



Liberté • Égalité • Fraternité

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE



FONDS STRATEGIQUE POUR LE DEVELOPPEMENT DE LA PRESSE

RAPPORT D'ACTIVITE

– Exercice 2015 –

<p>FONDS STRATÉGIQUE POUR LE DÉVELOPPEMENT DE LA PRESSE</p> <p>BILAN 2015</p>

Table des matières

Présentation.....	3
Rapport d'activité 2015.....	5
A) Présentation du FSDP.....	5
B) Présentation du club des innovateurs.....	7
C) Crédits 2015.....	7
D) Nombre de dossiers examinés et soutenus.....	8
E) Doctrine du fonds stratégique.....	8
I. La répartition des aides par type de demandes.....	9
A) Répartition par montant.....	9
B) Répartition par famille de presse.....	10
C) Répartition IPG – non IPG par famille de presse.....	12
D) Répartition par groupe de presse.....	13
E) Répartition par nature d'investissements.....	15
II. Répartition des aides par bénéficiaire.....	16
A) Les projets concernant les publications papier.....	16
B) Les projets concernant les services de presse en ligne.....	17
C) Projets concernant des projets bi-médias.....	19
D) Projets collectifs.....	19
E) Projets des agences de presse.....	20
III. Les projets innovants au regard des pratiques du secteur.....	20
A) Les projets innovants au regard des pratiques du secteur.....	20
B) Les développements jugés innovants au regard des pratiques du secteur.....	22
IV. Incidence des projets soutenus sur l'emploi.....	23
V. Les cas de rejets et recours gracieux examinés en 2015.....	24
A) Les cas de rejets.....	24
B) Les recours gracieux.....	24
VI. Consommation budgétaire du FSDP en 2015.....	26
A) Consommation d'engagements en 2015.....	26
B) Consommation des crédits de paiements en 2015.....	27
ANNEXES.....	28
I) Les grandes données chiffrées de 2015.....	28
II) Liste complète des projets soutenus en 2015 par le FSDP.....	29
III) Les grandes données chiffrées du Fonds stratégique pour le développement de la presse de 2012 à 2015.....	33

Présentation

Les événements dramatiques de l'année 2015 ont rappelé à quel point l'existence d'une presse indépendante, plurielle, critique était au cœur de notre démocratie et du pacte républicain. On serait tenté d'ajouter : une presse responsable, professionnelle, assise sur des bases économiques solides (la véritable condition de l'indépendance), qui montre chaque jour que l'information est un métier. Dans un univers numérique saturé de contributions et d'opinions, la presse de qualité doit plus que jamais marquer sa différence.

C'est dans cet esprit que le Gouvernement a poursuivi, en 2015, l'adaptation et la modernisation du vaste ensemble que constituent les aides à la presse. Élargissement du périmètre des titres éligibles aux aides au pluralisme, préparation de la fin des « Accords Schwartz », loi Françaix... les chantiers n'ont pas manqué, et tous devraient porter leurs fruits dès 2016.

Il était attendu que l'année 2015 soit, pour le Fonds stratégique de développement de la presse (FSDP), une année de transition permettant de poser les premiers jalons d'une réforme qui est pleinement entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2016.

Ainsi, le Fonds a soutenu pour la dernière fois, en 2015, à un taux de subvention réduit, des projets de modernisation de la chaîne de fabrication sans que les éditeurs concernés aient à apporter la preuve de l'absence de surcapacités dans l'aire territoriale concernée. Depuis le 1^{er} janvier 2016, cette dernière condition constitue la règle, seuls pouvant désormais être aidés les projets qui contribuent à la rationalisation desdites capacités.

A l'autre bout du spectre des dossiers, le Fonds a accordé son soutien à taux majoré à 16 projets (10 dans leur totalité, six partiellement) considérés comme « innovants pour le secteur », soit un dossier sur cinq contre seulement un sur huit en 2014. Ces dossiers introduisent des ruptures technologiques, commerciales ou d'usage qui contribuent à dessiner la presse du futur.

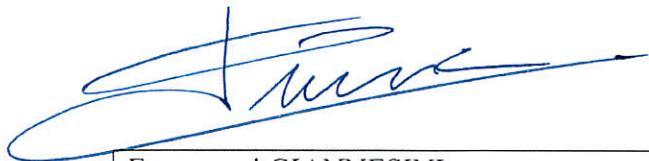
Mais le phénomène le plus notable de l'exercice écoulé tient bien évidemment à la réduction sensible du nombre de dossiers présentés par les éditeurs. Si l'on s'en tient aux dossiers déposés dans l'année, leur nombre est passé de 120 en 2014 à 88 en 2015.

Une telle réduction ne constitue pas une surprise dans son principe puisque la réforme de 2014 visait précisément à resserrer les conditions d'éligibilité au soutien du Fonds. D'autres phénomènes – comme l'extinction programmée du Fonds Google dans sa forme initiale au 31 décembre 2015 – ont pu jouer dans le même sens.

Malgré cela, pour s'assurer que les règles du FSDP demeurent pertinentes et adaptées, la DGMIC et le comité d'orientation ont organisé à l'automne 2015 une concertation auprès de tous les représentants des familles de presse pour identifier et débattre des causes de ce phénomène, et proposer, le cas échéant, les ajustements destinés à garantir l'attractivité du Fonds auprès des entreprises de presse. Plusieurs de ces ajustements ont vocation à entrer à vigueur dès cette année.

Cette démarche illustre l'esprit dans lequel la DGMIC et le comité entendent piloter le Fonds : resserré autour de projets innovants et ambitieux, incitatif vis-à-vis des mutualisations, volontariste à l'égard de tout ce qui contribue à consolider le(s) modèle(s) économique(s) des titres de presse, et prêt à s'adapter en permanence aux besoins des éditeurs.

Depuis sa création en 2012, le Fonds stratégique a soutenu plus de 500 projets pour un montant total d'aide de 75 M€, apportant une contribution décisive à la stratégie d'investissement des entreprises de presse.



Emmanuel GIANNESINI Conseiller maître à la Cour des comptes Président du comité d'orientation du FSDP	Martin AJDARI Directeur général des médias et des industries culturelles
---	--

Rapport d'activité 2015

Le fonds stratégique pour le développement de la presse (FSDP) a été créé par le décret n° 2012-484 du 13 avril 2012. Le décret n° 2014-659 du 23 juin 2014 portant réforme des aides à la presse est venu modifier les modalités de fonctionnement du fonds et réformer les principes d'attribution des aides en favorisant plus particulièrement les projets innovants qui participent de la modernisation du secteur de la presse.

A) Présentation du FSDP

Les aides à la presse soutiennent le pluralisme de l'information et l'expression des divers courants d'opinion, tant pour les publications imprimées que pour la presse en ligne. Elles visent également à accompagner le secteur dans sa transformation, sa modernisation, ses innovations dans le contexte de la révolution digitale.

Le fonds stratégique attribue des aides à l'investissement, sous forme de subventions ou d'avances remboursables, destinées aux projets de développement des services de presse en ligne, des entreprises éditrices de presse imprimée et des agences de presse qui répondent à certains critères réglementaires, pourvu que les projets présentés répondent eux-mêmes aux objectifs et aux règles fixées par le décret.

Les décisions d'attribution sont prises par le Ministre de la culture et de la communication. Pour les éditeurs ou agences demandant une aide d'un montant égal ou supérieur à 50 000 €, ces décisions sont prises après avis d'un comité d'orientation comprenant des représentants de l'administration, de la presse ainsi que des personnalités qualifiées. La direction générale des médias et des industries culturelles assure l'instruction préalable des dossiers. Les projets éligibles au soutien du fonds portant sur une demande d'aide d'un montant inférieur à 50 000 € sont soumis à une procédure d'examen allégée. La direction générale des médias et des industries culturelles instruit les dossiers, statue sur les demandes et établit la convention.

LES BÉNÉFICIAIRES

Pour bénéficier de l'aide du FSDP, un projet doit être porté par une ou plusieurs entreprises de presse (services de presse en ligne, publications imprimées, agences de presse). Dans tous les cas, celles-ci doivent avoir été reconnues par la commission paritaire pour les publications et agences de presse (CPPAP) au moment de l'examen du projet.

Peuvent bénéficier du soutien du fonds les projets :

- des services de presse en ligne édités en français, dans une langue régionale, ou encore dans une langue étrangère si leur contenu est de nature à contribuer au rayonnement de la pensée française. Ces services de presse en ligne doivent présenter un caractère d'information politique et générale reconnu par la CPPAP, ou développer l'information professionnelle ou favoriser l'accès au savoir et à la formation, la diffusion de la pensée, du débat d'idées, de la culture générale et de la recherche scientifique ;
- des agences de presse ;

- des entreprises de presse éditrices de publications remplissant les conditions prévues à l'article D. 19-2 du code des postes et des communications électroniques (conditions de périodicité et de contenu d'information politique et générale, notamment) ¹;
- des entreprises de presse éditrices d'au moins une publication quotidienne apportant régulièrement des informations et des commentaires sur l'actualité nationale et internationale de l'ensemble des disciplines sportives ;
- des entreprises de presse éditrices d'au moins une publication imprimée gratuite d'information politique et générale, de périodicité au maximum hebdomadaire, répondant elles aussi à une condition de contenu d'information politique et générale (conditions prévues par l'article 72 de l'annexe III du code général des impôts, à l'exception de son 4°).

Les projets des services de presse en ligne, des agences de presse et des entreprises de presse ne sont pas éligibles lorsque des crédits publics assurent une part déterminante du financement de ces derniers.

LE MONTANT DES AIDES

Pour chaque projet individuel éligible au fonds, la subvention accordée est plafonnée à 30 % des dépenses éligibles et l'avance remboursable à 40 %. Ces taux sont majorés pour les projets innovants ou mutualisés.

Le montant de l'aide susceptible d'être accordée à un projet individuel est par ailleurs plafonné à la somme de 1,5 million d'euros (450 000 € pour un projet porté par une agence de presse).

Le total des aides attribuées au cours d'une même année à une même société éditrice ne peut être supérieur à 10 % de la dotation du fonds. Le total des aides attribuées au cours d'une même année à une société, à ses filiales sociétés éditrices et aux sociétés éditrices qu'elle contrôle au sens des articles L. 233-1 et L.233-3 du code de commerce, ne peut quant à lui être supérieur à 15 % de la dotation du fonds.

Dans le cadre d'un projet collectif, ces montants sont respectivement de 1 million d'euros pour chacune des entreprises éditrices participant au projet et de 300 000 € par agence.

L'aide attribuée à un projet collectif ne peut être supérieure à 20 % du montant de la dotation du fonds.

LES PROJETS CONTRIBUANT AU RAYONNEMENT DU TRAITEMENT DE L'ACTUALITÉ FRANÇAISE A L'ÉTRANGER

Le décret du 23 juin 2014 a resserré les conditions de soutien aux projets d'exportation de la presse à l'étranger. Sont désormais éligibles les seuls projets permettant d'« *assurer le rayonnement du traitement de l'actualité française et internationale par la presse française*

¹Pour être considérées comme présentant le caractère d'information politique et générale, les publications doivent réunir les caractéristiques suivantes :

1° Apporter de façon permanente sur l'actualité politique et générale, locale, nationale ou internationale, des informations et des commentaires tendant à éclairer le jugement des citoyens ;

2° Consacrer la majorité de leur surface rédactionnelle à cet objet ;

3° Présenter un intérêt dépassant de façon manifeste les préoccupations d'une catégorie de lecteurs.

dans les pays francophones où l'accès en est limité par le niveau de vie et de diffusion des technologies numériques, le cas échéant, sur la base d'un cahier des charges établi par la direction générale des médias et des industries culturelles, déterminant les actions ou les zones prioritaires ; la part des crédits susceptible d'être affectée à cet objet est fixée chaque année par le directeur général des médias et des industries culturelles. »

LE SOUTIEN A L'INNOVATION ET AUX PROJETS MUTUALISÉS

Le décret du 23 juin 2014 affirme la priorité au soutien à l'innovation et à la mutualisation dans le secteur de la presse. Ainsi, pour les projets collectifs² ou pour les projets représentant une innovation au regard des pratiques du secteur, le montant de la subvention accordée peut atteindre 50 % des dépenses éligibles (60 % pour l'avance remboursable).

B) Présentation du club des innovateurs

La priorité accordée à l'innovation se manifeste aussi par la création d'une formation spécifique au sein du comité d'orientation, sous la forme d'un « club des innovateurs » (articles 14, 16 et 27-1 du décret). Celui-ci a pour prérogative le lancement, chaque année, d'appels à projets innovants et mutualisés. Il est également prévu qu'il se réunisse au moins deux fois par an pour analyser la situation économique et technologique du secteur de la presse. Des crédits spécifiques imputés sur ceux du fonds stratégique sont réservés à cette formation et à ses appels à projets chaque année par décision du directeur général des médias et des industries culturelles.

En 2015, une enveloppe fixée à 10% des crédits du fonds stratégique, soit 2 000 724 €, avait été réservée au financement des projets retenus dans le cadre des appels à projets lancés par le club des innovateurs.

Celui-ci s'est réuni le 16 avril 2015. A l'issue de cette réunion, il a été décidé de lancer un appel à projet portant sur l'éducation aux médias, publié le 31 août 2015.

Conformément à l'avis du comité qui s'est réuni le 16 décembre 2015, le projet « Mallette numérique d'éducation aux médias » présenté par l'Association pour le développement du Journal des lycées (mandats d'*Ouest-france*, *La Croix*, *Phosphore* et *La Voix du Nord*) a été retenu pour une aide proposée de 361 520 €. Ce projet ambitieux sera mis en œuvre en 2016.

C) Crédits 2015

Le total des crédits disponibles en 2015 s'est établi à 20,01 millions d'euros dont :

- 10 % ont été affectés initialement au club des innovateurs, soit environ 2 millions d'euros ;
- 2 % ont été affectés aux projets permettant d'assurer le rayonnement du traitement de l'actualité française et internationale par la presse française, soit 400 145 euros.

² Un projet collectif se définit comme une demande soutenue par trois entreprises éligibles (deux outre-mer).

D) Nombre de dossiers examinés et soutenus

En 2015, 88 demandes d'aide ont été déposées et 75 ont été effectivement examinées³, auxquelles s'ajoutent 19 dossiers déposés en 2014 mais examinés en 2015

Sur ces 94 demandes, le Fonds a attribué une aide à 78 projets pour un total de 10 108 582 €, y compris le projet « Éducation aux médias ».

E) Doctrine du fonds stratégique

L'application des règles du FSDP suppose que l'administration et le comité d'orientation se fixent une doctrine au regard de certaines questions techniques ou de pratiques nouvelles. Cette doctrine, complétée et le cas échéant ajustée d'année en année, garantit un traitement équitable des dossiers présentant les mêmes enjeux ou les mêmes caractéristiques.

Une seule évolution de la doctrine est à noter pour l'année 2015 et porte sur l'achat de matériel informatique, qui a été considéré comme éligible au soutien du Fonds lorsqu'il est destiné à des postes de développeurs internes devant être recrutés pour des tâches de développements liées au projet. La doctrine reste constante concernant l'éligibilité des achats de matériels informatiques à destination de la rédaction (pour l'essentiel, elle limite la prise en charge du matériel acheté pour simple renouvellement du parc informatique existant). Par ailleurs, les principaux éléments de doctrine dégagés au cours de l'année 2014 ont été confirmés en 2015 :

- la prise en compte, dans l'assiette des dépenses aidées, des actions non récurrentes contribuant à l'augmentation des recettes commerciales (publicité, marketing, abonnement) sans réfaction ou condition, afin de mieux accompagner la consolidation des modèles économiques et notamment la recherche de ressources publicitaires ou d'abonnements ;
- l'application d'un taux de subvention de 20 % pour les dépenses de formation ;
- la prise en compte des dépenses de promotion directement liées aux projets, mais plafonnées à 15 % de la base éligible (hors dépenses de promotion) et à un taux de subvention de 20 % ;
- la prise en compte dans l'assiette éligible des dépenses internes, des travaux de gestion, de pilotage ou de direction de projet s'il est établi que les personnels affectés se consacrent à temps plein à ces tâches pendant le laps de temps déclaré (en jours). Les dépenses associées au pilotage des projets par les personnels de direction, non affectés à temps plein aux projets, peuvent être prises en compte si elles sont exprimées en jours, avec un plafonnement à 10 % des temps de développement. Les phases de tests et recettes sont plafonnées à 10 % des temps de développement ;
- comme en 2014, le calcul de l'assiette éligible des dossiers relatifs au rayonnement de la presse française à l'étranger a été effectué à partir de la moyenne arithmétique du différentiel d'encaissement de l'ensemble des quotidiens ou des hebdomadaires ayant déposé une demande. Cette moyenne est appliquée au nombre d'exemplaires vendus de chaque publication afin d'obtenir le montant éligible retenu pour le calcul de la subvention. Cette référence à un « manque à gagner moyen » par catégorie de publication vise à favoriser ceux qui font preuve d'efficacité, à travers notamment la recherche de solutions locales d'impression, d'association à des titres étrangers, etc. ;

³ Trois dossiers ont été retirés par l'éditeur en raison d'un abandon de projet ou d'une redéfinition, deux sont aujourd'hui suspendus en attente de compléments et huit seront examinés début 2016.

I. La répartition des aides par type de demandes

A) Répartition par montant

Le comité d'orientation s'est réuni à trois reprises afin d'examiner les demandes supérieures à 50 000 €, les 20 mars, 12 octobre et 16 décembre. Il a été proposé d'aider 33 dossiers pour un montant moyen de 263 835 €.

La DGMIC s'est réunie à quatre reprises : les 10 février, 28 avril, 9 juillet, et 26 novembre, afin d'examiner les demandes d'aides inférieures à 50 000 €. 37 dossiers ont été aidés à l'issue de ces réunions pour un montant moyen de 17 307 €.

L'ensemble de l'enveloppe réservée pour les projets liés au rayonnement du traitement de l'actualité française et internationale, soit 400 145 €, a été consommée en 2015. Le montant total des aides demandées s'élevait à 1 006 761 €, si bien qu'un taux de réfaction d'environ 60,25 % a été appliqué aux subventions attribuées compte tenu de l'enveloppe disponible. Au total, 7 dossiers ont été aidés pour un montant moyen de 57 164 €.

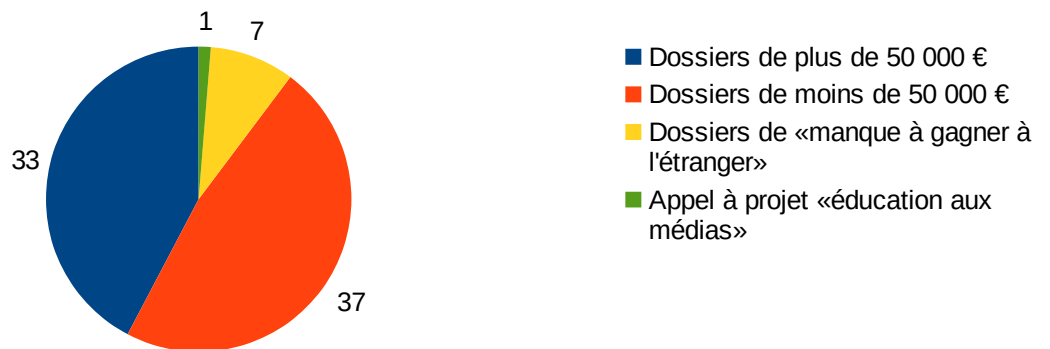
Le montant d'aide moyen accordé en 2015 pour l'ensemble des demandes, toutes catégories confondues, s'élève à 129 597 €.

Enfin, comme indiqué précédemment, dans le cadre de l'appel à projets d'éducation aux médias, un projet a été retenu pour un montant de 361 520 €.

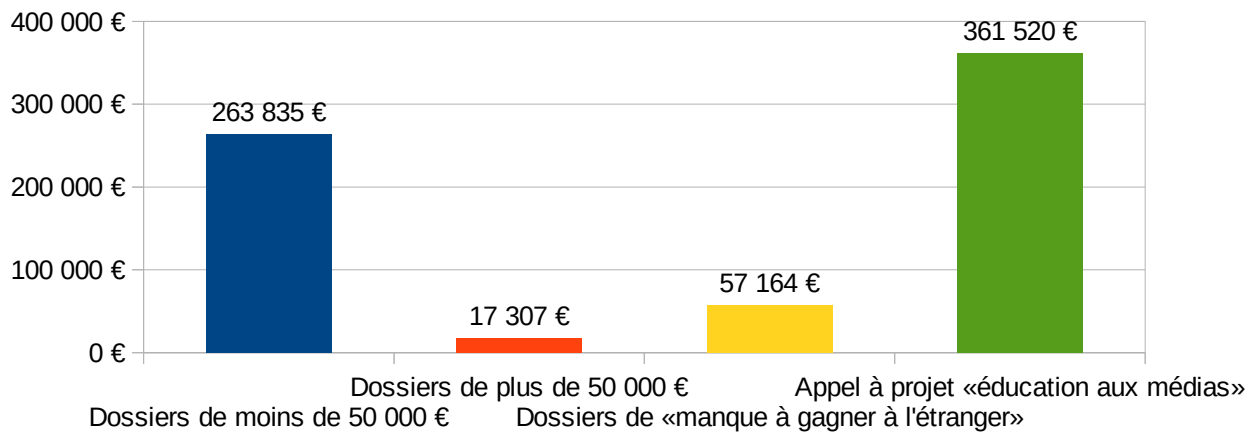
Tableau des aides attribuées par type de demandes

	Nombre de projets aidés	Montant total accordé	Montant moyen accordé (montant attribué / nombre de dossiers aidés)
Dossiers de plus de 50 000 €	33	8 706 567 €	263 835 €
Dossiers de moins de 50 000 €	37	640 350 €	17 307 €
Dossiers de «manque à gagner à l'étranger»	7	400 145 €	57 164 €
Appel à projet « éducation aux médias »	1	361 520 €	361 520 €
TOTAL	78	10 108 582 €	129 597 €

Nombre de projets aidés par type de demandes



Montants moyens accordés par type de demandes



B) Répartition par famille de presse

Les éditeurs de presse quotidienne nationale (PQN) ont présenté 13 dossiers au total. 11 dossiers ont été déclarés éligibles et le montant total des aides accordées s'élève à 2 502 641 €. La part des aides attribuées aux éditeurs de la presse quotidienne nationale représente un quart du total des aides attribuées (24,8 %).

Les éditeurs de presse quotidienne régionale (PQR) et de presse quotidienne départementale (PQD) ont présenté 9 dossiers qui ont tous été déclarés éligibles. Le montant total des aides accordées s'élève à 1 090 704 €, soit 11,2 % du total des aides attribuées.

4 projets de la presse hebdomadaire régionale (PHR) ont été déposés et 3 ont été aidés par le fonds stratégique à hauteur de 43 960 €, soit moins de 0,4 % du total des aides attribuées.

Les éditeurs de la presse magazine ont présenté 18 projets au titre du FSDP. 11 dossiers ont été déclarés éligibles. Le montant total des aides accordées s'élève à 894 544 €, ce qui représente 8,8 % du total des aides attribuées.

7 projets collectifs ont été examinés par le FSDP. Un projet n'a pas été considéré comme éligible et les 6 autres ont reçu le soutien financier du fonds stratégique pour un montant total de

4 355 446 €, représentant la part la plus importante des aides attribuées (43,1 %).

La presse spécialisée a soumis 28 projets au FSDP. Un seul de ces projets a été rejeté. Le total des aides accordées aux 27 autres s'élève à 953 483 € et représente 9,4 % du total des aides attribuées soit un poids supérieur à celui de la presse magazine.

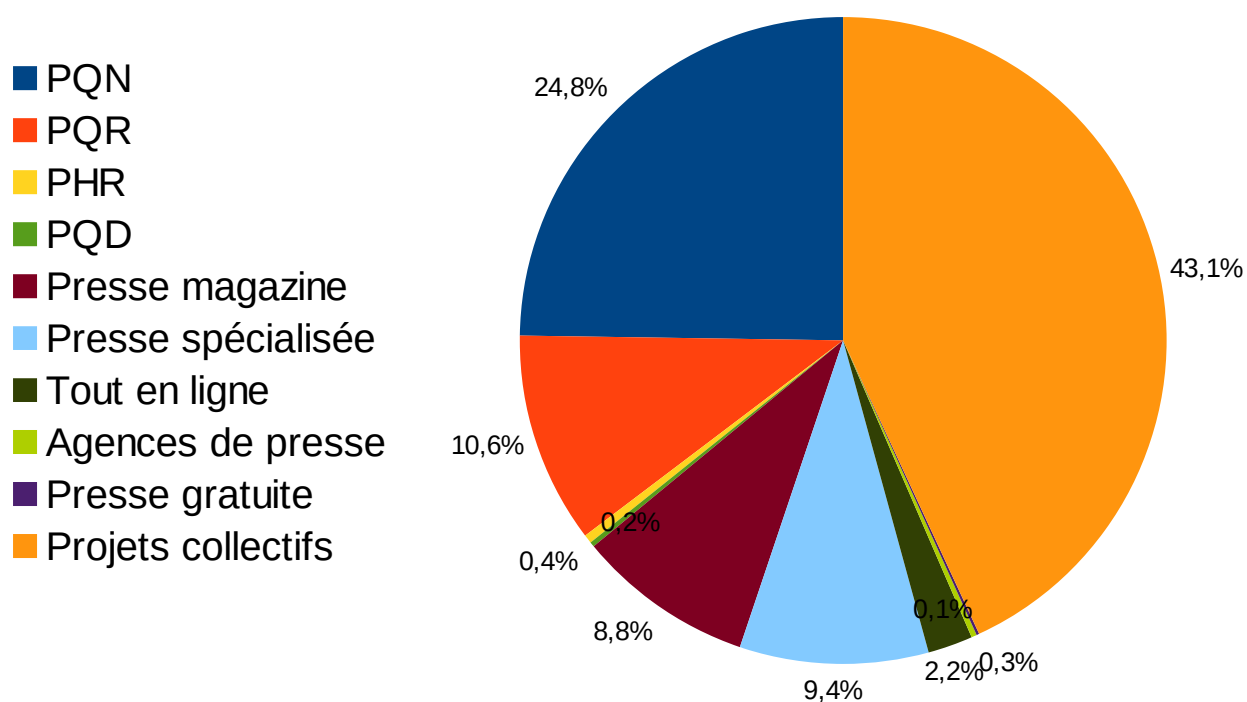
4 dossiers d'agences de presse ont été examinés dont 3 déclarés éligibles au fonds stratégique pour un montant total de 27 178 €, ce qui représente 0,3 % du total des aides attribuées.

Les éditeurs de presse présents exclusivement sur internet (tout en ligne ou *pure players*) ont déposé 10 dossiers. Parmi les dossiers examinés, 7 ont été déclarés éligibles pour un total accordé de 226 856 €. Ce montant représente 2,2 % du total des aides attribuées.

Tableau des aides attribuées en 2015 par famille de presse

Famille	Dossiers examinés	Nombre de projets aidés	Montants accordés	% du total attribué
PQN	13	11	2 502 641 €	24,8%
PQR	8	8	1 066 512 €	10,6%
PHR	4	3	43 960 €	0,4%
PQD	1	1	24 192 €	0,2%
Presse magazine	18	11	894 544 €	8,8%
Presse spécialisée	28	27	953 483 €	9,4%
Tout en ligne	10	7	226 856 €	2,2%
Agences de presse	4	3	27 178 €	0,3%
Presse gratuite	1	1	13 770 €	0,1%
Projets collectifs	7	6	4 355 446 €	43,1%
TOTAL	94	78	10 108 582 €	100,0%

Part du total attribué par famille de presse



C) Répartition IPG – non IPG par famille de presse

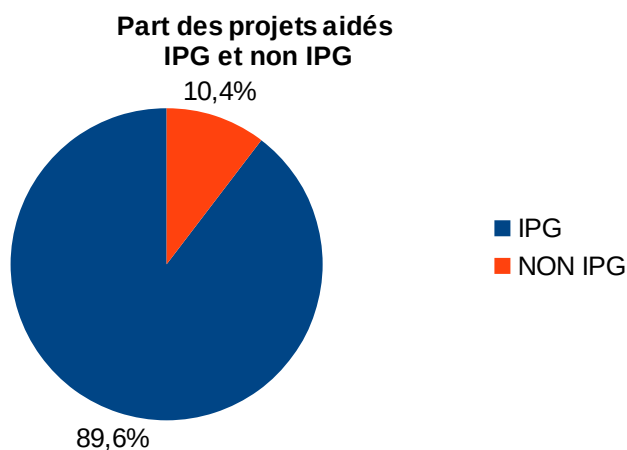
En 2015, la grande majorité des dossiers aidés ont la qualification d'information politique et générale : soit parce qu'ils présentent un caractère d'information politique et générale au sens de l'article D19-2 du code des Postes et des Communications électroniques, soit parce qu'ils sont consacrés pour une large part à l'information politique et générale, conformément à l'article 39 bis A du Code général des impôts. Cette prédominance dans les faits est conforme à la priorité voulue lors de la réforme du fonds, intervenue en 2014. Ainsi, la part des aides attribuées aux dossiers IPG représente 89,6 % du total attribué.

Les projets non IPG qui ont été aidés proviennent essentiellement de la presse spécialisée et des services de presse tout en ligne.

Tableau des aides attribuées en 2015 par classification IPG – non IPG par famille de presse

	Famille de presse	Montant attribué	Part du total accordé en 2015	Nombre de projets soutenus
IPG	PQN	2 502 641,00 €	24,8%	11
	PQR/PQD	1 090 704,00 €	10,8%	9
	PHR	43 960,00 €	0,4%	3
	Presse Magazine (*)	894 544,00 €	8,8%	11
	Presse spécialisée (*)	154 385,00 €	1,5%	2
	Pure player	3 900,00 €	0,0%	1
	Projets collectifs	4 355 446,00 €	43,1%	6
	Presse gratuite	13 770,00 €	0,1%	1
Sous total		9 059 350,00 €	89,6%	44
NON IPG	Presse spécialisée	799 098,00 €	7,9%	25
	Pure player	222 956,00 €	2,2%	6
	Agences de presse	27 178,00 €	0,3%	3
Sous total		1 049 232,00 €	10,4%	34
TOTAL		10 108 582,00 €	100%	78

(*) Un service de presse en ligne de chacune de ces familles de presse relève de l'article 39 Bis A.



D) Répartition par groupe de presse

Comme en 2014, Presstalis est – par l’intermédiaire de sa filiale Zeens – le premier bénéficiaire du fonds stratégique avec son projet *Zeens Infini*, qui concerne la presse dans son ensemble. Le montant de la subvention accordée s’élève à 1,4 millions d’euros, soit 14,3 % du montant total des aides attribuées.

C'est ensuite le groupe le Figaro qui a reçu près de 12 % de ce montant, puis le groupe Les Échos (6,9 %) et le groupe Le Monde (7 %). Aucun groupe n'atteint le plafond de 20 % fixé par le décret du 13 avril 2012.

Tableau des aides attribuées en 2015 par groupe de presse

Groupe (*)	Nombre de dossiers examinés	Nombre de dossiers aidés	Montant total attribué	% du total attribué
Presstalis	1	1	1 450 464 €	14,3%
Groupe Le Figaro	3	3	1 210 947 €	12,0%
Groupe Les Echos	4	4	703 083 €	7,0%
Groupe Le Monde	8	7	609 099 €	6,0%
Groupe Sud Ouest SA	2	2	455 015 €	4,5%
Rossel	2	2	389 664 €	3,9%
Altice Media Group	1	1	343 427 €	3,4%
NGPA	1	1	224 030 €	2,2%
Groupe Jeune Afrique	1	1	220 004 €	2,2%
Groupe SocPresse	1	1	149 837 €	1,5%
Bayard	1	1	134 152 €	1,3%
La Nouvelle République	1	1	103 660 €	1,0%
Editiabys	1	1	82 560 €	0,8%
Groupe Le Telegramme	2	2	63 947 €	0,6%
Groupe La Provence	1	1	54 226 €	0,5%
Newstank	1	1	44 343 €	0,4%
Compra	1	1	34 676 €	0,3%
Groupe Centre France	1	1	24 192 €	0,2%
Economia	1	1	23 925 €	0,2%
Artémis	1	1	23 041 €	0,2%
Lagardère Active	1	1	14 745 €	0,1%
Groupe ATMED	1	1	14 654 €	0,1%
Groupe Bolloré	1	1	13 770 €	0,1%
Presse Médias Participation	1	1	9 028 €	0,1%
Strego	2	2	8 915 €	0,1%
BEY Médias	1	1	8 832 €	0,1%
Domaine Publics	1	1	4 548 €	0,0%
Groupe Marie-Claire	1	0	0 €	0,0%
Groupe SOS	2	0	0 €	0,0%
SA Investissements Presse	1	0	0 €	0,0%
Next Radio TV	1	0	0 €	0,0%
Info Pro Digital	1	0	0 €	0,0%
Mahogani	1	0	0 €	0,0%
JN Holding	1	0	0 €	0,0%
Sans groupe	43	36	3 689 798 €	36,5%
TOTAL	94	78	10 108 582 €	100%

(*) La répartition par groupes de presse tient compte de l'appartenance de l'entreprise au groupe au moment de la demande.

E) Répartition par nature d'investissements

La part des aides attribuées aux projets de type « fabrication » (équipements lié au processus d'impression) est majoritaire en 2015 : 29 %. Cela s'explique notamment par l'aide attribuée au projet collectif présenté par le groupe Riccobono pour un montant de 2,3 M€.

Les projets relatifs à la gestion représentent près d'un cinquième des aides accordées avec sept projets aidés, soit le même nombre de dossiers que les projets de type fabrication.

Les projets consacrés au développement des sites représentent près de 10 % des aides accordées (1 M€) mais sont largement majoritaires en nombre de dossiers (30).

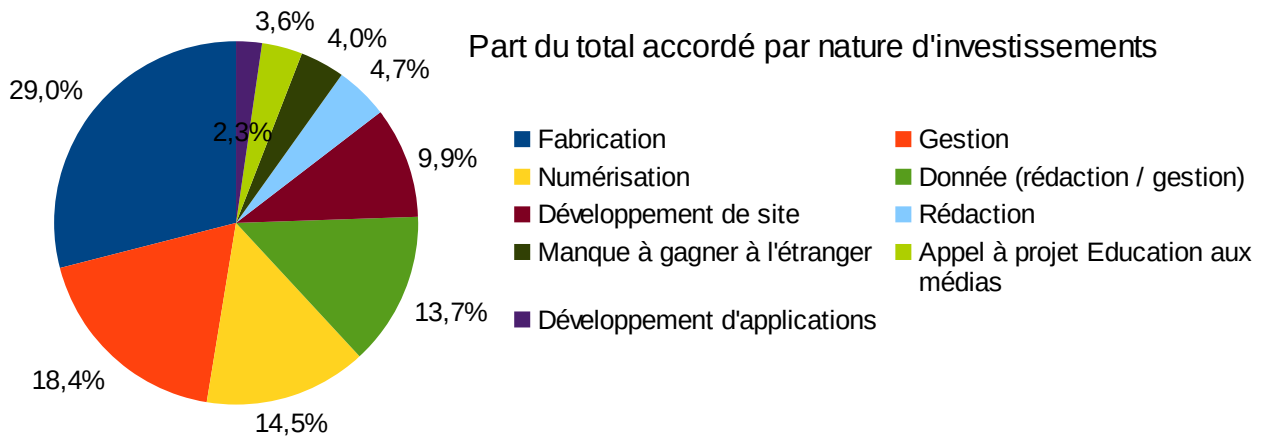
On notera la présence de deux projets de numérisation, en particulier, le projet de numérisation des archives de nombreuses publications de la presse quotidienne nationale, régionale et magazine porté par Zeens, filiale de Presstalis.

Les quatre projets liés à l'exploitation et à la gestion de la donnée (« data ») représentent une part significative des aides attribuées (13,7 %) pour un montant de 1,4 M€.

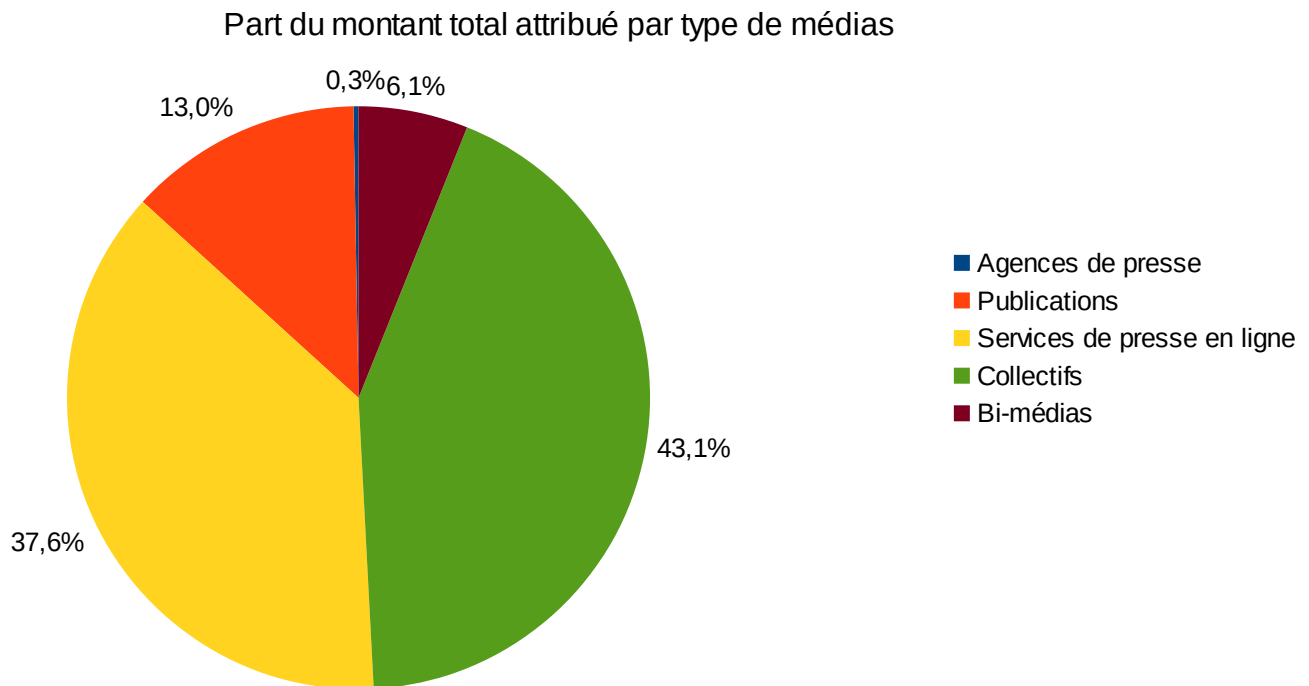
La part des aides accordée aux dossiers de « manque à gagner à l'étranger » représente 4 % du total des aides accordées, soit 2 % du BOP, conformément à la part des crédits dédiée à ce type de projets.

Tableau des aides attribuées en 2015 par nature d'investissements

Nature des investissements	Nombre de dossiers aidés	Montants accordés	Montant moyen accordé	Part du total accordé
Fabrication	7	2 930 377 €	418 625 €	29,0%
Gestion	7	1 861 273 €	265 896 €	18,4%
Numérisation	2	1 461 782 €	730 891 €	14,5%
Donnée (rédaction/gestion)	4	1 381 842 €	345 461 €	13,7%
Développement de site	30	1 001 111 €	33 370 €	9,9%
Rédaction	12	478 277 €	39 856 €	4,7%
Manque à gagner à l'étranger	7	400 145 €	57 164 €	4,0%
Appel à projet EDUCATION AUX MEDIAS	1	361 520 €	361 520 €	3,6%
Développement d'applications	8	232 255 €	29 032 €	2,3%
TOTAL	78	10 108 582 €	129 597 €	100%



II. Répartition des aides par bénéficiaire



A) Les projets concernant les publications papier

Si l'on met de côté les projets collectifs concernant les publications papier, les titres *Sud-Ouest Quotidien* et *Sud-Ouest Dimanche* sont les titres ayant reçu la part la plus importante d'aide en 2015 pour des projets de mise en place d'un CRM global.

Parmi ces publications, sept ont été aidées au titre de l'aide au rayonnement du traitement de l'actualité française et internationale par la presse française dans les pays francophones.

Tableau des aides attribuées en 2015 par publication

Entreprise	Titre	Montants accordés	% du montant total attribué
SAPESO	<i>Sud Ouest Quotidien Sud Ouest Dimanche</i>	397 055 €	3,9%
SOCIETE DU JOURNAL L'UNION	<i>L'Union</i>	231 664 €	2,3%
SIFIJA – SOCIETE INTERNATIONALE DE FINANCEMENT ET D'INVESTISSEMENT	<i>Jeune Afrique</i>	220 004 €	2,2%
LA NOUVELLE REPUBLIQUE DU CENTRE OUEST	<i>La Nouvelle République</i>	103 660 €	1,0%
SOCIETE EDITRICE DU MONDE	<i>Le Monde</i>	101 357 €	1,0%
SOCIETE DU JOURNAL MIDI LIBRE	<i>Midi libre</i>	57 960 €	0,6%
LA PROVENCE	<i>La Provence</i>	54 226 €	0,5%
LES AFFICHES DE GRENOBLE ET DU DAUPHINE	<i>La vie nouvelle</i>	34 676 €	0,3%
L'EVEIL DE LA HAUTE-LOIRE	<i>L'Eveil de la Haute-Loire</i>	24 192 €	0,2%
SEBDO	<i>Le Point</i>	23 041 €	0,2%
LE NOUVEL OBSERVATEUR DU MONDE	<i>L'Obs</i>	21 699 €	0,2%
HACHETTE FILIPACCHI ASSOCIES	<i>Paris Match</i>	14 745 €	0,1%
COURRIER INTERNATIONAL	<i>Courier International</i>	10 271 €	0,1%
LIBERATION	<i>Libération</i>	9 028 €	0,1%
SOCIETE DE PRESSE DE L'OISE	<i>Oise Hebdo</i>	8 385 €	0,1%
SAS SAVOIE EDITIONS	<i>Le Faucigny</i>	899 €	0,01%
TOTAL	16	1 312 862 €	13,0%

B) Les projets concernant les services de presse en ligne

Les trois dossiers présentés par *lefigaro.fr* représentent l'aide la plus importante accordée par le fonds en 2015 à des projets de presse en ligne, avec 12 % du total des crédits accordés.

Plus largement, ce sont les sites de la PQN qui ont bénéficié en 2015 des montants les plus importants (*lefigaro.fr* : 12 % ; *lesechos.fr* : 6,8 %). Cependant, la presse magazine et la presse professionnelle ont également bénéficié d'aides importantes, notamment pour deux projets considérés comme innovants : il s'agit de projets sur les sites *lexpress.fr* (3,4 %) et *lafranceagricole.fr* (2,2 %).

Tableau des aides attribuées en 2015 par service de presse en ligne

Entreprise	Services de presse en ligne	Nombre de projets	Montants accordés	% du montant total attribué
SOCIETE DU FIGARO	<i>lefigaro.fr</i>	3	1 210 947 €	12,0%
LES ECHOS SAS	<i>lesechos.fr</i>	3	683 139 €	6,8%
GROUPE ALTICE MEDIA	<i>lexpress.fr</i>	1	343 427 €	3,4%
GROUPE FRANCE AGRICOLE	<i>lafranceagricole.fr</i>	1	224 030 €	2,2%
PARTICULIER ET FINANCES EDITIONS	<i>leparticulier.fr</i>	1	149 837 €	1,5%
BAYARD PRESSE	<i>La-croix.com</i>	1	134 152 €	1,3%
GROUPE EDITIALIS SAS	<i>E-Marketing.fr ; RelationClientMag.fr ; EcommerceMag.fr ; ActionCo.fr ; ChefdEntreprise.com ; Décision-Achats.fr ; DAF-Mag.fr</i>	1	82 560 €	0,8%
1633 SAS	<i>rollingstone.fr</i>	1	72 026 €	0,7%
EDITIONS GYNETHIC	<i>causette.fr</i>	1	68 745 €	0,7%
ALL CONTENTS PRESSE	<i>parisberlinmag.com, algerparis.fr</i>	1	66 649 €	0,7%
FRONTLINE MEDIA	<i>satellinet.fr</i>	1	57 499 €	0,6%
TOC CULTURE SAS	<i>mytoc.fr</i>	1	52 885 €	0,5%
LE TELEGRAMME	<i>letelegramme.fr</i>	2	63 947 €	0,6%
IFESTIVAL	<i>Frequence-sud.fr</i>	1	45 005 €	0,4%
NEWSTANK NETWORK SAS	<i>culture.newstank.fr, football.newstank.fr, education.newstank.fr, digital.newstank.fr</i>	1	44 343 €	0,4%
A VIVRE EDITIONS	<i>ekrmagazine.fr</i>	1	42 140 €	0,4%
A VIVRE EDITIONS	<i>exermagazine.fr</i>	1	42 140 €	0,4%
L'OEIL DE LA PHOTOGRAPHIE	<i>loelidelaphotographie.com</i>	1	30 959 €	0,3%
SPORT STRATEGIES SAS	<i>sportstrategies.com</i>	1	28 965 €	0,3%
SERONI Interactive	<i>newsassurancespro.com</i>	1	26 456 €	0,3%
AVIVRE EDITIONS	<i>avivremagazine.fr</i>	1	25 840 €	0,3%
CIP MEDIAS	<i>materielagricole.info</i>	1	24 291 €	0,2%
AIR ET COSMOS	<i>air-cosmos.com</i>	1	23 925 €	0,2%
LES EDITIONS GESTION ET FINANCES PUBLIQUES	<i>gfpnumerique.com</i>	1	23 535 €	0,2%
ALLIEDHEALTH	<i>santelog.com</i>	1	22 137 €	0,2%
SOCIETE FRANCAISE DE PROMOTION ARTISTIQUE	<i>connaissancesdesarts.com</i>	1	19 944 €	0,2%
FUTURIBLES	<i>futuribles.com</i>	1	19 783 €	0,2%
REPORTERS SANS FRONTIERES	<i>rsf.org</i>	1	19 042 €	0,2%
SOCIETE REVUE EXPERTS	<i>Revue-experts.com</i>	1	17 208 €	0,2%
DIGITAL ART INTERNATIONAL	<i>makery.info</i>	1	16 958 €	0,2%
GLOBAL MEDIA SANTE	<i>larevuedupraticien.fr</i>	1	14 654 €	0,1%
BOLLORE MEDIA DIGITAL	<i>directmatin.fr</i>	1	13 770 €	0,1%
NOUVELLE QUINZAINE LITTERAIRE	<i>Nouvelle-quinzaine-litteraire.fr</i>	1	12 658 €	0,1%
LE MONDE DIPLOMATIQUE	<i>monde-diplomatique.fr</i>	1	11 318 €	0,1%
SEPA – Société d'Éditions et de Publicité Agricoles de l'Est	<i>Est-agricole.com</i>	1	9 901 €	0,1%
SANEP – Société Anonyme d'Édition et de Publicité	<i>phr.fr</i>	1	9 198 €	0,1%
SAS WEBLEX	<i>weblex.fr</i>	2	8 915 €	0,1%
BEY MEDIAS PRESSE ET INTERNET	<i>lopinion.fr</i>	1	8 832 €	0,1%
MALESHERBES PUBLICATIONS	<i>lavie.fr</i>	1	7 926 €	0,1%
ALLIEDHEALTH	<i>santelog.com</i>	1	5 627 €	0,1%
L'ABECEDAIRE DES INSTITUTIONS	<i>labecedaire.fr</i>	1	4 548 €	0,04%
MONDAFRIQUE	<i>mondafrique.com</i>	1	3 900 €	0,04%
AMICALE ZIBELINE	<i>journalzibeline.fr</i>	1	3 592 €	0,04%
DECHETS INFOS SAS	<i>Dechets-infos.com</i>	1	1 215 €	0,01%
TOTAL		50	3 798 568 €	37,58%

C) Projets concernant des projets bi-médias

Trois projets bi-médias (publication papier et service de presse en ligne) ont bénéficié d'une aide au titre du fonds stratégique. La part des aides attribuées pour ces projets représente 6,1 % du total des aides accordées en 2015.

Tableau des aides attribuées en 2015 à des projets bi-médias

Entreprise	Titres / Services de presse en ligne	Montants accordés	% du montant total attribué
SOCIETE EDITRICE DU MONDE	<i>Le Monde Lemonde.fr</i>	355 186 €	3,51%
LA VOIX DU NORD	La Voix du Nord Lavoiixdunord.fr	158 000 €	1,56%
TELERAMA	<i>Télérama Telerama.fr</i>	101 342 €	1,00%
TOTAL	3 projets	614 528 €	6,08%

D) Projets collectifs

En 2015, six dossiers collectifs ont été examinés. Conformément au décret du 13 avril 2012, un taux majoré est appliqué aux projets collectifs. Il est prévu un maximum de 50 % pour le taux de subvention et de 60 % pour le taux d'avance remboursable, en proportion des dépenses éligibles.

Le projet de Paris Offset Print (Riccobono) pour l'augmentation de la pagination des différents titres concernés (*Libération, Le Parisien, L'Humanité, La Croix*) est le projet ayant bénéficié de la part la plus importante des crédits attribués en 2015, avec un montant de 2,1 M€.

Tableau des aides attribuées en 2015 à des projets collectifs

Entreprise	Mandants	Montants attribués	% du montant total attribué
PARIS OFFSET PRINT SAS	<i>Libération La Croix Le Parisien-Aujourd'hui en France L'Humanité</i>	2 140 257 €	21,2 %
ZEENS	<i>Hachette Filipacchi Associés Groupe Figaro Bayard</i>	1 450 464 €	14,3 %
ASSOCIATION POUR LE DEVELOPPEMENT DU JOURNAL DES LYCEES <i>Projet retenu dans le cadre de l'appel à projet EDUCATION AUX MEDIAS</i>	<i>Ouest-France La Croix Phosphore La Voix du Nord</i>	361 520 €	3,6 %
L'IMPRIMERIE SAS	<i>Le Figaro Les Echos Le Monde</i>	291 100 €	2,9%
OJD	-	60 595 €	0,6 %
COM SOL	<i>L'itinérant Le Nouvel Economiste Présent</i>	51 510 €	0,5%
TOTAL	6 projets collectifs	4 355 446 €	43,1 %

E) Projets des agences de presse

Trois projets ont été déposés par les agences de presse qui représentent une part très faible du montant total attribué.

Tableau des aides attribuées en 2015 à des agences de presse

Entreprise	Titre	Montants accordés	% du montant total attribué
WOSTOK PRESS	WOSTOK PRESS	15 546 €	0,15%
ALP	AGENCE LOCALE DE PRESSE	6 890 €	0,07%
ANDIA	ANDIA	4 742 €	0,05%
TOTAL	3 projets	27 178 €	0,27%

III. Les projets innovants au regard des pratiques du secteur

En 2015, 10 projets ont été déclarés innovants pour le secteur dans leur globalité et six autres pour une partie de leurs dépenses seulement.

Dans le cadre de sa doctrine, le comité d'orientation a estimé qu'un développement considéré comme innovant au regard des pratiques du secteur à une date donnée était susceptible de le rester pendant un an, temps de sa diffusion normale dans l'ensemble du secteur et de sa réappropriation par d'autres acteurs. Au-delà, le même développement peut, bien sûr, continuer d'être innovant pour l'entreprise seulement, et éligible à ce titre au soutien du FSDP à un taux normal.

A) Les projets innovants au regard des pratiques du secteur

Le Figaro, lefigaro.fr – projet Hermès

Le projet consiste dans la refonte globale de l'architecture informatique et des outils pour intégrer les contenus publicitaires sur la plateforme de la régie publicitaire.

Lors du comité d'orientation, ce projet a été considéré comme innovant pour l'ensemble du secteur, car il conduit à la mise en place d'un CRM associé à des outils de suivi et d'analyse permettant à la rédaction de suivre l'ensemble des campagnes publicitaires en cours.

ZEENS – Zeens Infini

Le projet vise à rendre accessible l'ensemble des archives de presse des titres participants (dans un premier temps sur 10 ans), via une application proposant en flux (streaming) une expérience de lecture inédite.

Le caractère innovant du projet est liée à deux facteurs :

- la mise en place de nouveaux procédés industriels de numérisation consécutifs à l'ampleur de la tâche,
- une innovation de commercialisation permettant aux diffuseurs de presse d'être rémunérés sur la vente de presse numérique.

OJD – Dématérialisation des contrôles OJD pour la presse

Le projet consiste à développer une interface web pour dématérialiser les contrôles menés par l'organisme pour procéder à la certification de la diffusion.

Les contrôles dématérialisés et la télétransmission des données constituent une innovation de procédé pour le secteur de la presse.

Le Figaro, lefigaro.fr – Portail de ventes tiers numériques

Le projet a pour objectif de développer un portail de ventes numériques à destination des écoles et des entreprises grâce aux contenus provenant du journal et de ses suppléments. Les développements comprennent une liseuse Milibris, un dispositif anti-piratage et la comptabilisation OJD.

La mise à disposition de contenus numériques, sans création de compte (pas d'identifiant ni de mot de passe), avec sécurité d'accès personnalisé pour limiter la transmission incontrôlée des e-mails et la comptabilisation fiable auprès de l'OJD, représentent une innovation de commercialisation pour le secteur.

La Voix du Nord, lavoixdunord.fr – Parcours client et CMS marketing Multi-supports

Le projet réside dans la refonte de la plateforme commerciale autour de trois composantes : un module d'interaction avec les sites éditoriaux, un module d'abonnement et de vente au numéro et un module de gestion des comptes.

La mise en place d'un outil marketing de commercialisation des contenus via une plateforme intégrée, permettant un pilotage en direct pour proposer des contenus ciblés, constitue une innovation de commercialisation au regard des pratiques du secteur.

L'Union – Encrage et mouillage automatiques QI Press

Le projet a pour objet l'acquisition d'un système d'encrage et de mouillage automatique.

L'innovation de procédé a été reconnue par le comité d'orientation, car le dispositif est fondé, non pas sur des barres densitométriques, mais sur des caméras embarquées avec lecture en temps réel et boucles de régulation sur les clefs d'encrage et les barres de mouillage. Il s'agit, d'ailleurs, d'une première en France.

Lesechos.fr – CMS Nouvelle génération

Le projet consiste en la mise en œuvre d'une nouvelle plateforme CMS.

L'innovation du projet réside dans le caractère évolutif de la plateforme qui permet également une intégration sur tous les supports pour les journalistes.

Le Monde, lemonde.fr – Déploiement de la donnée (data) au Monde

Le projet vise à centraliser et structurer la donnée (data) interne et celle issue de sources externes, ainsi qu'à développer une interface générique destinée aux rédactions et à faciliter la commercialisation auprès d'entreprises tierces.

Le comité a reconnu l'innovation à la fois en termes d'organisation et de procédé. Cette innovation permettra de rédiger des articles enrichis, intégrant davantage d'infographies ou d'éléments chiffrés. L'ouverture du portail rendra disponible les données stockées sur une plateforme unique.

Frequence-sud.fr – Création d'une application Social Media et système de tags

Le projet réside dans la refonte complète de l'application pour prendre en compte les nouveaux usages liés à la géolocalisation des internautes sur les lieux culturels et les interactions entre utilisateurs.

Le caractère innovant pour le secteur a été retenu, car les contenus rédactionnels sont personnalisés à l'aide de la géolocalisation par l'installation de balises (*tags*) sur les lieux culturels, enrichis par des données ouvertes, en temps réel, sur les transports ou les agendas, et incluant des fonctionnalités de média social.

Larevuedupraticien.fr – Articles dédiés aux étudiants en médecine

Le projet a pour objet la création d'un espace entièrement numérique avec transfert vers le numérique des articles de la revue papier dédiés aux étudiants et le développement d'une liseuse en design adaptatif (*responsive*) avec outils d'annotations, surlignages et l'enrichissement de contenus multimédias.

Le mode de commercialisation présente un caractère innovant pour le secteur. Le service est proposé selon les modalités d'un achat groupé, pour une période donnée : plus le nombre d'étudiants abonnés est important, moins le prix est élevé. Par ailleurs, le client est débité lorsqu'un nombre minimum d'abonnés est atteint. Ce système nécessite des développements spécifiques liés aux modalités de paiement.

B) Les développements jugés innovants au regard des pratiques du secteur

Six projets ont bénéficié d'un taux de subvention de 50 % sur une partie de leurs dépenses éligibles correspondant à des développements jugés innovants au regard des pratiques du secteur.

***Letelegramme.fr* – Développement d’une application mobile temps réel intégrant un mur de paiement (paywall)**

Le projet prévoit le développement d’une application entièrement payante avec un « mur payant rechargeable ».

L’intégration d’un mur payant rechargeable dans une application constitue une innovation de commercialisation pour le secteur.

***Lexpress.fr* – Valorisation du fonds éditorial via la recommandation dynamique de contenus**

Le projet vise à valoriser le stock d’archives depuis 2007, en améliorant l’accessibilité et la diffusion de ces contenus avec des outils d’analyse sémantique et d’analyse comportementale.

La combinaison de l’analyse sémantique des contenus et de l’analyse comportementale représente une innovation au regard des pratiques du secteur pour l’année 2015.

***lafranceagricole.fr* – La France Agricole 2020**

Le projet vise à mettre en place une plateforme rédactionnelle et en une refonte du site.

Les développements liés à la mise en place d’une plateforme rédactionnelle multicanal dès l’origine (CMS, impression et web unifiés) comportaient un caractère innovant pour le secteur en 2015.

***La-croix.com* – Innover en simplifiant**

Le projet consiste en une refonte globale du site, incluant l’adaptation personnalisée des blocs-articles sur une nouvelle architecture de base de données.

Les développements liés à la mise en place d’une technologie NoSQL rapportée aux contenus rédactionnels ont été jugés innovants pour le secteur. Ils permettent, en effet, un accès rapide à des grandes quantités de données tout en facilitant le rendu visuel en temps réel des contenus en cours de rédaction. Cette technologie permet également de programmer à l’avance l’organisation du site et de visualiser et gérer en temps réel les rendus numériques.

***Ekmagazine.fr* – Site d’information d’EK**

Le projet a pour objet la refonte globale du site incluant une nouvelle ergonomie, une charte graphique, la monétisation, de l’enrichissement vidéo et 3D et de l’interactivité.

Le comité d’orientation a jugé que l’intégration de contenus numériques interactifs en 3D constitue une innovation pour le secteur.

IV. Incidence des projets soutenus sur l'emploi

Dans le cadre d’une demande d’aide auprès du FSDP, le porteur de projet doit renseigner certaines informations relatives aux objectifs du projet et notamment le nombre de journalistes réaffectés ou embauchés spécifiquement à ce titre (effectifs et équivalents temps plein). Il est

également demandé d'apprécier l'effet du projet sur l'emploi ou sur la modernisation des organisations et l'intégration de nouvelles compétences et expériences.

En 2015, il ressort des informations transmises par les porteurs de projet que 48 emplois ont été réaffectés ou créés spécifiquement pour les projets soutenus. 33 projets, dont la demande est supérieure à 50 000 euros, ont un objectif de réaffectation ou de création d'environ 20 emplois. Pour les projets dont la demande est inférieure à 50 000 €, 37 projets ont un objectif de réaffectation ou de création de 28 emplois.

V. Les cas de rejets et recours gracieux examinés en 2015

A) Les cas de rejets

En 2015, 16 demandes ont été rejetées, soit 17 % des dossiers examinés, pour des motifs relevant schématiquement de cinq cas de figure :

- service de presse en ligne ou publication n'entrant pas dans le périmètre d'éligibilité défini par l'article 9 du décret 2012-484 du 13 avril modifié ;
- une part déterminante du financement du projet assurée par des crédits publics (dernier alinéa de l'article 9 du décret n° 2012-484 du 13 avril 2012 modifié) ;
- absence de mise à disposition d'un contenu rédactionnel (développement de fonctionnalités dites « servicielles ») ;
- inéligibilité au regard de la cohérence des politiques de l'État à l'égard des médias (article 20 dernier alinéa du décret n°2012-484 du 13 avril 2012 modifié) ;
- rejet du dossier pour défaut de présentation de documents comptables permettant d'analyser la capacité du porteur de projet à le financer (article 20, b du décret n°2012-484 du 13 avril 2012 modifié).

B) Les recours gracieux

A l'issue du processus de décision, chaque porteur de projet est informé de la décision rendue par voie de notification. À partir de la date de ce courrier, le porteur de projet dispose d'un délai de

2 mois pour contester la décision par voie de recours gracieux. Après analyse du recours, la DGMIC se prononce pour confirmer ou infirmer la décision.

Weblex.fr

L'instruction initiale de la DGMIC écartait une dépense interne au motif qu'elle était de nature rédactionnelle, donc non éligible. L'éditeur a formé un recours gracieux à l'appui duquel un devis plus détaillé de la dépense écartée a permis de considérer que la tâche envisagée portait en réalité sur des développements techniques éligibles au soutien du fonds. La DGMIC a donc accepté le recours gracieux et a réintégré la dépense au sein de la base éligible.

Jeune Afrique

En 2014, le comité d'orientation a émis un avis favorable sur le projet. L'éditeur a formé un recours gracieux en indiquant qu'un devis n'avait pas été comptabilisé dans le cadre des dépenses retenues. Après vérification et échanges avec le cabinet en charge de l'instruction des demandes, il est apparu que la dépense devait être réintégrée. La DGMIC a donc accepté le recours gracieux et a réintégré la dépense au sein de la base éligible.

Village.tm.fr

En 2014, une réunion interne à la DGMIC avait décidé le rejet de la demande au motif que le service de presse en ligne ne correspondait pas aux catégories de contenus éligibles au titre de l'article 9 du décret n°2012-484 du 13 avril 2012 modifié. L'éditeur a formé un recours gracieux. La DGMIC a confirmé l'inéligibilité du service de presse en ligne.

Association le Faubourg – daily nord.fr

En 2014, la DGMIC a rejeté la demande en raison de l'absence de communication des comptes des trois derniers exercices clos de l'association, ne permettant pas l'analyse de la capacité de financement du projet par l'éditeur conformément à l'article 20 du décret n°2012-484 du 13 avril 2012 modifié. L'éditeur a formé un recours gracieux à l'appui duquel un procès-verbal d'assemblée générale mentionnait le solde comptable de l'année 2014. La DGMIC a confirmé le rejet du projet, les prévisions de financement du projet n'ayant pas été communiquées.

60millions-mag.com

En 2014, le comité d'orientation a émis un avis défavorable à la demande d'aide au motif que le service de presse en ligne ne correspondait pas aux catégories de contenus éligibles au titre de l'article 9 du décret n°2012-484 du 13 avril 2012 modifié. L'éditeur a formé un recours gracieux à l'appui duquel il affirme que le contenu du service de presse en ligne relève de la catégorie d'information politique et générale et de l'accès au savoir et à la formation, de la diffusion de la pensée, du débat d'idées, de la culture générale et de la recherche scientifique conformément à l'article 9 du décret. La DGMIC a rejeté le recours gracieux – après avis du comité d'orientation – au motif, d'une part, que la qualification d'information politique et générale doit être expressément reconnue par la CPPAP, ce qui n'est pas le cas en l'espèce ; et d'autre part que le contenu du service de presse en ligne est axé sur l'information pratique du public, catégorie non éligible au regard des dispositions de l'article 9 du décret n°2012-484 du 13 avril 2012 modifié.

Com'Sol

En 2015, le comité d'orientation a émis un avis favorable sur le projet avec application d'un taux de subvention de 10 % conformément aux dispositions de l'article 13 du décret n°2012-484 du 13 avril 2012 modifié, l'éditeur n'ayant pas apporté la preuve de l'absence de surcapacité d'impression répondant à des besoins équivalents dans la zone de production concernée. Un recours gracieux a été formé. La DGMIC a confirmé la décision, l'éditeur n'apportant aucun élément complémentaire concernant cette absence de surcapacité d'impression.

VI. Consommation budgétaire du FSDP en 2015

A) Consommation d'engagements en 2015

Un montant total de 10 108 582 € d'aides a été attribué lors des différentes réunions et comités du FSDP. 22 % de ce montant a d'ores et déjà été engagé au niveau comptable.

Tableau des montants accordés et des montants engagés en 2015 par réunion / comité
au 31 décembre 2015

	AE accordées en 2015	AE engagées en 2015
Réunion du 10 février 2015	155 442 €	138 080 €
Réunion du 28 avril 2015	204 575 €	189 029 €
Comité du 20 mai 2015	873 201 €	750 230 €
Réunion du 9 juillet 2015	143 042 €	95 708 €
Comité du 12 octobre 2015	2 518 738 €	1 091 378 €
Réunion du 26 novembre 2015	137 291 €	0 €
Comité du 16 décembre 2015	6 076 293 €	0 €
TOTAL	10 108 582 €	2 264 425 €

Par ailleurs, le FSDP a engagé un total de 15 177 642 € au titre d'aides décidées en 2014 qui exigeaient la préparation d'une convention ou d'autres éléments de la part des éditeurs. Ces engagements concernent aussi bien le FSDP que le fonds SPEL, qui l'a précédé.

Tableau des autorisations d'engagements (AE) accordées avant 2015 et engagées en 2015

SPEL	197 595 €
FSDP-1	83 482 €
FSDP-2	300 €
FSDP-3	0 €
FSDP (AE accordées en 2014)	14 896 265 €
TOTAL	15 177 642 €

Ainsi, au total, les engagements juridiques se sont élevés à **17 442 067 €** en 2015 au titre du fonds stratégique et de ses prédécesseurs.

B) Consommation des crédits de paiements en 2015

Au total, 20 186 842 € ont été versés aux entreprises dans le cadre de demandes de paiement, concernant tant le FSDP que les fonds qui l'ont précédé.

Tableau des crédits de paiement (CP) 2015

	Crédits de paiement versés
FDM	3 678 519 €
SPEL	3 626 546 €
FSDP-1	4 147 010 €
FSDP-2	2 115 449 €
FSDP-3	335 779 €
FSDP (dossiers 2014)	6 204 614 €
FSDP (dossiers 2015)	78 926 €
TOTAL	20 186 843 €

Synthèse financière 2015

Aides attribuées en 2015	Engagements juridiques effectués en 2015 (1)	Paie ments effectués en 2015 (1)
10 108 582 €	17 565 643 €	20 311 906 €

(1) Montant incluant le marché d'assistance à l'instruction des dossiers (article 19 du décret n° 2012-484 du 13 avril 2012 modifié) et celui du contrôle (article 4 du décret n° 2012-484 du 13 avril 2012 modifié).

ANNEXES

I) Les grandes données chiffrées de 2015

- Les **crédits disponibles** en 2015 s'élevaient à **20 M€**.
- **94 projets** ont été **examinés**.
- **78 projets** ont été **soutenus**.
- **10 108 582 €** d'aides ont été **attribués**.
- Le **montant de l'aide la plus importante** s'élève à **2 140 257 €**.

- **Le montant de l'aide la moins importante** est de **899 €**.
- **Le montant moyen d'aide s'élève à 129 597 €**. **50 projets de développement de services de presse en ligne** ont été soutenus. **16 projets de développement de publications** ont été soutenus.
- **3 projets bi-médias** (projet de développement bénéficiant à deux supports média associés) ont été soutenus. **3 projets de développement d'agences de presse** ont été soutenus. **6 projets collectifs** ont été soutenus.
- **16 projets innovants pour l'ensemble du secteur** ont été soutenus à un taux majoré de subvention de 50 %.
- **89,6 % du montant total attribué a bénéficié à la presse qualifiée d'information politique et générale.**

II) Liste complète des projets soutenus en 2015 par le FSDP

Entreprise bénéficiaire	Publication / Service de presse en ligne/ agence de presse Concerné(e) par le projet	Intitulé du projet	Montant de l'aide attribuée
PARIS OFFSET PRINT SAS	<i>Projet collectif</i> Libération La Croix Le Parisien Aujourd'hui en France L'Humanité	Augmentation de la pagination des différents titres et présentation en deux cahiers	2 140 257 €
ZEENS	<i>Projet collectif</i> Hachette Filipacchi Associés Groupe Figaro Bayard	ZEENS INFINIT	1 450 464 €
SOCIETE DU FIGARO	<i>lefigaro.fr</i>	Projet HERMES	1 012 606 €
LES ECHOS SAS	<i>lesechos.fr</i>	CMS nouvelle génération	600 669 €
SAPESO	<i>Sud Ouest Quotidien</i> <i>Sud Ouest Dimanche</i>	Projet d'évolution de la relation clients	397 055 €
ASSOCIATION POUR LE DEVELOPPEMENT DU JOURNAL DES LYCEES	<i>Projet collectif</i> Ouest-France La Croix La Voix du Nord	Mallette numérique d'éducation aux médias (Projet retenu dans le cadre de l'appel à projet EDUCATION AUX MEDIAS)	361 520 €
SOCIETE EDITRICE DU MONDE	<i>Le Monde</i> <i>Lemonde.fr</i>	Déploiement de la Data au Monde	355 186 €
GRUPE ALTICE MEDIA	<i>leexpress.fr</i>	Valorisation du fonds éditorial via la recommandation dynamique de contenus	343 427 €
L'IMPRIMERIE SAS	<i>Projet collectif</i> Le Figaro Les Echos Le Monde	Fabrication de paquets programmés pour optimiser la distribution des journaux	291 100 €
SOCIETE DU JOURNAL L'UNION	<i>L'Union</i>	Encreage et mouillage automatique – QI Press controls	231 664 €
GRUPE FRANCE AGRICOLE	<i>lafranceagricole.fr</i>	LA FRANCE AGRICOLE 2020 : MULTITEMPOREL, MULTICANAL, MULTIDEVICES	224 030 €
SIFIJA – SOCIETE INTERNATIONALE DE FINANCEMENT ET D'INVESTISSEMENT	<i>Jeune Afrique</i>	Développement du lectorat de Jeune Afrique dans les pays francophones	220 004 €
LA VOIX DU NORD	<i>LA VOIX DU NORD</i> <i>Lavoixdunord.fr</i>	Parcours client et CMS Marketing Multi-supports	158 000 €
SOCIETE DU FIGARO	<i>figaro.fr</i>	PROJET GO – Refonte des outils de production et d'animation éditoriale du figaro.fr	150 151 €
PARTICULIER ET FINANCES EDITIONS	<i>leparticulier.fr</i>	La nouvelle offre numérique du particulier.fr	149 837 €
BAYARD PRESSE	<i>la-croix.com</i>	Innover en simplifiant	134 152 €
LA NOUVELLE REPUBLIQUE DU CENTRE OUEST	<i>La Nouvelle République</i>	Zero film routage	103 660 €
SOCIETE EDITRICE DU MONDE	<i>Le Monde</i>	Développement du lectorat dans les pays francophones à faible pouvoir d'achat	101 357 €
TELERAMA	<i>Télérama</i> <i>Telerama.fr</i>	Télérama Global	101 342 €
GRUPE EDITIALIS SAS	<i>E-Marketing.fr ; RelationClientMag.fr ;</i> <i>EcommerceMag.fr ; ActionCo.fr ;</i> <i>ChefdEntreprise.com ; Décision-Achats.fr ; DAF-</i> <i>Mag.fr</i>	Personnalisation et Marketing automation	82 560 €

Entreprise bénéficiaire	Publication / Service de presse en ligne/ agence de presse Concerné(e) par le projet	Intitulé du projet	Montant de l'aide attribuée
SNE 1633	<i>rollingstone.fr</i>	Rollingstone Club Premium	72 026 €
EDITIONS GYNETHIC	<i>causette.fr</i>	CAUSETTE – Développement numérique	68 745 €
ALL CONTENTS PRESSE	<i>parisberlinmag.com, algerparis.fr</i>	La France hors les murs	66 649 €
OJD	<i>Projet collectif Publihebdo L'Union Journal du Dimanche</i>	Dématérialisation des contrôles OJD	60 595 €
SOCIETE DU JOURNAL MIDI LIBRE	<i>Midi libre</i>	Accouplement tour d'impression IDM – n°5	57 960 €
FRONTLINE MEDIA	<i>satellinet.fr</i>	Graphe de connaissance business pour Satellinet	57 499 €
LA PROVENCE	<i>La Provence</i>	Amélioration des produits imprimés	54 226 €
TOC CULTURE SAS	<i>mytoc.fr</i>	RCIC, Réseau collaboratif d'information culturelle	52 885 €
COM SOL	<i>Projet collectif L'itinérant Le Nouvel Economiste Présent</i>	L'itinérant plus attractif et tout en quadri	51 510 €
SOCIETE DU FIGARO	<i>Le Figaro Lefigaro.fr</i>	Portail de Ventes Tiers Numériques	48 190 €
LE TELEGRAMME	<i>letelegramme.fr</i>	Développement d'une application mobile temps réel intégrant un pay wall	47 456 €
IFESTIVAL	<i>frequence-sud.fr</i>	Création d'une application "social media" et système de tags	45 005 €
NEWSTANK NETWORK SAS	<i>culture.newstank.fr, football.newstank.fr, education.newstank.fr, digital.newstank.fr</i>	Datacenter V2 : refonte de notre outil de data-journalisme	44 343 €
A VIVRE EDITIONS	<i>ekmagazine.fr</i>	site d'informations d'EK	42 140 €
A VIVRE EDITIONS	<i>exemagazine.fr</i>	site d'informations d'EXE	42 140 €
LES ECHOS SAS	<i>lesechos.fr</i>	refonte de la rubrique "les Echos Business" du site <i>lesechos.fr</i>	41 915 €
LES ECHOS SAS	<i>lesechos.fr</i>	Fusion des application mobiles Les Echos	40 555 €
LES AFFICHES DE GRENOBLE ET DU DAUPHINE	<i>La vie nouvelle</i>	LEGALPLUS	34 676 €
L'OEIL DE LA PHOTOGRAPHIE	<i>loieldelaphotographie.com</i>	refonte complète du site et développement d'une application géolocalisée	30 959 €

Entreprise bénéficiaire	Publication / Service de presse en ligne/ agence de presse Concerné(e) par le projet	Intitulé du projet	Montant de l'aide attribuée
SPORT STRATEGIES	<i>sportstrategies.com</i>	Modernisation des outils de publication numérique	28 965 €
SERONI INTERACTIVE	<i>newsassurancespro.com</i>	Rich Media	26 456 €
AVVIRE EDITIONS	<i>avviremagazine.fr</i>	Site d'informations d'Architectures à vivre	25 840 €
CIP MEDIAS	<i>materielagricole.info</i>	Refonte et modernisation du site materielagricole.info	24 291 €
L'EVEIL DE LA HAUTE-LOIRE	<i>L'Eveil de la Haute-Loire</i>	Nouveau système informatique rédactionnel	24 192 €
AIR ET COSMOS	<i>air-cosmos.com</i>	Modernisation et développement numérique international	23 925 €
LES EDITIONS GESTION ET FINANCES PUBLIQUES	<i>gfpnumerique.com</i>	De la Revue du Trésor à gfpnumerique.com : contribution à l'étude des Finances Publiques	23 535 €
SEBDO	<i>Le Point</i>	Soutien et développement de la diffusion du point et ses publications à l'étranger	23 041 €
ALLIEDHEALTH	<i>santelog.com</i>	Développement d'un système d'abonnement payant à certains contenus premium	22 137 €
LE NOUVEL OBSERVATEUR DU MONDE	<i>L'Obs</i>	Développement de la diffusion à l'étranger	21 699 €
SOCIETE FRANCAISE DE PROMOTION ARTISTIQUE	<i>connaissancesdesarts.com</i>	Refonte du site internet connaissancesdesarts.com	19 944 €
FUTURIBLES	<i>futuribles.com</i>	Développement d'une nouvelle formule de la version du site	19 783 €
REPORTERS SANS FRONTIERES	<i>rsf.org</i>	Refonte du site internet rsf.org	19 042 €
SOCIETE REVUE EXPERTS	<i>revue-experts.com</i>	Affirmation du développement des connaissances sur le web	17 208 €
DIGITAL ART INTERNATIONAL	<i>makery.info</i>	Lancement du nouveau site et des nouveaux formats du média makery.info	16 958 €
LE TELEGRAMME	<i>letelegramme.fr</i>	Modernisation du site internet	16 491 €
WOSTOK PRESS	<i>WOSTOK PRESS</i>	Wostok presse vidéo	15 546 €
HACHETTE FILIPACCHI ASSOCIES	<i>Paris Match</i>	Promotion diffusion export Paris Match 2015	14 745 €
GLOBAL MEDIA SANTE	<i>larevedupraticien.fr</i>	La Revue du Praticien – Articles dédiés aux étudiants en médecine	14 654 €
BOLLORE MEDIA DIGITAL	<i>directmatin.fr</i>	Refonte du dispositif applicatif pour smartphones et tablettes sur iOS et Android	13 770 €
NOUVELLE QUINZAINE LITTERAIRE	<i>nouvelle-quinzaine-litteraire.fr</i>	Développement d'une édition numérique complète de la Quinzaine littéraire	12 658 €
LE MONDE DIPLOMATIQUE	<i>monde-diplomatique.fr</i>	Une base éditoriale numérique " exhaustive" pour Le Monde diplomatique	11 318 €
COURRIER INTERNATIONAL	<i>Courrier International</i>	Développement du lectorat sur les pays francophones à faible pouvoir d'achat	10 271 €

Entreprise bénéficiaire	Publication / Service de presse en ligne/ agence de presse Concerné(e) par le projet	Intitulé du projet	Montant de l'aide attribuée
SEPA – Société d'Éditions et de Publicité Agricoles de l'Est	<i>est-agricole.com</i>	EAVPHR 3.0	9 901 €
SANEP – Société Anonyme d'Édition et de Publicité	<i>phr.fr</i>	EAVPHR 3.0	9 198 €
LIBERATION	<i>Libération</i>	Développement de la presse dans les zones francophones à faible niveau de vie	9 028 €
BEY MEDIAS PRESSE ET INTERNET	<i>lopinion.fr</i>	Développement de l'application Windows phone l'Opinion	8 832 €
SOCIETE DE PRESSE DE L'OISE	<i>Oise Hebdo</i>	Modernisation du système d'information fondé sur l'utilisation de logiciels libres	8 385 €
MALESHERBES PUBLICATIONS	<i>lavie.fr</i>	Enrichissement éditorial et monétisation du site lavie.fr	7 926 €
ALP	<i>Agence locale de presse</i>	Numérisation et modernisation du fonctionnement interne et du service aux clients de l'agence ALP	6 890 €
SAS WEBLEX	<i>weblex.fr</i>	Mise en place du nouveau site Internet d'informations juridiques WebLex	6 650 €
ALLIEDHEALTH	<i>santelog.com</i>	Développement d'une application mobile "Actu médicale et scientifique"	5 627 €
ANDIA	<i>ANDIA</i>	Intégration des nouvelles avancées technologiques des solutions Phototèque	4 742 €
L'ABECEDAIRE DES INSTITUTIONS	<i>labecedaire.fr</i>	Développement numérique de l'abécédaire des institutions	4 548 €
MONDAFRIQUE	<i>mondafrique.com</i>	Mise en place d'une rubrique payante "confidentiels" de mondafrique.com	3 900 €
AMICALE ZIBELINE	<i>journalzibeline.fr</i>	Développement du site	3 592 €
SAS WEBLEX	<i>weblex.fr</i>	Mise en place de l'application mobile Weblex	2 265 €
DECHETS INFOS SAS	<i>dechets-infos.com</i>	Amélioration du site internet et développement d'une nouvelle offre commerciale	1 215 €
SAS SAVOIE EDITIONS	<i>Le Faucigny</i>	Reprise et développement d'un hebdomadaire régional d'informations politiques et générales	899 €

III) Les grandes données chiffrées du Fonds stratégique pour le développement de la presse de 2012 à 2015

- **619 projets** ont été **examinés**.
- **513 projets** ont été **soutenus**.
- **75 050 313 €** d'aides ont été **attribués** au total sur les quatre dernières années.
- **Le montant de l'aide la plus importante** s'élève à **4 419 926 €**.
- **Le montant de l'aide la moins importante** est de **415 €**.
- **Le montant moyen d'aide** s'élève à **146 297 €**.
- **300 projets de développement de services de presse en ligne** ont été soutenus.
- **154 projets de développement de publications** ont été soutenus.
- **14 projets bi-médias** (projet de développement bénéficiant à deux supports média associés) ont été soutenus.
- **29 projets de développement d'agences de presse** ont été soutenus.
- **16 projets collectifs** ont été soutenus.
- **Depuis 2014, 38 projets innovants pour l'ensemble du secteur** ont été soutenus à un taux majoré de subvention de 50 %.
- **En moyenne, une part de 88,4 % des montants attribués ces quatre dernières années a bénéficié à la presse qualifiée d'information politique et générale.**