

Presse écrite

Des initiatives pour protéger la liberté, le pluralisme et l'indépendance des médias

Inscrite dans la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789, la libre communication des pensées et des opinions est un droit de portée constitutionnelle. Depuis la loi du 29 juillet 1881, la presse bénéficie d'un statut spécifique qui reconnaît son rôle pour la vitalité démocratique du pays. Les entreprises de médias sont soumises à des règles particulières et à une régulation dont le principe est inscrit dans la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication. Enfin, la liberté, le pluralisme et l'indépendance des médias sont inscrits dans l'article n° 11 de la loi constitutionnelle n° 2008-724 du 23 juillet 2008.

Destinée à préserver le pluralisme et à reconstituer les réseaux de presse au sortir de la Seconde Guerre mondiale, la loi du 2 avril 1947 dite « loi Bichet » institue la liberté de la diffusion de la presse et garantit l'impartialité de sa distribution. Le dispositif législatif a été revu à l'automne 2019 pour tenir compte de la baisse de diffusion de la presse papier et moderniser le système de distribution, avec l'adoption, le 18 octobre 2019, de la loi n° 2019-0244. Les kiosques numériques ont notamment été intégrés au dispositif prévu par la loi.

Pour faire face aux difficultés que le secteur rencontre depuis plusieurs années, la presse écrite, en particulier d'information générale et politique, bénéficie d'un soutien fort de l'État grâce à un dispositif d'aides directes au secteur. Enfin, l'Agence France-Presse (AFP), opérateur de l'État, a pour mission de fournir à tout instant une information exacte, impartiale, vérifiée et digne de confiance sur l'actualité du monde entier.

Les États généraux de l'information, consultation publique associant les professionnels, les chercheurs et les citoyens, se sont tenus entre octobre 2023 et septembre 2024 à la demande du président de la République, afin de formuler des propositions à même de garantir ces principes fondamentaux, de plus en plus questionnés par la mondialisation et la numérisation de la communication. Les enjeux couvrent les effets de l'innovation technologique, notamment de l'intelligence artificielle, l'évolution du modèle économique des acteurs, l'exercice de la fonction citoyenne à l'ère numérique, l'éducation aux médias et à l'information, les conditions d'exercice du métier de journaliste, la lutte contre les ingérences étrangères et les manipulations de l'information, le rôle de l'État et de la réglementation.

À l'échelle européenne, avec l'entrée en vigueur le 1^{er} mai 2024 du règlement européen sur la liberté des médias, l'Union européenne affirme sa volonté de renforcer et de protéger l'indépendance éditoriale et le pluralisme de tous les médias (audiovisuel, audio ou presse). Parmi les différentes mesures, le texte interdit l'utilisation d'outils de surveillance à l'encontre des journalistes afin de garantir le secret des sources ; il vise à protéger l'indépendance des rédactions ou encore à limiter les suspensions arbitraires de certains contenus médiatiques par les grandes plateformes ou réseaux sociaux en ligne.

Une population de journalistes de la presse écrite en baisse

D'après l'enquête Emploi de l'Insee, 59 600 personnes déclarent être journalistes ou rédacteurs en chef à titre de profession principale en 2020. La profession est presque paritaire : sur les 59 600 journalistes et rédacteurs en chef, 49 % sont des femmes. Près des trois quarts d'entre

eux ont plus de 40 ans. Les journalistes et rédacteurs en chef sont fortement diplômés : les trois quarts d'entre eux disposent au moins d'un diplôme de niveau bac + 3. Enfin, la profession est francilienne : 54 % d'entre eux résident en Île-de-France.

La carte de presse est l'un des attributs du statut du journaliste professionnel obtenu sous condition de diplôme et de ressources dans le secteur (rémunérations issues de publications dans des titres de presse). En 2022, selon les données de l'Observatoire des métiers de la presse de l'Afdas, 34 200 journalistes sont titulaires de la carte de presse, dont près de 19 000 journalistes exerçant dans la presse écrite. Les journalistes de la presse écrite restent majoritaires parmi l'ensemble des journalistes titulaires de la carte de presse (56 %), suivis par ceux de la télévision (18 %), de la radio (10 %), des agences de presse (8 %) et autres (8 %). Leur nombre a cependant reculé de 15 % en dix ans (graphique 1), tandis qu'il a progressé dans le secteur de la télévision (+ 9 %) ou de la radio (+ 1 %). La baisse d'effectifs de la presse écrite en dix ans s'explique par les non-renouvellements de carte. Les premières demandes de cartes ont retrouvé leur niveau de 2012 (1 100 journalistes). Ces demandes en 2021 et 2022 ont permis d'effacer le creux de 2020 observé dans le contexte de la pandémie et d'enrayer une baisse tendancielle sur la période. Les premières demandes de carte sont davantage le fait de femmes que d'hommes (53 % contre 47 %), une évolution qui s'observe depuis vingt ans et entraîne la féminisation progressive du métier de journaliste.

La presse quotidienne régionale (29 %) et la presse magazine (26 %) rassemblent plus de la moitié des effectifs des journalistes titulaires de la carte de presse en 2022 ; la presse spécialisée, 22 % et la presse quotidienne nationale, 15 % (graphique 2). La presse hebdomadaire régionale concerne de faibles effectifs (6 %).

La presse magazine est le sous-secteur le plus concerné par l'effritement des effectifs de journalistes (4 900 journalistes en 2022, – 29 % par rapport à 2012). Le recul du nombre de journalistes concerne également la presse spécialisée (– 18 % entre 2012 et 2022) et, dans une moindre mesure, la presse quotidienne régionale (– 10 %). La presse quotidienne nationale, en revanche, a vu ses effectifs progresser de 12 % au cours de la même période, et ceux de la presse hebdomadaire régionale également. Le recul des premières demandes de carte de presse ne s'observe que dans les deux secteurs de la presse spécialisée (– 30 %, 233 journalistes en 2022) et de la presse magazine (– 14 %, 283 journalistes).

L'offre de titres de presse écrite

En 2023, on compte près de 3 900 titres de presse (quotidienne, hebdomadaire, mensuelle, trimestrielle et magazine confondus), dont 80 titres quotidiens, 500 hebdomadaires, 870 mensuels et 2 300 trimestriels (respectivement 2 %, 13 %, 22 % et 59 % de l'ensemble) pour une diffusion annuelle totale de 2,4 milliards d'exemplaires (– 4,4 % par rapport à 2022), soit par jour 7 millions d'exemplaires diffusés. Les ventes par abonnement représentent près de la moitié (46 %) de la diffusion totale sur support papier, les ventes au numéro un tiers (33 %), le reste concernant les services gratuits. Les invendus représentent encore plus d'un cinquième du tirage annuel total. L'ACPM recense aussi 67 millions de visites sur les sites et applications par jour.

Le nombre de titres de quotidiens d'information générale et politique nationaux et locaux est passé de 203 titres en 1946 à 60 titres en 2023 (graphique 3), avec la disparition d'une centaine de titres régionaux au cours de la période. La dernière décennie enregistre 17 titres en moins, portée par la disparition des titres gratuits, tandis que le nombre de titres de presse quotidienne nationale d'information générale nationale (*Le Monde*, *Le Figaro*, *Libération*, *L'Humanité*, *La Croix*...) reste stable. Au cours de la même période décennale, entre 2013 et 2023, le tirage journalier moyen est passé de 1,5 million d'exemplaires à 523 milliers pour la presse nationale (– 64 %), de 5,2 à 3,0 millions pour la presse régionale (– 43 %), tandis que le tirage des gratuits recule, de 2,6 millions à 480 milliers (– 82 %) (graphique 4).

La presse écrite pèse pour 9 % de l'ensemble des branches culturelles en 2021

En 2021, le secteur de la presse rassemble près de 10 250 entreprises d'édition de journaux (code NAF 58.13Z) (7 % de l'ensemble des entreprises du secteur), de revues et périodiques (58.14Z) (24 %) et d'agences de presse (63.91Z) (9 %), ainsi que d'entreprises spécialisées dans le commerce de détail de journaux et papeterie (47.62Z) (60 %) (voir fiche « Entreprises culturelles »), pour un effectif salarié de près de 48 000 équivalents temps plein. Le chiffre d'affaires de l'ensemble de ces entreprises s'élève à 10 milliards d'euros.

Au cours de la dernière décennie, la valeur ajoutée de la presse écrite a reculé de 18 %, passant de 5,5 milliards d'euros en 2012 à 4,5 milliards en 2022 (en volume) (graphique 5). Le recul de la part de la presse dans la valeur ajoutée culturelle constitue l'évolution structurelle la plus notable parmi les branches culturelles. Celle-ci diminue de 8 points entre 2000 et 2022, passant de 18 % à 9 %. Le recul de la presse sur le long terme s'explique notamment par la baisse des recettes publicitaires (graphique 6) induite par une moindre audience et par le déclin du support physique au profit de la presse en ligne. La loi n° 2019-775 du 24 juillet 2019 tendant à créer un droit voisin au profit des agences de presse et des éditeurs de presse en transposant en droit français la directive européenne (UE) 2019/790 a pour but de rééquilibrer le rapport de force financier entre les Gafam et les éditeurs de presse en imposant aux plateformes de verser un droit voisin aux titres de presse qu'elles référencent. En 2022, on estime que le trio Google, Facebook et Amazon capte 67 % des parts du marché de la publicité numérique, un marché en progression qui passe de 7,7 Mds d'euros à 8,5 Mds (+ 10 %) en une année¹.

Diffusion et distribution de la presse : une décroissance de l'activité

Le secteur de la diffusion et de la distribution doit faire face à une diminution de son activité depuis plusieurs décennies. En 2023, on compte moins de 20 000 points de vente de la presse, soit 6 600 de moins qu'en 2022, ce qui représente 6 % de fermetures en près de trois ans. Le réseau traditionnel, composé de tabacs-presse, bars, librairies-papeteries et alimentations, représente les deux tiers de ces diffuseurs. Leur nombre a reculé de 30 % au cours de la décennie (graphique 7).

Conformément à la loi n° 47-585 du 2 avril 1947 relative au statut des entreprises de groupage et de distribution des journaux et publications périodiques dite loi « Bichet », le réseau de distribution de la presse ne peut être assuré que par des sociétés coopératives de messageries de presse soumises aux dispositions de la loi du 2 avril 1947, c'est-à-dire contrôlées majoritairement par des coopératives d'éditeurs, afin de garantir l'égalité de traitement pour tous les titres de presse. Acteur historique de la distribution de la presse, Presstalis, une entreprise née après la Seconde Guerre mondiale qui distribuait 75 % de la presse française, a été placée en redressement judiciaire en mai 2020. Restructurée et rebaptisée France Messagerie en juillet 2020, la société se partage le marché avec les Nouvelles Messageries de la presse parisienne (NMPP), la Société auxiliaire pour l'exploitation des messageries parisiennes Transports Presse (TP) et les Messageries Lyonnaises de presse (MLP).

Aides à la presse : un dispositif de soutien à la diffusion, à la modernisation et au pluralisme

L'État soutient de longue date le secteur de la presse écrite afin de garantir la liberté de la presse, le pluralisme des opinions et l'information du citoyen. Il s'agit à la fois d'aides directes et de dépenses fiscales. Au total, ce sont 195,7 millions d'euros qui sont inscrits en loi de finances initiale pour 2024 (tableau 1). Près de 60 % du montant de ces aides (115 M€) sont destinés à l'aide à la diffusion de la presse papier (aide au transport postal, aide au portage et exonération de charges patronales), 28 % à l'aide à la modernisation et 13 % au soutien au pluralisme. Le

1. Source : <https://fr.statista.com/statistiques/1366271/publicite-digital-parts-de-marche-france/>

total de ces aides est quasi stable en 2024 (après + 10 % en 2023), en particulier pour soutenir la modernisation et le pluralisme qui connaissent des évolutions plus mesurées (respectivement + 2 % et + 11 %), tandis que les aides à la diffusion sont en léger recul (– 4 %).

En outre, la presse bénéficie d'un taux super-réduit de TVA (2,1 % en métropole, 1,05 % en Guadeloupe, en Martinique et à La Réunion). La loi n° 2014-237 du 27 février 2014 a étendu ce dispositif aux services de presse en ligne, un dispositif législatif conforté au niveau communautaire par un accord du Conseil de l'Union européenne du 2 octobre 2018 sur le texte révisant la directive TVA. Cette dépense fiscale, par rapport à une norme fiscale de référence de 5,5 %, est estimée à 160 millions d'euros dans le projet de loi de finances pour 2024.

Enfin, grâce à un accord-cadre, la presse bénéficie de tarifs postaux spécifiques et bonifiés.

La confiance des lecteurs dans la presse de proximité

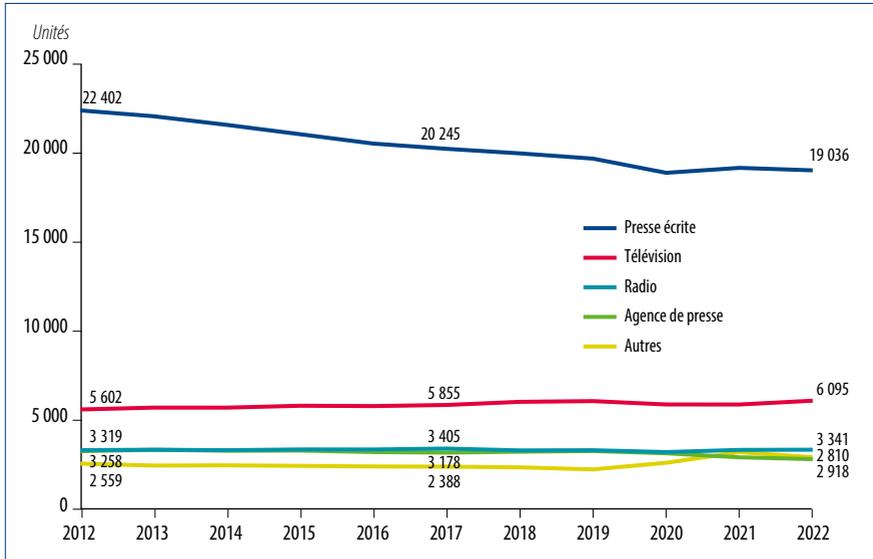
Les dépenses de consommation des ménages pour la presse sont passées de 8,2 milliards d'euros en 2010 à 4,1 milliards douze ans plus tard (en volume, voir fiche « Consommation culturelle des ménages »). Selon la 38^e édition du baromètre sur la confiance des Français dans les médias La Croix/Verian/La Poste, publié en janvier 2025, l'intérêt porté à l'actualité est au plus haut, avec 76 % des personnes interrogées qui déclarent la suivre avec un grand intérêt. Toutefois, la confiance dans les médias sur les grands sujets d'actualité rassemble 32 % des répondants fin 2024 (contre 37 % en 2023), tirée vers le bas par la défiance envers les réseaux sociaux et les influenceurs sur ces sujets.

Le baromètre annuel Media rating réalisé en janvier 2024 renseigne sur l'importance des médias locaux dans la confiance des Français : c'est à la presse régionale que près d'un Français sur deux de plus de 18 ans donne prioritairement sa confiance en matière d'information ; en incluant la télévision et la radio, 67 % des Français interrogés déclarent avoir confiance dans les médias de proximité. La confiance dans les télévisions nationales (41 %), les quotidiens nationaux (35 %) et les radios nationales (29 %) reste élevée, devant les sites internet d'information (22 %) et les réseaux sociaux (14 %) qui ferment la marche.

Pour en savoir plus

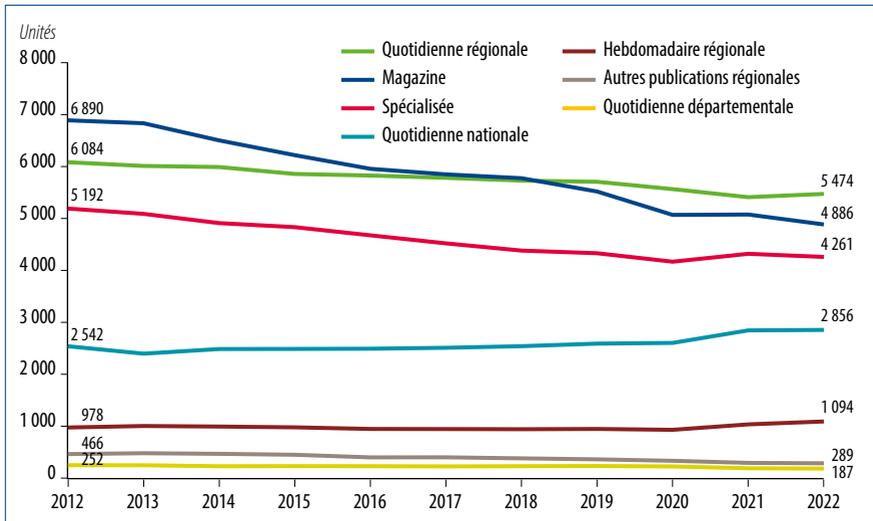
- Observatoire des métiers de la presse : <https://data.metiers-presse.org/>
- Laurent LAFON et David ASSOULINE, *Rapport fait au nom de la commission d'enquête afin de mettre en lumière les processus ayant permis ou pouvant aboutir à une concentration dans les médias en France et d'évaluer l'impact de cette concentration dans une démocratie*, Sénat, n° 593, 29 mars 2022 : <https://www.senat.fr/rap/r21-593-1/r21-593-11.pdf>
- Observatoire de l'e-pub, 30^e édition, juillet 2023 : <https://www.sri-france.org/observatoire-epub/30eme-edition/>
- Nicolas PIETRZYK, *Le Poids économique de la culture en 2022*, Paris, Ministère de la Culture, DEPS, coll. « Culture études », 2024
- *Baromètre 2025 de la confiance des Français dans les médias* : <https://www.veriangroup.com/fr/news-and-insights/barom%C3%A8tre-de-la-confiance-des-fran%C3%A7ais-dans-les-media>

Graphique 1 – Évolution de la population de journalistes titulaires de la carte de presse par média, 2012-2022



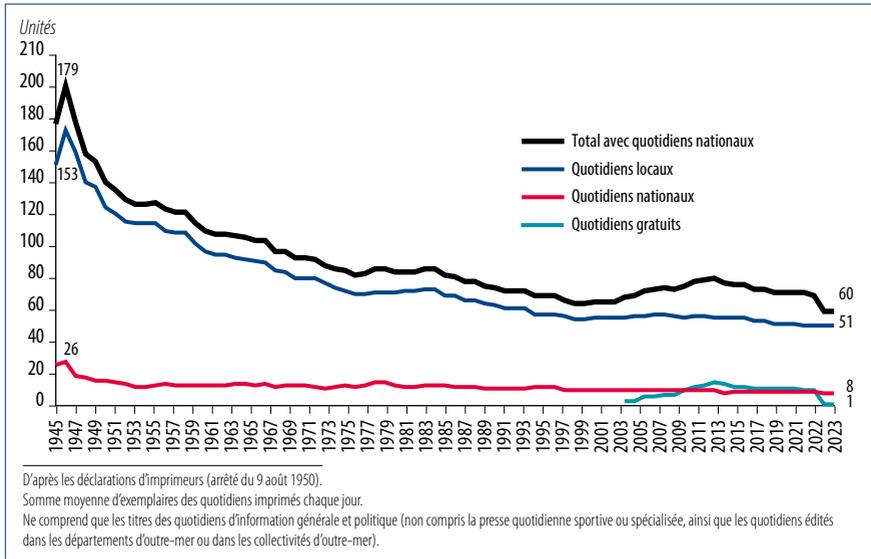
Source : Données Observatoire des métiers de la presse – Afdas/CCIJP/DEPS, Ministère de la Culture, 2024

Graphique 2 – Répartition de la population de journalistes titulaires de la carte de presse par sous-secteurs de la presse écrite, 2012-2022



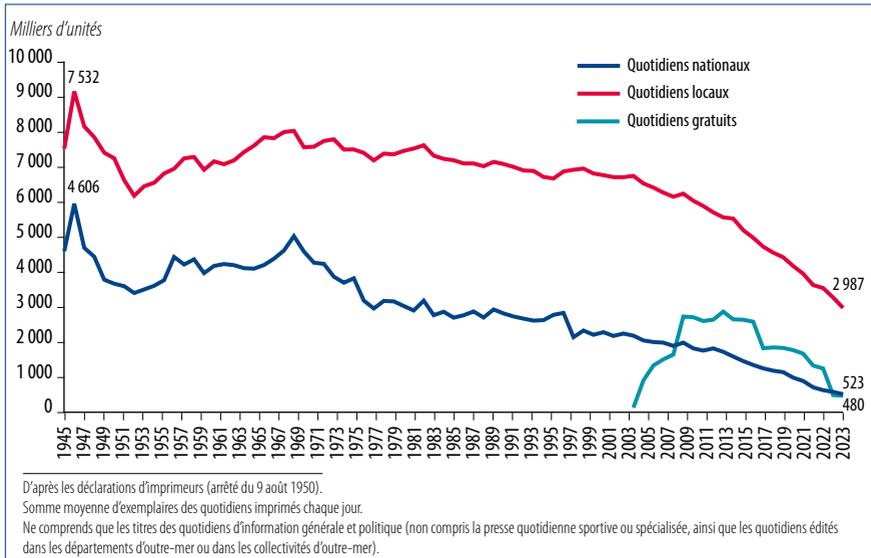
Source : Données Observatoire des métiers de la presse – Afdas/CCIJP/DEPS, Ministère de la Culture, 2024

Graphique 3 – Nombre de titres de quotidiens d’information générale et politique, 1945-2023



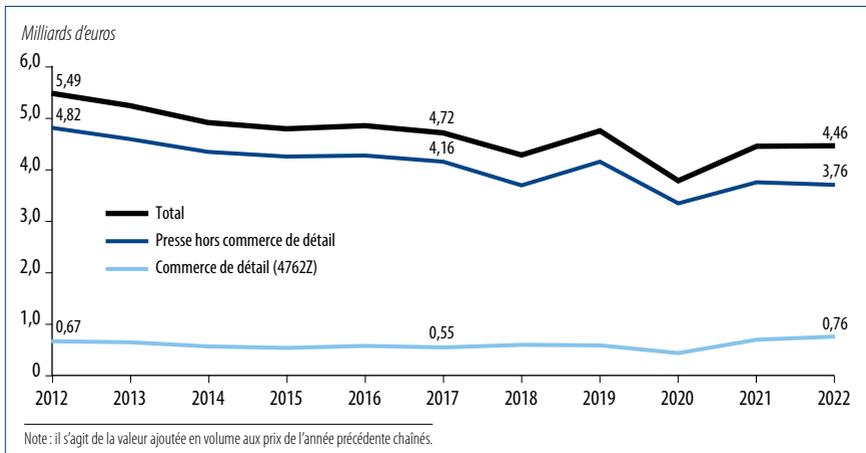
Source : ACPM – DGMI/DEPS, Ministère de la Culture, 2024

Graphique 4 – Tirage total moyen journalier des quotidiens d’information générale et politique, 1945-2023



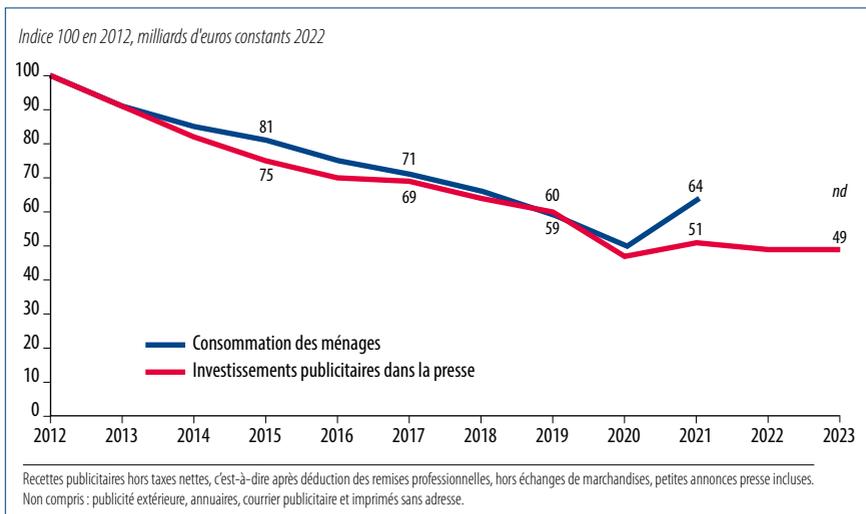
Source : ACPM – DGMI/DEPS, Ministère de la Culture, 2024

Graphique 5 – Valeur ajoutée de la presse, 2012-2022



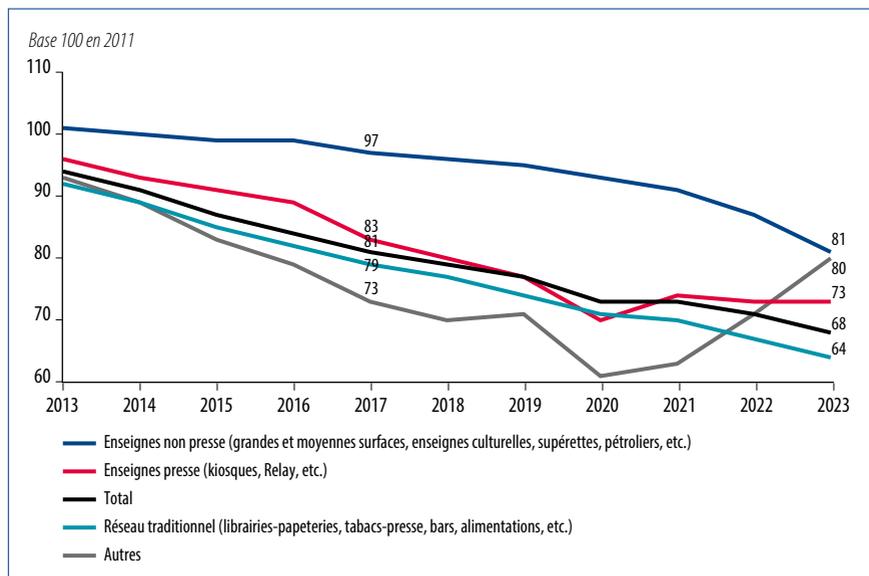
Source : Insee, comptes nationaux – base 2014/DEPS, Ministère de la Culture, 2024

Graphique 6 – Indices d'évolution des investissements publicitaires dans la presse écrite, 2012-2023



Source : Irep/Observatoire de l'e-pub du SRI/DEPS, Ministère de la Culture, 2024

Graphique 7 – Évolution du nombre de points de vente de la presse, 2013-2023



Source : France messagerie/DEPS, Ministère de la Culture, 2024

Tableau 1 – Aides directes de l'État à la presse, 2014-2024

En millions d'euros courants

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Total	135,1	130,1	128,8	125,9	118,5	113,5	110,9	116,9	179,2	196,5	195,7
Aides à la diffusion		58,5	57,7			40,9	39,4	39,4	101,7	119,0	114,7
dont Aide au transport postal de la presse d'information politique et générale*	///	///	///	///	///	///	///	///	62,3	72,2	68,2
Aides au pluralisme		11,5	15,5			16	16	22,0	22,0	23,3	25,9
dont Aide aux quotidiens nationaux d'information politique et générale et à faibles ressources publicitaires		8,7	8,7	12,7		13,2	13,2	13,2	13,2	14,4	17,1
Aides à la modernisation		60,1	55,6			56,6	55,5	55,5	55,5	54,3	55,1
dont Fonds stratégique pour le développement de la presse		30,9	30,5	29,7		17,4	16,5	16,5	16,5	15,4	16,3

Note : d'après les lois de finances initiales (LFI, crédits de paiement).

* Crédits transférés vers le programme 134 « Développement des entreprises et du tourisme ». Depuis la LFI 2022, Matignon a arbitré le versement de la dotation sur le programme 180 « Presse et médias ».

Compensation des missions d'intérêt général à l'Agence France-Presse (AFP) : 113,3 millions d'euros en 2022, 113,3 millions d'euro en 2021, 113,8 millions d'euro en 2020, 113,5 millions d'euros en 2019, 110,8 en 2018 ; 113,4 millions d'euros en 2010, 115,4 millions d'euros en 2011, 117,5 millions d'euros en 2012 et 119,6 millions d'euros en 2013 ainsi que la réserve parlementaire.

Source : Ministère de l'Économie et des Finances/DEPS, Ministère de la Culture, 2024