

# 3

---

## Le budget de l'audiovisuel public et des aides à la presse

# 3.1

## Des ressources en forte progression

Les ressources publiques atteignent 2 488,56 ME HT (16 324,21 MF) et sont en hausse de 3,4%, soit 80,7 ME supplémentaires. Elles représentent près de 77% du financement du secteur public de l'audiovisuel. Les aides à la presse progressent pour leur part de 7,2% à 67,948 ME (445,72 MF).

### 1) Une progression globale de 3,2% pour l'audiovisuel public

Le budget du secteur public de l'audiovisuel pour 2002 se caractérise par une nouvelle progression de la ressource publique (+3,4%) qui fait suite aux très fortes augmentations de 2000 et 2001 liées à la réforme du mode de financement des chaînes publiques prévue par la loi du 2 août 2000.

#### Les ressources publiques : +3,4%

En 2002, les ressources publiques allouées au secteur s'élèveront à 2 488,56 ME, en progression de +3,4% par rapport à la loi de finances initiale pour 2001. Cette progression tient à deux éléments.

#### L'actualisation des tarifs de la redevance audiovisuelle

(+ 1,76 %) : Ils s'établissent ainsi à 116,50 E pour un poste couleur, et à 74,31E pour un poste noir et blanc. Cette actualisation de +1,76% par rapport à 2001 permet de maintenir la redevance en euros courants, alors que celle-ci n'avait pas été revalorisée en 2001, l'exercice ayant bénéficié du remboursement désormais intégral des exonérations de redevance soit près de 410 ME en 2002 (2 689,47 MF).

A partir de 2002, le paiement de la redevance pourra être effectué, pour ceux qui le souhaitent, de façon fractionnée en trois versements. Cette nouvelle option a été introduite par la loi audiovisuelle, et le décret d'application correspondant a été pris de façon à ce qu'elle soit effective à partir du 1er janvier 2002.

**Deuxième élément, l'affectation d'une partie des excédents de redevance de la campagne 2000 (13,7ME) :** le service de la redevance ayant perçu des montants légèrement supérieurs à l'estimation faite en loi de finances initiale pour 2000, ce sont

ainsi 13,72ME qui viennent s'ajouter au produit de la redevance qui sera perçue dans l'année 2002.

Enfin, la contribution du ministère des Affaires étrangères au budget de RFI s'élève à 69,67ME, en hausse de 1,1% par rapport à 2001.

#### Les ressources propres : +2,7%

Les objectifs de ressources propres assignés aux sociétés de l'audiovisuel public 752,97 ME (4939 MF) sont en croissance par rapport à 2001 (+2,7%). Cette croissance reflète notamment la normalisation de l'évolution des objectifs d'évolution des recettes publicitaires assignés à France Télévision, après les effets de la réduction de la durée maximale des écrans publicitaires par heure glissante, rapportée, depuis janvier 2001, à 8 minutes. Les ressources propres représentent désormais moins d'un quart du budget du secteur (environ 23%).

Dans sa globalité, le budget du secteur sera en augmentation de 3,2 % en 2002 et s'établit à 3 241,53 ME.

Ce budget s'entend hors financements spécifiques qui seront affectés au développement de l'offre publique sur le numérique de terre. En effet, une dotation en capital de 152,45 ME a été accordée à France Télévision pour financer ces développements. Une première partie de ce financement devra permettre dès 2002 au service public de se préparer dans les meilleures conditions au lancement de cette nouvelle offre, conformément au calendrier prévu par le CSA.

Le Gouvernement marque ainsi fortement sa volonté continue d'assurer structurellement au service public un financement pérenne et confirme son soutien à l'ensemble du secteur audiovisuel.

## 2) Une progression de 7,2 % pour les aides en faveur de la presse

Les moyens publics consacrés à la presse écrite, hors abonnements de l'État à l'AFP, atteindront 67,948 M€ (445,71 MF) en 2002 ce qui représente une croissance de 7,2% par rapport à l'année 2001. Cette progression repose notamment sur l'augmentation attendue des ressources du fonds de modernisation de la presse de l'ordre de 4,573 ME (30 MF). Le gouvernement a, par ailleurs, décidé pour 2002 de reconduire les aides directes à la presse (chapitre 41-10) à leur niveau de 2001, soit 38,982 ME (255,71 MF), et ce malgré l'achèvement de plusieurs programmes d'aide à caractère pluriannuel. Cette décision a pour conséquence de dégager un important potentiel de redéploiement au bénéfice de la création d'une nouvelle aide à la distribution des quotidiens nationaux d'information politique et générale.

**Les abonnements de l'État à l'AFP font par ailleurs l'objet d'une augmentation de 1,5% par rapport au budget de l'agence voté en mars dernier.**

En outre, le gouvernement est favorable à la reconduction du mécanisme de l'article 39 bis, qui institue des franchises d'impôt au profit des entreprises de presse.

### a) Une nette croissance du rendement prévisionnel de la taxe sur le « hors médias »

La presse quotidienne bénéficie du dispositif d'aide à ses projets de développement instauré en 1998 à travers le fonds de modernisation de la presse quotidienne et assimilée d'information politique et générale dont les ressources proviennent d'une taxe sur certaines dépenses de publicité « hors médias » qui ali-

mentent le compte d'affectation spéciale n° 902-32.

Alors que les recettes annuelles de ce fonds étaient restées stables entre 1999 et 2001, elles s'élèveront en 2002 à environ 28,965 ME (190 MF), soit une progression atteignant 19% par rapport à 2001.

La croissance ainsi attendue correspond au bon niveau des investissements « hors médias », observé en 2000, qui paraît devoir se maintenir en 2001. Cette progression est aussi le résultat de l'action que les services économiques et financiers ont initié, selon le souhait du ministère de la culture et de la communication, afin d'obtenir, grâce à une information spécifique à destination des entreprises redevables, un rendement de cette taxe mieux en rapport avec la base taxable.

### b) Un important potentiel de redéploiement des aides budgétaires directes et création d'une nouvelle aide

Plusieurs programmes d'aide pluriannuelle seront menés à terme d'ici 2002 après avoir rempli avec efficacité leurs objectifs ; ils représentaient 1,753 ME (11,5 MF) en 2001. Le gouvernement a cependant décidé la reconduction au niveau de l'exercice précédent des crédits du chapitre 41-10 qui regroupe les aides budgétaires directes à la presse, soit 38,982 ME (255,71 MF), ce qui permet une marge importante de redéploiement utilisée, en parallèle aux ressources additionnelles du compte d'affectation spéciale, pour contribuer à aider la distribution des quotidiens. S'appuyant sur les travaux de la table ronde réunie sous l'égide du conseil supérieur des messageries de presse, cette aide visera

# 3.1

## Des ressources en forte progression

à participer aux surcoûts spécifiques attachés à la distribution de ces quotidiens. Elle sera complétée par l'accompagnement social du plan de modernisation des Nouvelles messageries de la presse parisienne, à travers la signature d'un dispositif de cessation d'activité de certains travailleurs salariés (CATS), en collaboration avec la Délégation générale à l'emploi.

Ainsi, le gouvernement concrétise son engagement en faveur du renforcement du système coopératif de distribution, condition du pluralisme et de la liberté de la presse.

Dans le même temps, les divers fonds d'aide précédemment en vigueur sont consolidés avec les ajustements nécessaires : remboursement à la SNCF des réductions de tarifs accordées à la presse, fonds d'aide au portage de la presse, aide à la transmission par fac-similé des quotidiens, fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger, aide aux publications hebdomadaires régionales et locales, aide aux quotidiens régionaux départementaux et locaux d'information politique et générale à faibles ressources de petites annonces, aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires, fonds presse et multimédia.

### c) Un engagement renouvelé de l'État en faveur du développement de l'Agence France Presse

Les abonnements souscrits par l'État auprès de l'Agence France Presse s'établiront en 2002 à 95,890 ME (629 MF), soit une augmentation de + 2,6 % par rapport à la loi de finances initiale pour 2001 et de +1,5% par rapport au budget adopté en mars dernier par le conseil d'administration de l'AFP.

Les pouvoirs publics ont acté, lors de ce même vote, le principe d'un apport financier, quelle qu'en soit la forme exacte, d'un montant global de 15,2 ME (100 MF). L'État prend ainsi toute sa part à l'équilibre de gestion de l'Agence et à la mise en œuvre du plan pluriannuel de développement et de diversification engagé par sa direction.

## 3.2

# Audiovisuel public : financement renforcé au profit des programmes

Depuis le budget 1998, la priorité du Gouvernement a été de rééquilibrer structurellement le financement de l'audiovisuel public, en rupture avec le désengagement de la précédente majorité entre 1993 et 1997.

L'effort public consacré au secteur audiovisuel public entre 1998 et 2002 le démontre : la ressource publique a progressé de plus de 35 % sur cette période, soit de plus de 4,3 milliards de francs. En 1997, la loi de finances initiale diminuait de 3,9 % ce même budget. Cela a été permis par :

- le remboursement intégral des exonérations de redevance par le budget de l'Etat : cet engagement, inscrit dans la loi le 1er août 2000, a été réalisé en deux étapes, dont une par anticipation en LFI 2000. Pleinement tenu en 2001, il est aujourd'hui confirmé dans le budget 2002 ;
- la baisse de la durée maximale des écrans publicitaires sur

France 2 et France 3, qui vise à desserrer la contrainte de dépendance des programmes par rapport aux recettes publicitaires, alors que de façon concomitante la ressource publique est renforcée.

Concrètement, la part du financement public donne une nouvelle assise aux organismes du secteur. Cette part est ainsi passée des deux-tiers de leur budget à une proportion désormais structurellement supérieure aux trois-quarts, précisément à 76,6% en 2002. La stabilité des recettes pour les équipes en place s'en trouve améliorée, dans des conditions qui permettent une plus grande liberté dans la programmation.

## Un budget au service du développement des programmes

### Ce renforcement du budget du secteur profite en priorité aux programmes

Conformément aux engagements du Gouvernement, la plus grande partie des moyens nouveaux alloués depuis 1998 en loi de finances ont été prioritairement affectés à l'acquisition de programmes. Ainsi, de 1998 à 2001 les budgets de programmes de France Télévision et d'Arte France ont respectivement augmenté de 106 ME et de 10,6 ME, soit une progression annuelle d'environ 5 % en moyenne sur la période. La radio publique bénéficie également du renforcement du financement, qui profite aux programmes, mais selon d'autres modalités. Outre la modernisation des moyens de production et de diffusion, l'important chantier de développement au profit de la diversité et de la proximité des antennes, et des programmes, à travers le développement du réseau France Bleu de Radio-France, n'aurait pu voir le jour sans un soutien renforcé de l'État.

### La production audiovisuelle renforcée

Le nouveau cadre réglementaire régissant la production audiovisuelle va trouver en 2002 sa traduction concrète dans les cahiers des missions et des charges ainsi que dans les budgets de France 2, France 3 et La Cinquième .

Ainsi, les taux des obligations en matière d'investissement dans la production audiovisuelle des diffuseurs publics devraient,

dans la suite des négociations entamées par le secteur public avec les organismes professionnels en anticipation du nouveau décret, être portés en 2002 à 18,5% pour France 2, 19% pour France 3, et 16% pour la Cinquième.

Le renforcement du financement du secteur public et par ailleurs les dispositions réglementaires relatives à la production audiovisuelle - qui ont bénéficié des effets favorables du marché -, aboutissent à une croissance entre 1998 et 2002 de 50 % environ de la contribution à la production audiovisuelle des grandes chaînes hertziennes. Environ 1/3 de cette hausse, soit + 500 MF, résulte directement de la contribution du service public, du fait de la croissance du niveau de ses ressources et de celle du taux de ses obligations.

Au-delà des effets quantitatifs décrits ci-dessus, la réforme devrait inciter à des rapports contractuels mieux équilibrés entre diffuseurs et producteurs, notamment en ce qui concerne l'étendue des droits négociés et donc leur fluidité, les pratiques en matière de rediffusion et la meilleure exposition de ces œuvres sur différents supports. Il a par ailleurs été recommandé aux diffuseurs publics d'être tout particulièrement attentifs au maintien de leur effort en faveur du documentaire et des programmes pour la jeunesse, notamment en ce qui concerne l'animation.

## Audiovisuel public : réussir le numérique

La numérisation, qu'il s'agisse de la production audiovisuelle, ou de sa diffusion, est porteuse de perspectives majeures de développement. Le budget 2002 permet de lancer, dans cette optique, des projets importants.

### 1) La diffusion 24h/24 d'ARTE et de La Cinquième

Deux chaînes du service public de création relativement récente mais d'identité affirmée, La Cinquième et ARTE, disposeront d'une pleine visibilité grâce à la numérisation des réseaux de diffusion, à travers le lancement du numérique hertzien. Dès

2002, ces deux chaînes vont entamer la préfiguration de leur diffusion hertzienne en ouvrant de nouvelles cases de programmation inédite sur le câble et le satellite.

### 2) Le développement du service public dans une offre audiovisuelle qui s'élargit grâce au numérique hertzien

Dans la pluralité des modes de diffusion - hertzienne, câblée ou satellite - seule la diffusion hertzienne, une fois les équipements numériques mis en place, permet une véritable gratuité pour le téléspectateur. Le service public est le vecteur unique permettant d'enrichir l'offre gratuite de programmes de qualité qui ne dépendent pas d'une grille déterminée par les impératifs de recettes publicitaires.

Pour les nouveaux projets de service public, qui répondront à des normes fixées par leur cahier des missions et des charges, il a été décidé, comme l'a annoncé le Premier ministre en mars dernier, de privilégier trois axes forts du service public :

- l'information grâce à une chaîne d'information continue de service public : l'accessibilité de tous à une information actualisée, impartiale et indépendante des intérêts économiques est au cœur de la légitimité d'un service public de l'audiovisuel.
- la proximité grâce à la création d'un réseau de 8 chaînes régionales s'appuyant sur les unités et bureaux régionaux de France 3 : la proximité fait partie à la fois des attentes des citoyens - comme en témoigne le succès des éditions locales de France 3 et celui des radios de pays de Radio-France - et de l'identité historique de France 3. La création d'un réseau de chaînes régionales permet ainsi de rencontrer l'attente des

téléspectateurs et de valoriser le savoir-faire de France 3.

- une chaîne qui, sur la base d'une multi-diffusion du meilleur du service public et de la création de nouveaux programmes, en partenariat avec Arte-France, proposera une offre plus spécifiquement destinée au public familial : cette chaîne permettra de diffuser à des horaires complémentaires les programmes des chaînes publiques, et donc de rendre accessibles un certain nombre de programmes à des publics différents. De plus, des émissions inédites rendront compte notamment de l'actualité culturelle.

**Le financement de cet élargissement du périmètre de l'offre publique repose sur des ressources compatibles avec une progression raisonnable des dépenses publiques.**

En effet, les moyens nécessaires au développement des nouvelles chaînes du groupe France Télévision sont, du fait des efforts de productivité demandés au groupe, limités. À côté des ressources publiques allouées annuellement à France Télévision, une recapitalisation du groupe à hauteur de 152,45 ME (1 000 MF) permettra de financer le lancement de ces nouvelles chaînes de service public.

### 3) De nouvelles opportunités pour l'expression des diversités

France 3, grâce notamment à la modernisation de ses moyens de productions, continue de développer son volume de diffusion régionale. A travers des émissions rassemblant autour de thèmes de société l'expression des diverses sensibilités des territoires, elle permet une exposition fédératrice des diversités locales. D'autre part, France 3 est évidemment la structure mère qui permettra de développer le projet de chaînes régionales du groupe France Télévision sur le numérique hertzien. Radio-France poursuit le développement de son réseau France Bleu visant à développer son offre de proximité, grâce notamment à la modernisation de ses moyens de production, dans le cadre d'un ambitieux plan de numérisation qui a vocation à couvrir également la diffusion.

L'objectif du réseau France Bleu est à moyen terme de renforcer et de développer l'implantation territoriale de Radio France par le développement d'un réseau de nouvelles radios locales et la mise en place d'une syndication de programmes comme moelle épinière du réseau. Fédérant et regroupant sous

une enseigne commune les 38 radios locales existantes dont le nombre a été porté à 40 à la fin de l'année 2000 avec l'ouverture de deux nouvelles stations à Nice (France Bleu Azur) et Metz (France Bleu Lorraine Nord), le réseau France Bleu devrait comprendre à terme 55 stations locales et couvrir ainsi 80% du territoire contre 50% aujourd'hui.

Enfin, la période qui vient sera également l'occasion de nouvelles opportunités pour l'expression des diversités à travers les télévisions locales et les chaînes citoyennes de proximité, quel qu'en soit le vecteur : câble, hertzien analogique, numérique hertzien, voire Web TV. Elles sont aujourd'hui encore trop peu nombreuses et le plus souvent dans une situation financière fragile. Une large consultation est actuellement en cours, dans le cadre d'une mission de réflexion confiée à la Direction du développement des médias, afin que le Gouvernement puisse adresser très prochainement un rapport sur ce thème au Parlement.

### 4) La numérisation est aussi au cœur d'évolutions stratégiques pour chacun des organismes du secteur public.

Conformément à la modernisation des relations entre l'Etat et les organismes du secteur public, réforme voulue par le Gouvernement et adoptée par le législateur, ces évolutions font l'objet de contractualisations, en cours ou à venir :

- La numérisation du patrimoine audiovisuel, pour son exploitation commerciale ou à destination des chercheurs, est une des priorités assignées à l'INA par son contrat d'objectifs et de moyens. Au bilan satisfaisant de sa première année d'exécution par les équipes de l'INA répond la progression exceptionnelle des ressources allouées à l'Institut pour 2002 (+7,7 %). De nombreux chantiers restent à entreprendre, dans

le sentier tracé pour 2000-2003 par le contrat d'objectifs et de moyens conclu entre l'Etat et l'INA ;

- Les nouvelles technologies de diffusion ne sont pas non plus sans conséquences pour RFO : alors que son contrat d'objectifs et de moyens est en cours de discussion, l'entreprise se trouve à un carrefour stratégique quant à son mode d'accomplissement de la mission de continuité territoriale. Le contrat d'objectifs et de moyens devra répondre aux interrogations fondamentales sur la stratégie de la société suscitées par ce nouvel environnement technologique, et surtout permettre de mieux répondre aux attentes de nos concitoyens d'outremer.

## 3.3

Tableaux  
récapitulatifs  
des ressources  
de l'audiovisuel  
public

Ensemble du secteur

PLF 2002 PROGRESSION DU BUDGET DE 3,4% en Euros						
	LFI 2001	PLF 2002	PLF 2002 - LFI 2001		Ensemble du secteur avec des développements	
CAS n°902-15	2338,95	2418,89	79,95			
Crédits MAE RFI	68,91	69,67	0,76	Progression des ressources publiques		
Publicité	608,53	633,27	24,74	PLF 2002 / LFI 2002		3,35%
Autres ressource propres	124,69	119,69	-5,00	Progression du Budget		
				PLF 2002 / LFI 2002		3,20%
<b>Total Recettes</b>	<b>3141,07</b>	<b>3241,53</b>	<b>100,45</b>			
Progressions de ressources publiques				<i>total ressources publiques arrondies</i>		<i>Evolution des budgets en %</i>
	en %					
INA	7,7%	4,88		68,22		0,6%
Arte France	3,3%	5,78		183,53		3,4%
RFO	4,0%	7,73		199,06		3,2%
Radio France	3,3%	14,11		446,92		3,9%
RFI	3,9%	4,57		51,22		4,8%
FTV	3,1%	43,63		1469,94		3,1%
<b>TOTAL</b>	<b>3,4%</b>	<b>80,71</b>		<b>2418,89</b>		<b>3,2%</b>
	LFI 2001	Budget 2001	Moyens nouveaux et économies	Effets induits	PLF 2002	de LFI 2001 à PLF 2002
Personnel CDD & CDI	836,17	866,38	24,00	0,00	890,38	54,22
Personnel cachets et piges	136,35	125,62	3,45	0,00	129,07	-7,28
Diffusion	331,58	330,36	1,75	0,00	332,11	0,53
Impôts, taxes et pré-l. div.	202,07	199,31	6,23	7,09	212,64	10,57
Dotations aux amortissements	86,58	86,30	3,11	0,00	89,41	2,84
Programmes	1 142,59	1 148,11	33,94	0,00	1 182,04	39,45
Autres charges	405,73	395,69	10,18	0,00	405,86	0,13
<b>Total charges</b>	<b>3 141,07</b>	<b>3 151,77</b>	<b>82,66</b>	<b>7,09</b>	<b>3 241,53</b>	<b>100,47</b>

# 3.3

## Tableaux récapitulatifs des ressources de l'audiovisuel public

### France-Télévision

M Euros					
	LFI 2001	PLF 2002	PLF 2002 - LFI 2001	France - Télévision	
CAS n°902-15	1426,31	1469,94	43,63	hors numérique de terre	
				Progression des ressources publiques	
Publicité et parrainage	572,63	594,40		PLF 2002 / LFI 2001	3,1%
Autres ressources propres	64,27	62,17		Progression du budget	
				PLF 2002/ LFI 2001	3,1%
<b>Total Recettes</b>	<b>2063,21</b>	<b>2126,51</b>			
	LFI 2001		Effets	PLF 2002	
		Var/LFI 2001	induits		
Personnel CDD & CDI	423,35	10,58		433,93	
Personnel cachets et piges	56,94	1,42		58,36	
Diffusion	170,67	-0,40		170,27	
Impôts, taxes et pré-l. div.	137,89	4,80	5,84	148,53	
Dotations aux amortissements	44,10	2,01		46,12	
Programmes	1017,14	32,80		1049,93	
Autres charges	213,11	6,25		219,36	
<b>Total charges</b>	<b>2063,21</b>	<b>57,46</b>	<b>5,84</b>	<b>2126,51</b>	

## 3.3

Tableaux  
récapitulatifs  
des ressources  
de l'audiovisuel  
publicArte-France  
RFO

M Euros						
	LFI 2001	Budget 2001	PLF 2002	PLF 2002 - LFI 2001		ARTE - France
CAS n°902-15 (*)	177,76	177,76	183,53	5,79		
					<i>Progression des ressources publiques</i>	
Publicité					PLF 2002 / LFI 2001	3,3%
Autres ressource propres	1,62	1,83	1,85		<i>Progression du budget</i>	
					PLF 2002 / LFI 2001	3,4%
<b>Total Recettes</b>	<b>179,37</b>	<b>179,58</b>	<b>185,38</b>			
	LFI 2001	Budget 2001	Moyens nouveaux et économies	Effets induits	PLF 2002	
Personnel CDD & CDI	12,70	13,34	0,33		13,67	
Personnel cachets et piges	1,14	0,95	0,02		0,97	
Diffusion	19,50	19,70	0,28		19,98	
Impôts, taxes et prél. div.	2,52	1,69	0,18	0,32	2,19	
Dotations aux amortissements	0,99	1,07			1,07	
Programmes	69,85	72,84	3,49		76,33	
Autres charges	72,66	70,00	1,17		71,18	
<b>Total charges</b>	<b>179,37</b>	<b>179,58</b>	<b>5,48</b>	0,32	<b>185,38</b>	

	LFI 2001	Budget 2001	PLF 2002	PLF 2002 - LFI 2001		RFO
CAS n°902-15	191,32	191,55	199,06	7,73		
					<i>Progression des ressources publiques</i>	
Publicité	14,48	14,48	13,72		PLF 2002 / LFI 2001	4,0%
Autres ressource propres	7,84	7,84	7,61		<i>Progression du budget</i>	
					PLF 2002/LFI2001	3,2%
<b>Total Recettes</b>	<b>213,64</b>	<b>213,87</b>	<b>220,38</b>			
					NB: hors rebasage, la progression des ressources publiques est de 2,8%	
	LFI 2001	Budget 2001	Moyens nouveaux et économies	Effets induits	PLF 2002	
Personnel CDD & CDI	106,96	114,14	5,72		119,86	
Personnel cachets et piges	8,23	8,45	0,21		8,66	
Diffusion	31,65	32,17			32,17	
Impôts, taxes et prél. div.	7,76	9,28		0,30	9,58	
Dotations aux amortissements	9,53	9,53			9,53	
Programmes	11,28	10,90			10,90	
Autres charges (*)	38,23	29,41	0,26		29,68	
<b>Total charges</b>	<b>213,64</b>	<b>213,87</b>	<b>6,29</b>	0,30	<b>220,38</b>	

# 3.3

## Tableaux récapitulatifs des ressources de l'audiovisuel public

### Radio-France

Meuros					
	LFI 2001	Budget 2001	PLF 2002	PLF 2002 - LFI 2001	
<b>CAS n°902-15</b>	<b>432,80</b>	<b>432,80</b>	<b>446,92</b>	<b>14,12</b>	
					<b>RADIO France</b>
					<i>Progression des ressources publiques</i>
Publicité	20,58	22,87	24,09		PLF 2001 / LFI 2000 <b>3,3%</b>
Autres ressources propres	14,60	14,94	15,23		<i>Progression du budget</i>
					PLF 2001 / LFI 2000 <b>3,9%</b>
<b>Total Recettes</b>	<b>467,99</b>	<b>470,61</b>	<b>486,24</b>		
	LFI 2001	Budget 2001	Moyens nouveaux et économies	Effets induits	PLF 2001
Personnel CDD & CDI	191,61	210,93	5,27		216,20
Personnel cachets et piges	62,14	51,41	1,29		52,69
Diffusion	75,83	74,18	1,48		75,65
Impôts, taxes et prél. div.	44,85	44,18	0,96	0,55	45,70
Dotations aux amortissements	16,94	16,92	0,76		17,68
Programmes	35,43	32,38			32,38
Autres charges	41,19	40,61	5,32		45,91
<b>Total charges</b>	<b>467,99</b>	<b>470,61</b>	<b>15,07</b>	<b>0,55</b>	<b>486,24</b>

## 3.3

Tableaux  
récapitulatifs  
des ressources  
de l'audiovisuel  
public

Radio-France-International

Institut national  
de l'audiovisuel

M Euros						
	LFI 2001	Budget 2001	PLF 2002	PLF 2002 - LFI 2001		RFI
CAS n°902-15	47,41	47,41	51,22	3,81		
Crédits MAE*	68,91	68,91	69,67	0,76	<i>Progression des ressources publiques</i>	
Publicité	0,84	1,07	1,07		PLF 2002 / LFI 2001	3,9%
Autres ressources propres **	0,35	6,14	1,16		<i>Progression du budget</i>	
					PLF 2002/ LFI 2001	4,8%
<b>Total Recettes</b>	<b>117,51</b>	<b>123,53</b>	<b>123,12</b>			
	LFI 2001	Budget 2001	Moyens nouveaux et économies	Effets induits	PLF 2002	
Personnel CDD & CDI	48,13	51,77	1,29		53,07	
Personnel cachets et piges	5,38	5,58	0,14		5,72	
Diffusion	33,94	34,04			34,04	
Impôts, taxes et pré-l. div.	6,30	3,58		0,08	3,66	
Dotations aux amortissements	3,66	3,66			3,66	
Programmes	8,89	12,50			12,50	
Autres charges ***	11,22	12,39	-1,92		10,47	

M Euros						
	LFI 2001	Budget 2001	PLF 2002	PLF 2002 - LFI 2001		INA
CAS n°902-15	63,34	63,34	68,22	4,88		
					<i>Progression des ressources publiques</i>	
Publicité					PLF 2002 / LFI 2001	7,7%
Autres ressources propres	36,01	35,26	31,68		<i>Progression du budget</i>	
					PLF 2002/ LFI 2001	0,6%
<b>Total Recettes</b>	<b>99,35</b>	<b>98,60</b>	<b>99,90</b>			
	LFI 2001	Budget 2001	Moyens nouveaux et économies	Effets induits	PLF 2002	
Personnel CDD & CDI et Personnel cachets et piges	53,42	52,85	0,79		53,65	
	2,52	2,30	0,37		2,67	
Diffusion					0,00	
Impôts, taxes et pré-l. div.	2,74	2,68	0,29		2,97	
Dotations aux amortissements	11,36	11,02	0,32		11,34	
Programmes					0,00	
Autres charges + Equipement	29,32	29,74	-0,47		29,27	
<i>dont équipement</i>	2,79	2,79			2,79	
<b>Total charges</b>	<b>99,35</b>	<b>98,60</b>	<b>1,30</b>		<b>99,90</b>	

## 3.4

# Le renforcement des aides pour la presse

L'action de l'État en faveur de la presse écrite s'organise autour de trois axes : le soutien à la diffusion et à la distribution, la défense de la diversité des titres, et le concours aux projets de modernisation industrielle et éditoriale des entreprises.

### 1) Aider à la diffusion pour soutenir la conquête et la fidélisation des lecteurs.

Les aides de l'État à la presse écrite contribuent à développer complémentaires les différents modes de diffusion. Le projet de budget 2002 garantit la bonne mise en œuvre de plusieurs types d'aides qui ont fait la preuve de leur efficacité en vue de soutenir le développement du lectorat des divers titres :

Depuis 1998, le dispositif de remboursement des charges téléphoniques est remplacé par l'**aide à la transmission par fac-similé** qu'il a semblé utile de prolonger en 2002 tout en prenant en compte la stabilisation des besoins des entreprises. Les bénéficiaires de ce fonds sont les quotidiens imprimés dans un centre différent du lieu d'édition. Par ce biais, l'impression décentralisée en province des quotidiens nationaux est favorisée, ce qui entraîne une meilleure gestion des coûts de distribution. Le PLF 2002 prévoit de doter le fonds d'aide à la transmission par fac-similé de 0,60 ME (4 MF).

A partir de 1997, les pouvoirs publics ont souhaité développer le **portage de la presse**. En effet, le recours au portage présente de nombreux avantages pour les entreprises de presse. Il permet une fidélisation des lecteurs sans provoquer d'inventus supplémentaires. Le mode de répartition des crédits accompagne les investissements importants liés à la conquête de nouveaux abonnés, en accordant un soutien prioritaire aux entreprises dont le nombre d'abonnés a le plus progressé. Depuis 1997, les crédits budgétaires alloués à ce fonds ont progressé de plus de 250 % et concernent une soixantaine de titres de la presse

quotidienne nationale, régionale et départementale. En 2002, 8,09 ME (53,13 MF) seront consacrés à ce mode de distribution auxquels il convient d'ajouter le reliquat de paiement de l'aide aux cotisations sociales de portage afférente à l'exercice 2001\*, soit 1,06 ME (7 MF).

L'État apporte une aide spécifique au **transport ferroviaire** qui permet à la presse de bénéficier d'un tarif préférentiel. En 2002, le montant de la dotation budgétaire, 13,72 ME (90MF), prend en compte l'apurement de la dette en 2001, les tonnages prévisibles et les modalités d'aide appliquées à 2001.

Les crédits du fonds d'aide à l'**expansion de la presse française à l'étranger** sont destinés aux entreprises qui déposent des demandes à titre individuel, et aux éditeurs représentés collectivement par les Nouvelles messageries de la presse parisienne et Unipresse. En 2002, le fonds d'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger atteindra 3,70 ME (24,3 MF), ses crédits ont progressé de plus de 13 % depuis 1997. Le redéploiement entrepris en 2001 au profit des éditeurs individuels sera poursuivi.

Le **fonds d'aide à la presse hebdomadaire régionale** permet de favoriser la diffusion de titres dont le maintien est indispensable au pluralisme et à la cohésion du tissu économique et social. Depuis 1997, les crédits de ce fonds ont augmenté de 33 %. En 2000, près de 200 titres ont pu bénéficier d'une aide. Les crédits 2002 destinés à ce fonds atteindront : 1,41 ME (9,31 MF).

\* En 2002, la dotation de 1,067 143 millions d'euros (7MF) permettra de rembourser les charges sociales de portage du premier semestre 2001, date de l'échéance du fonds institué pour cinq ans en 1996.

## 2) Défendre la diversité des titres

La défense du pluralisme ne peut ignorer l'inégalité de potentiel économique existant entre les titres ou les catégories de presse notamment en ce qui concerne leur accès aux marchés de la publicité et des petites annonces. Deux fonds spécifiques ont ainsi été créés en faveur des quotidiens d'information politique et générale présentant à cet égard une particulière vulnérabilité économique.

En 2002, **les aides en faveur de la presse nationale d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires** s'établiront à 4,62 ME (30,36 MF), ce qui, compte-tenu de la forte revalorisation opérée au vu de la conjoncture très défavorable de 2001, correspond à une croissance de 14 % par

rapport à l'année 2000. Depuis 1997, la dotation de ce fonds a presque doublé. Cinq quotidiens auront bénéficié de cette aide en 2001, au premier rang desquels *L'Humanité* et *La Croix*. Ils bénéficient corrélativement de tarifs postaux spécifiques.

Pour sa part, le fonds d'**aide aux quotidiens régionaux, départementaux et locaux à faibles ressources de petites annonces** verra ses crédits portés à 1,38 ME (9,11 MF), ce qui représente une augmentation de plus de 16 % depuis 1997. Une quinzaine de quotidiens régionaux et locaux aura bénéficié de ce fonds en 2001.

## 3) Inciter à la modernisation éditoriale et industrielle des entreprises de presse

Le renforcement de l'efficacité du dispositif d'aides publiques à la presse a conduit depuis 1997 à mettre en place des mécanismes dotés de ressources nouvelles qui ne visent plus seulement à atténuer les charges d'exploitation des éditeurs, mais à les accompagner de manière incitative et dynamique dans leurs projets de modernisation industrielle et éditoriale, et plus particulièrement dans les réorganisations ou diversifications qu'appellent les nouvelles technologies. Deux fonds nouveaux concourent à ces objectifs : **le fonds presse et multimédia et le fonds de modernisation**.

La création du fonds de modernisation résulte de la conjonction d'une volonté affirmée par le Gouvernement dès 1997 et d'une initiative parlementaire en 1998. L'objet de ce fonds est d'aider, par des subventions ou des avances remboursables, au financement des projets de nature industrielle, rédactionnelle ou

commerciale portés par les agences de presse et les quotidiens et assimilés d'information politique et générale. Mis en place en 1999, ce fonds est alimenté par une taxe de 1% sur certaines dépenses de publicité hors médias. L'année 2001 a été marquée par l'adoption du premier rapport d'activité du comité d'orientation de ce fonds relatif aux exercices 1999 et 2000. Ce rapport fait le point sur la répartition des aides entre les différentes familles de presse : la presse quotidienne nationale a bénéficié de 30 % des aides (soit 110,7 MF), la presse quotidienne régionale de 48,5 % (181,9 MF), la presse quotidienne départementale de 11 % (soit 40,5 MF), la presse hebdomadaire régionale de 7,5 % (soit 28,6 MF), et les agences de presse de 3% (soit 11,7 MF). Les projets de modernisation présentés par les entreprises concernent majoritairement la chaîne de fabrication et l'informatisation de la rédaction.

## 3.4

# Le renforcement des aides pour la presse

A ce jour et depuis la création de ce fonds, plus de 67 ME (439,5 MF) ont bénéficié aux titres concernés.

La forte progression des ressources attendues en 2002 (+19%) permettra de reconduire le montant annuel global consacré au soutien des projets de modernisation au niveau des recettes constatées sur les deux derniers exercices (24,39 ME soit 160 MF), tout en allouant un montant de 4,57 ME (30 MF) à un autre "guichet" destiné à aider la distribution des quotidiens nationaux. Cette nouvelle voie conduit à proposer de modifier les textes régissant le fonds de modernisation.

Par l'intermédiaire du **fonds presse et multimédia**, les pouvoirs publics apportent leur soutien aux projets des diverses catégories de presse tendant notamment à la numérisation de leurs fonds éditoriaux et à leur présence sur les nouveaux réseaux de communication.

Le fonds accorde à cette fin des avances partiellement remboursables.

Depuis la création du fonds, 74 avances ont été accordées pour un montant total de plus de 7,77 ME (51 MF), ce qui a permis de financer des investissements de plus de 43,14 ME (283 MF). Ces aides contribuent directement à l'amélioration de la qualité des sites internet de la presse écrite.

Les ressources disponibles, résultant notamment des remboursements des avances antérieurement consenties aux entreprises de presse et des reliquats de gestions antérieures, assureront en gestion 2002 un encours suffisant à l'octroi de nouvelles avances au rythme des exercices précédents, sans qu'il soit nécessaire d'abonder ce fonds en loi de finances initiale.

## 3.5

# Une nouvelle aide pour les quotidiens nationaux

Le Gouvernement a mobilisé en 2002 d'importantes ressources en vue de répondre à la demande des quotidiens nationaux d'information politique et générale qui constituent un enjeu décisif au regard du pluralisme.

### 1) La mise en place d'un dispositif d'aide à la distribution des quotidiens nationaux d'information politique et générale

Cette action des pouvoirs publics vise à participer aux surcoûts spécifiques des circuits de distribution des quotidiens. Elle sera allouée aux quotidiens nationaux d'information politique et générale, de langue française paraissant au moins cinq fois par semaine, inscrits à la commission paritaire des publications et agences de presse. De manière concomitante à travers un dispositif de cessation d'activité de certains travailleurs salariés, l'État prendra en compte l'accompagnement social de la modernisation de l'entreprise des Nouvelles messageries de la presse parisienne.

Compte tenu de l'ampleur du besoin et de l'origine des ressources mobilisables à cet effet, deux mécanismes d'aides com-

plémentaires mais faisant l'objet d'une gestion distincte seront mis en place en 2002 :

- Le premier fera l'objet d'un financement par l'allocation de 4,57 ME (30 MF) provenant des ressources en forte expansion (+19%) du compte d'affectation spéciale recueillant le produit de la taxe de 1% sur le « hors médias.»
- Le second sera financé sur les crédits budgétaires du chapitre 41-10 qui fera masse, en gestion 2002, de la dotation inscrite au titre de cette nouvelle aide et des reports disponibles à l'issue de l'exercice 2001.

Au total, les diverses ressources disponibles en gestion 2002 en faveur de la distribution des quotidiens concernés avoisineront 12,2 ME (80 MF).

## 2) Une nomenclature budgétaire simplifiée et évolutive

Ces dernières années, le gouvernement a entendu recentrer son action, notamment en faveur de la presse quotidienne d'information politique et générale, et soutenir de façon plus incitative les entreprises de presse dans leurs projets de modernisation et de diversification.

C'est précisément pour mieux consacrer cet effort de rationalisation, et dans un souci de cohérence et de simplicité, qu'est instaurée une nouvelle nomenclature du chapitre 41-10 consacré aux aides directes à la presse.

Le chapitre 41-10 ne comprend ainsi désormais que trois articles qui correspondent aux priorités du budget 2002, les divers mécanismes d'aides restant bien sûr clairement identifiés sous la forme de paragraphes.

Le premier article rassemble ainsi l'ensemble **des aides à la diffusion de la presse** : il regroupe la réduction du tarif SNCF pour le transport de presse, l'aide à la transmission par facsimilé des quotidiens, l'aide à l'expansion de la presse française à l'étranger, l'aide à la presse hebdomadaire régionale, l'aide au portage de la presse, le remboursement des cotisations

sociales de portage. Il intègre bien entendu la nouvelle aide à la distribution de la presse quotidienne nationale d'information politique et générale.

Le deuxième article réunit les différentes **aides concourant au pluralisme de la presse et au maintien de la diversité des titres** : aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale à faibles ressources publicitaires et aide aux quotidiens régionaux, départementaux et locaux à faibles ressources de petites annonces.

Enfin le troisième article concerne **les aides au développement du multimédia (fonds presse et multimédia)** qui continueront à accompagner les entreprises de presse appelées à se diversifier.

Cette modernisation de la nomenclature budgétaire permettra une meilleure identification des objectifs poursuivis par le gouvernement, tout en assurant une plus grande transparence et information de la représentation nationale et en facilitant pour les exercices à venir les redéploiements nécessités par l'évolution des priorités.