profession.

Cette plate-forme, constituée de quatre modules opérationnels aux missions bien définies, sera notamment adossée à un programme du Groupement d'Intérêt Scientifique « Cultures et Médias numériques », plus particulièrement attentif aux enjeux d'avenir à long terme, ainsi qu'au projet de plate-forme technique nationale de formation continue et d'expérimentation pratique qu'il est prévu d'implanter en région Rhône Alpes.

Ce projet a été baptisé « MEDIAS21 »

> MEDIAS21 est une communauté de professionnels : journalistes, chercheurs, décideurs d'entreprise, stratèges, investisseurs, formateurs, consultants et stratèges... Elle rassemble les compétences, met en commun les expertises françaises et internationales, mutualise les savoir faire, encourage le partage des connaissances et l'émulation professionnelle, favorise l'appropriation des bonnes pratiques, en liaison étroite avec des acteurs privés et publics.

> MEDIAS21 est plus qu'un *think tank* sur l'avenir de la presse écrite. C'est aussi une plate-forme d'expérimentation opérationnelle d'envergure européenne, disposant d'une taille critique d'animation, de recherche et d'expérimentation au service de l'innovation dans les domaines des contenus et des pratiques plurimedia.

> MEDIAS21 co-finance des programmes de recherche, les diffuse, anime des groupes de réflexion, la mise en forme de prototypes, propose des outils opérationnels, des méthodes de travail pour les rédactions et leur encadrement. MEDIA21 met en pratique son travail de réflexion au travers de la formation continue ou l'animation de projet.

Il est composé de quatre modules complémentaires qui répondent aux attentes exprimées durant les Etats généraux de la presse écrite. Au niveau de chaque module, une mise en réseau au plan international est nécessaire :

1. Recherche fondamentale : un programme pluriannuel de recherche et d'études sur les usages, les consommations, les mutations de modèles économiques, notamment du fait du numérique, et en particulier sur les questions relatives aux comportements et aux usages de lecture, aux consommations et au statut de l'information, aux conditions de sa valorisation économique dans les médias de presse imprimée comme numérique. Ce volet sera adossé au GIS (Groupement d'Intérêt Scientifique) « Médias et Culture Numérique » en cours de constitution à l'initiative du Département des Etudes, de la Prospective et des Statistiques du ministère de la Culture et de la Communication.

2. Veille, prospective, innovation et modèles économiques : un programme de veille stratégique, commerciale et technologique sur l'avenir de la presse à l'ère numérique. L'objectif est d'identifier les bonnes pratiques en terme d'innovation éditoriale (organisation, pratiques journalistiques, ...) et technique (outils, produits, flux...), en France et à l'étranger, d'étudier l'évolution des modèles économiques (diversification, nouveaux types de revenus, changements dans les structures de coûts, nouvelles stratégies...), dernières tendances observées dans les usages (pour s'informer), de rendre plus facile leur appropriation au sein de la profession. Ce module sera animé autour d'un site d'information et de débat, alimenté notamment par les animateurs des plates-formes MediaWatch, MondayNote, Mediachroniques... Il organisera une ou deux rencontres annuelles, et des déplacements pour rencontrer, croiser les expériences.

3. MediaLab – salle de rédaction du futur : ce centre regrouperait une salle de rédaction du futur adossée à des formations initiales et continues, un lieu de rencontre et de débat sur l'évolution des métiers du journaliste. C'est aussi naturellement le lieu d'expérimentation, d'application opérationnelle de prototypes conçus et réalisés par des professionnels et des experts issus du réseau MEDIAS21. L'implantation de ce centre en région urbaine de Lyon, serait soutenue par la Région Rhône Alpes, la métropole de Saint Etienne, le Département de la Loire, l'Ira, et les universités Lyon 2 et Jean Monnet de Saint Etienne.

4. Observatoire des lecteurs - Pilotage éditorial et usages des médias : un programme au service des rédactions destiné à identifier, diffuser les bonnes pratiques en matière de suivi de la qualité et de pilotage éditorial, de compréhension des usages d'information, définir des méthodologies d'étude et de suivi, de former les responsables dans les rédactions et les équipes d'encadrement. Il s'agit d'opérer une révolution culturelle dans les rédactions en expliquant comment une meilleure connaissance des comportements de lecture permet de s'adapter à l'évolution des usages de consommation de l'information. L'observatoire des lecteurs fournira à tous les échelons de l'entreprise, les moyens d'une meilleure maîtrise de la relation entretenue avec les lecteurs et les consommateurs, d'imaginer des outils de compréhension des mécanismes d'appropriation de ces outils dans l'entreprise.

DÉVELOPPEMENT NUMÉRIQUE

CRÉATION DU STATUT D'ÉDITEUR DE PRESSE EN LIGNE

A l'issue des Etats généraux de la presse écrite, le Président de la République a annoncé différentes mesures en faveur de la presse en ligne.

Ces mesures avaient pour dénominateur commun essentiel la création d'un statut d'éditeur de presse en ligne, assorti de droits et de devoirs : un régime de responsabilité adapté, et l'accès au régime des provisions pour investissement, à l'exonération de taxe professionnelle, et bientôt à un nouveau fonds d'aide aux services en ligne.

L'article 27 de la loi « protection de la création sur Internet » du 12 juin répond à cette recommandation des Etats généraux, avec notamment :

- > une définition du service de presse en ligne dans la loi du 1^{er} août 1986 portant réforme juridique de la presse ;
- > un régime de responsabilité adapté pour les directeurs de publication de l'ensemble des sites, mais uniquement en ce qui concerne les espaces dédiés à la libre expression des internautes : forums, blogs dans la loi du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle.

Les dispositions nouvelles que cet article introduit vont aider et encourager les organes de presse dans leur révolution numérique en rendant éligible cette nouvelle catégorie de presse au nouveau fonds d'aide aux services en ligne mis en place à la rentrée.

Cette définition qui pose un certain nombre de critères, devrait permettre une reconnaissance officielle des sites qui le souhaitent et qui bien évidemment remplissent ces critères.

C'est primordial pour les journaux qui ne disposent que d'un site Internet à l'exclusion de tout support papier : les « pure players ».

4 PRINCIPAUX CRITÈRES DÉFINISSENT UN SERVICE EN LIGNE

Les principaux éléments de définition de la presse en ligne retenus par les Etats généraux sont repris par la définition introduite par la loi Création et Internet :

1. une maîtrise éditoriale par la personne éditrice ;
2. la production et la mise à disposition du public de contenus originaux, renouvelés régulièrement ;
3. le traitement journalistique des informations et leur lien avec l'actualité et, pour les sites d'information politique et générale, l'emploi de journalistes professionnels ;
4. A l'exclusion des sites promotionnels ou commerciaux

Cette définition ne comprend que des services fournis à titre professionnel dans le cadre d'activités journalistiques, afin d'exclure les sites Internet personnels et les blogs, édités à titre non professionnel.

La loi renvoie à des décrets le soin de préciser les critères à remplir et de déterminer les modalités de reconnaissance des services de presse en ligne par la Commission paritaire des publications et agences de presse (CPPAP). Ces décrets sont en cours d'élaboration par les services du ministère de la Culture et de la Communication. Des projets seront prochainement soumis à consultation publique.

UN RÉGIME DE RESPONSABILITÉ ATTÉNUÉ

Le régime de responsabilité éditoriale des services de communication en ligne est aussi adapté.

En effet, le dispositif actuel présume le directeur de publication responsable à titre principal des délits de presse commis sur le service de communication au public en ligne qu'il publie (article 93-3 de la loi du 29 juillet 1982).

Or, cette présomption apparaissait délicate à mettre en œuvre pour les espaces qui font appel à la contribution et à la participation des internautes, tels que les forums de discussion et les blogs.

Les contributions des internautes donnent désormais lieu à un régime de responsabilité atténué. Elles n'engageront pas la responsabilité du directeur de publication à titre principal, sauf s'il a effectivement eu connaissance du contenu préalablement à sa mise à la disposition du public.

Éligibilité à la provision pour investissement, le « 39 bis A »

Par ailleurs, la reconnaissance de la qualité de service de presse en ligne ouvrira droit au bénéfice du régime de provisions pour investissements et à l'exonération de taxe professionnelle.

Ces deux dispositifs, prévus aux articles 39 bis A et 1458 du code général des impôts, ont été modifiés en conséquence.

NOUVEAU FONDS D'AIDE AUX SERVICES EN LIGNE

La mise en place de ce fonds annoncé par le Président de la République avait pour préalable la création du statut d'éditeur de presse en ligne. Ne seront éligibles à cette nouvelle version du fonds d'aide aux services en ligne (SEL), que les entreprises reconnues comme éditeur de presse en ligne par la CPPAP.

Institué par le décret n° 2004-1313 du 26 novembre 2004, le fonds d'aide au développement des services en ligne des entreprises de presse a pour objet l'octroi d'avances, partiellement remboursables, à des entreprises de presse écrite pour la réalisation de projets permettant la mise à disposition du public du contenu éditorial d'un titre de presse écrite sur un support numérique, de type service en ligne ou support d'archivage remis périodiquement à jour.

Sa création nécessite la modification par décret du fonds actuel. Les dispositions particulières, ses modalités d'application, son périmètre font l'objet de concertation avant sa publication qui devrait intervenir au cours de l'été pour une réunion de sa commission d'orientation prévue en octobre.

La dotation budgétaire relative à l'aide au développement des services de presse en ligne est majorée de 19,7 million d'euros par la loi de finances rectificative pour 2009. Elle s'élève désormais à 20,2 million d'euros.

Le projet de décret relatif au développement des services en ligne prévoit que :

- > le bénéfice de l'aide sera accordé aux services de presse en ligne ;
- > les dépenses éligibles seront étendues aux investissements en matériel audiovisuel et aux dépenses en hébergement de serveurs ;
- > l'aide prendra la forme de subventions et d'avances plafonnées respectivement à 40 et 50 % des dépenses éligibles.

Une fois les administrations concernées consultées, le projet de décret sera communiqué aux représentants de la profession.

ADAPTATION DU CADRE JURIDIQUE DES DROITS D'AUTEUR

La dématérialisation des publications, modifie en profondeur les conditions de diffusion des contenus éditoriaux. Il est normal que cette modification des conditions de diffusion des contenus s'accompagne de garanties sur les droits des journalistes dont les œuvres participent de l'ensemble de la publication.

UN TEXTE HISTORIQUE ATTENDU PAR TOUS LES PROFESSIONNELS

Le nouveau dispositif présenté par le gouvernement, très largement débattu était très attendu par l'ensemble du secteur. C'est le fruit d'un travail collectif de plusieurs années. Il apporte une réelle sécurité juridique aux éditeurs de presse, tout en préservant les intérêts des journalistes.

La profession attendait en effet un tel accord depuis près de 20 ans, avant même l'émergence d'Internet, alors même que la question de l'exploitation éditoriale se posait au sein de nouveaux groupes de presse émergents (Groupe Robert Hersant)

Il consacre deux années de discussions entre professionnels, tant éditeurs que journalistes.

Ce texte est donc une avancée historique pour l'ensemble de la presse française !

Il faut remercier les professionnels qui se sont investis dans la discussion. Ils ont fait œuvre utile et le document issu de ces travaux, baptisé « le Blanc », a servi de base aux discussions au sein de deux des groupes de travail des Etats généraux de la presse.

DANS LA LIGNE DIRECTE DU « BLANC » ET DES ÉTATS GÉNÉRAUX DE LA PRESSE ÉCRITE

Le Blanc constitue une recommandation globale et solide et a été appréhendé comme tel par les organisations professionnelles, les syndicats et les pouvoirs publics. C'est la raison pour laquelle il a été retenu comme une référence solide par le pôle de débat et de propositions présidé par Bruno Frappat dans le cadre des Etats généraux de la presse écrite.

Dans son allocution du 23 janvier dernier, le Président de la République a rappelé que la question des droits d'auteur des journalistes devait être résolue par le législateur dans les meilleurs délais. Il traçait alors l'axe central de cette réforme : remplacer un droit lié à un support par un droit lié à un temps d'exploitation.

Il insistait, par ailleurs, sur la nécessité du renvoi sur de nombreux points à la négociation collective pour adapter chaque solution à la réalité de chaque entreprise de presse.

Il rappelait également à cette occasion que « *donner une identité propre à chaque journal lui paraissait la meilleure manière de fidéliser les lecteurs* ».

Le dispositif législatif intègre trois principes fondamentaux

1. la neutralité du support (papier/numérique) ;
2. La sécurité juridique de l'éditeur à travers la reconnaissance d'une cession automatique de droits d'exploitation à titre exclusif de l'œuvre du journaliste ;
3. enfin, la garantie des droits attachés aux journalistes et à leur statut et notamment une rémunération complémentaire en cas d'exploitation.

Concrètement, afin de s'extraire des contraintes liées à la multiplication des supports dont certains restent encore à inventer, le nouveau dispositif remplace un droit lié à un support par un droit lié à un temps d'exploitation.

Il fait une large place à la négociation collective au sein des entreprises de presse, y compris sur la question de la cession des droits à plusieurs titres au sein d'un même groupe, ce que l'on a appelé la famille de presse cohérente.

TROIS CERCLES D'EXPLOITATION

Il clarifie le champ de la cession des droits du journaliste à l'éditeur en définissant un premier cercle d'exploitation pour lequel il y a une cession automatique du droit d'exploitation de l'œuvre du journaliste, dans le cadre de sa rémunération de base, pendant une durée fixée par accord d'entreprise.

Au-delà de cette période et de ce premier cercle d'exploitation, s'ouvre un deuxième cercle d'exploitation qui devra faire l'objet d'une rémunération complémentaire spécifique.

Il prévoit également que toute utilisation dans un même groupe de presse au sein d'une « *famille cohérente de presse* », dont le cadre devra également faire l'objet d'une négociation collective, ouvre droit à une rémunération complémentaire.

Cette précision, qui concerne directement les groupes de presse, est issue du livre vert des États généraux de la presse et a fait l'objet d'un consensus au sein du groupe dans lequel il a été discuté.

Enfin, toute exploitation hors du titre de presse ou de la famille cohérente de presse devra faire l'objet d'un accord exprès et préalable de son auteur, et s'accompagnera d'une rémunération négociée entre éditeurs et journalistes.

LE CAS PARTICULIER DES PIGISTES PHOTOGRAPHES

Conformément aux préconisations du « blanc », il est, par ailleurs, apparu nécessaire de prévoir des dispositions spécifiques concernant le secteur de l'image fixe. Ce secteur doit en effet faire face à des difficultés économiques structurelles liées à l'explosion de l'offre numérique et à la précarisation des photographes, notamment pigistes.

Le texte prévoit que la cession des droits d'exploitation d'un journaliste auteur d'une image fixe qui collabore de manière occasionnelle à la création d'un titre de presse ne s'applique que si cette œuvre a été commandée par l'entreprise de presse.

Il précise que les dispositions prévues dans la loi ne s'appliquent pour cette catégorie particulière de journalistes qu'à l'issue de la conclusion d'un accord de branche déterminant leur salaire minimum.

LA GARANTIE D'ABOUTIR DANS LE CADRE DE LA NÉGOCIATION

A défaut de conclusion d'un accord collectif, il est prévu la mise en place d'une commission ad hoc, placée sous la présidence d'un magistrat, chargée d'établir un texte de compromis à partir des accords pertinents déjà existant dans la famille de presse considérée. Ce texte aura un caractère transitoire en attendant la conclusion d'un accord d'entreprise ou de tout autre accord collectif par les partenaires sociaux.

Un décret en Conseil d'Etat déterminera le mode de fonctionnement de cette commission et les voies de recours contre les décisions qu'elle sera conduite à prendre.

LE CONTRAT DE TRAVAIL MULTI SUPPORTS

Les parlementaires ont souhaité introduire une modification du code du travail qui précise que, sauf stipulation contraire, un journaliste peut être amené à travailler sur plusieurs supports (presse, Internet, vidéo, son).

Il faut bien relativiser l'impact de cette modification, qui n'a pas de conséquence juridique sur les contrats de travail existants des journalistes. Christine Albanel a d'ailleurs indiqué durant les débats parlementaires que cette disposition ne relevait pas du cadre législatif mais bien des négociations au sein des entreprises, où plusieurs accords de ce type existent déjà.

PROMULGATION DE LA LOI

L'ensemble de la loi adoptée au parlement le 13 mai a été examiné par le Conseil Constitutionnel qui a rendu sa décision le 10 juin. Les articles concernant le droit d'auteur des journalistes et le statut d'éditeur de presse en ligne n'ont pas fait l'objet d'observations. La loi a été publiée le 13 juin 2009.

RÉDUIRE LE TAUX DE TVA POUR LES SERVICES DE PRESSE EN LIGNE

Les dispositions communautaires actuelles relatives à la TVA, qui ne peuvent être modifiées qu'à l'unanimité des États membres, imposent l'application d'un taux normal unique de 15 % au minimum. Elles autorisent cependant les États membres à appliquer un taux d'imposition réduit (inférieur au taux normal, mais supérieur ou égal à 5 %), voire super-réduit (inférieur à 5 %), à certaines catégories seulement de biens et de services limitativement énumérés dans la « directive TVA » (annexe III de la directive 2006/112/CE du Conseil).

La directive exclut du bénéfice potentiel d'un taux réduit tous les services prestés par voie électronique.

La proposition de directive modifiant la « directive TVA »

Le 7 juillet 2008, la Commission européenne a présenté une proposition de directive du Conseil visant à modifier la « directive TVA » afin d'accorder aux États membres la flexibilité nécessaire pour autoriser, à titre permanent, l'application de taux réduits de TVA à certains services spécifiques. Il s'agit principalement des secteurs des services dits à forte intensité de main d'œuvre et des services fournis localement, y compris la restauration, qui se verront ainsi inscrits dans la « *liste des livraisons de biens et des prestations de services pouvant faire l'objet des taux réduits* »

D'autres modifications portant sur cette liste et intéressant le secteur des médias et de la culture ont par ailleurs été proposées.

Ainsi, la proposition de la Commission européenne adapte le libellé actuel concernant « la fourniture de livres, y compris en location dans les bibliothèques, les journaux et périodiques, à l'exclusion du matériel consacré entièrement ou d'une manière prédominante à la publicité ». Au nom du principe de neutralité, la Commission propose d'étendre ces dispositions applicables aux livres sur support papier, aux « *livres enregistrés sur disque compact, cédérom ou tout autre support physique similaire qui reproduisent principalement la même information que celle contenue dans les livres imprimés* ».

La Commission précise que « *seuls les enregistrements reproduisant fondamentalement le texte écrit dans un livre sont concernés. Tout enregistrement contenant, outre le texte lu à haute voix, des éléments supplémentaires, comme des jeux, des fonctions de recherche, des liens vers d'autres types de matériel ou des fonctionnalités similaires, reste soumis au taux normal* ».

Cette proposition de la Commission européenne d'introduction des livres audio au sein de l'annexe III de la directive TVA est soutenue par la France : cette inclusion, outre le fait qu'elle permettrait le développement d'une offre plus importante dans ce secteur, constituerait une mesure d'équité en faveur des personnes atteintes d'un handicap, en particulier visuel, pour lesquelles les livres audio représentent un mode d'accès essentiel au livre.

Néanmoins, cette proposition s'est heurtée aux réserves de nombreuses délégations (Allemagne, Royaume-Uni, Finlande, Autriche notamment), pour des raisons de principe (pas de taux réduits sur des biens), de marché intérieur (risques de distorsion de concurrence entre États ou entre produits similaires) ou encore pratiques (difficulté à définir un livre audio ou un livre numérique). Cette disposition satisfaisait néanmoins la Suède (qui a un contentieux devant la CJCE au sujet précis du livre audio).

Au-delà, les perspectives d'évolutions potentielles s'agissant des principaux enjeux pour le secteur de la culture et des médias (en particulier le maintien des taux réduits de TVA pour les services de radiodiffusion et de télévision et la possibilité d'appliquer un taux réduit aux produits culturels par voie électronique - presse en ligne, vidéo et musique à la demande, voire livre numérique - ainsi qu'au disque) sont renvoyées à l'hypothétique proposition globale sur les taux de TVA que la Commission européenne a annoncée potentiellement pour le courant 2009.

Les perspectives d'évolution de l'encadrement communautaire des taux réduits de TVA applicables aux services culturels et de médias

Début 2008, dans le but de recueillir l'avis et la position de toutes les parties intéressées, la Commission européenne a lancé une consultation publique en ligne sur le « *réexamen de la législation existante sur les taux réduits de TVA* ».

Depuis cette consultation, aucune avancée substantielle n'a pu être enregistrée à l'occasion des discussions tenues par le Conseil dans sa formation « ECOFIN » :

- > d'une part, les demandes visant les biens et services à caractère culturel n'ont trouvé pratiquement aucun écho au sein du Conseil ECOFIN, d'autres secteurs (écologie en particulier) faisant l'objet de l'essentiel des débats ;
- > d'autre part, le principe même de l'extension des possibilités de taux réduits se heurte à l'opposition ou aux fortes réticences de plusieurs États membres (au premier rang desquels l'Allemagne).

Ce dossier n'apparaît pas dans les priorités de la Présidence tchèque et il est loin d'être certain que la Commission présente une quelconque proposition législative sur ce point en 2009 - année de renouvellement de la Commission.

En cas d'échec de la négociation sur la notion de biens culturels en ligne, une autre piste peut être étudiée : la mise en place d'une instruction fiscale assimilant le PDF à la version papier.

RATIONALISER LES COÛTS D'IMPRESSION

LE NOUVEAU CONTRAT SOCIAL DE LA FABRICATION

Dans son discours du 23 janvier 2009, le Président de la République a souligné « *l'objectif ambitieux de réduire de 30 à 40 % le coût de l'impression et d'en moderniser les règles de gestion* ».

Le Président a souligné que la réduction des coûts d'investissement devrait notamment passer par un effort de **mutualisation des imprimeries**.

Cette mutualisation pourrait prendre la forme d'une décentralisation, d'un regroupement des centres d'impression, de la rentabilisation des imprimeries existantes ou de l'ouverture des imprimeries de presse journal à une partie des travaux réservés jusqu'à présent à la presse magazine.

Le Président de la République a également encouragé la négociation d'un « **nouveau contrat social** » destiné à **repenser les relations entre les éditeurs de la presse parisienne et le syndicat du Livre**.

L'Etat s'est engagé à accompagner la négociation déjà engagée, dès février, au niveau de la presse nationale et apportera son soutien aux efforts de restructuration du secteur des imprimeries. Les discussions ont donc commencé et se poursuivent pour une conclusion avant l'été.

En ce qui concerne la presse régionale, sa diversité, son étendue, n'ont pas permis d'engager les négociations au même rythme qu'en presse nationale. Les premiers contacts entre partenaires sociaux ont eu lieu début mai 2009.

REPENSER LA GOUVERNANCE DES AIDES À LA PRESSE

Prenant le relais des recommandations publiées dans le Livre vert des Etats généraux de la presse écrite, le Président de la République annonçait le 23 janvier 2009 qu'une « *réorganisation profonde du système des aides à la presse* ». L'objectif est de « *clarifier leurs objectifs, modifier leur gouvernance, contrôler leur utilisation ; et surtout les attribuer de préférence selon une logique d'investissement dans des projets collectifs, ou pour rétablir le modèle économique d'une entreprise de presse, plutôt que selon une logique de fonctionnement qui, par définition, n'a jamais de fin* ».

Le modèle actuel des aides doit effectivement évoluer. L'Etat et la profession doivent s'interroger sur son efficacité, sa pertinence, et ses objectifs. Cette réflexion porte sur la manière dont l'aide publique est déclinée, la manière dont elle est attribuée, et donc sur la cohérence et la bonne gestion de l'ensemble du dispositif. Cette réflexion sur la rigueur de l'intervention de l'Etat est rendue d'autant plus nécessaire par la création des nouveaux dispositifs et l'ouverture de nouveaux fonds publics issus des Etats généraux de la presse écrite.

Le régime économique de la presse compte actuellement vingt-sept mesures qualifiables d'aides d'Etat. Il s'agit d'abord de faire le point sur les aides directes liées à l'avis de commissions administratives consultatives, à des procédures de contrôle a posteriori, qu'elles existent déjà ou qu'elles soient jugées utiles à mettre en œuvre et plus généralement à tout type de mesure pouvant être assimilée à une aide au fonctionnement de la presse. Il s'agit de manière prioritaire de veiller à la bonne gouvernance du fonds de modernisation de la presse, du fonds d'aide aux services en ligne, du fonds pour l'expansion de la presse française à l'étranger, du plan de modernisation sociale, de l'aide à la distribution des quotidiens d'information politique et générale.

Le cas échéant, le cadre de cette mission pourra être étendu à d'autres fonds d'aide à la presse et à une réflexion d'ensemble sur le dispositif.

Cette réflexion couvre l'intégralité du processus : depuis la sélection des dossiers ou des missions financées par l'aide publique, jusqu'au contrôle de l'efficacité des mesures mises en œuvre, en passant par l'instruction des dossiers : Comment organiser efficacement les comités d'orientations lorsqu'ils existent ? Qui décide de l'attribution des aides et selon quelle procédure ? Quels sont les objectifs précis à atteindre ? Comment évalue-t-on la réalisation de ces objectifs, et selon quels critères évalue-t-on ? Quels sont les moyens alloués à l'évaluation ? Quelles contreparties exige-t-on des bénéficiaires des aides ? Comment organise-t-on une évaluation comparée de la performance de chaque aide ?

Les recommandations issues de cette mission de réflexion prospective devront permettre de garantir à terme une gestion irréprochable et équilibrée des aides publiques à la presse dans la perspective stratégique d'une évolution permanente de leur efficacité, qu'elle soit liée au maintien du pluralisme ou à l'amélioration des performances économiques. Elles permettront par ailleurs de dégager une méthodologie à l'usage des instances de contrôle chargées de veiller au suivi de la mise en œuvre des mesures.

Cette mission en cours d'installation fera prochainement l'objet d'un mandat interministériel confié à une personnalité indépendante. Elle sera confirmée avant la fin du mois de juin et confiée à Aldo CARDOSO, administrateur de sociétés.

Il sera assisté d'un rapporteur de la Cour des Comptes et d'un rapporteur de l'Inspection générale des Finances



PASSÉ AU FILTRE DE NOTRE BAROMÈTRE : L'ÉTAT D'AVANCEMENT DES 30 PRINCIPALES MESURES

Une trentaine de mesures annoncées à l'issue des États Généraux de la presse écrite impliquent l'intervention de l'État. Le budget correspondant à ces mesures a été confirmé lors du vote de la Loi de finance rectificative 2009 pour un montant global légèrement supérieur à 150 millions d'euros. Quatre mois après leur annonce, près de la moitié des mesures impliquant l'État ont d'ores et déjà été mises en œuvre ou sont sur le point d'être finalisées d'ici la fin du mois de juin. La quasi totalité des autres mesures sera réalisée avant la fin de l'année.

150,7 millions d'euros au budget des mesures issues des EGPE



SURMONTER LA CRISE DE 2009

Reporter d'un an les accords Presse-La Poste-Etat



Soutenir les diffuseurs individuels avec une aide directe correspondant à un allègement de 30% de leurs cotisations sociales



Doubler les dépenses de communication de l'Etat



INVENTER UN NOUVEAU CADRE AU DÉVELOPPEMENT NUMÉRIQUE

Créer un statut d'éditeur de presse en ligne



Renforcer l'aide au développement des services en ligne



Éxonérer de taxe professionnelle les éditeurs de presse en ligne



Étendre le bénéfice du 39bis A aux éditeurs de presse en ligne



Adapter le régime des droits d'auteur plurimédia



Réduire le taux de TVA pour les services de presse en ligne



SURMONTER LES HANDICAPS FRANÇAIS

Lancer un pacte social de l'impression



Mobiliser la profession autour de la réforme du système de distribution à droit constant



Renforcer l'aide à la modernisation des points de vente



Identifier les obstacles à la création de nouveaux points de vente



Réformer le CSMP



Augmenter l'aide directe au portage



Éxonérer partiellement de charges patronales les porteurs au niveau du SMIC



Clarifier le statut social des porteurs



Appliquer la loi Sapin à tout le hors media et à la publicité numérique



Favoriser le mécénat pour développer les fonds propres



Permettre la prise de participation extra communautaire francophone au-delà de 20%



RÉAFFIRMER LES VALEURS ET LES MÉTIERS DU JOURNALISME

Organiser une conférence nationale des métiers du journalisme



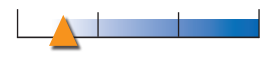
Conclure un engagement de développement de l'emploi et des compétences



Inciter à l'adoption de chartes éditoriales



Rendre public l'actionnariat des entreprises de presse pour une meilleure transparence

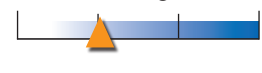


Élaborer un projet de code déontologique par un comité des sages



CONQUÉRIR DE NOUVEAUX PUBLICS, INNOVER ET ANTICIPER

Réorganiser le système des aides à la presse pour une meilleure gouvernance



Développer l'éducation aux médias et favoriser la lecture dans les établissements scolaires



Abonner chaque jeune de 18 ans au quotidien IPG de son choix



Mobiliser et mutualiser les moyens en faveur de la recherche sur les métiers, les pratiques, les lecteurs, les nouveaux médias

