

# Libre·ECO

Libre. ECO – 09 février 2024

Distribution des journaux : des choix qui pourraient coûter cher

## Distribution des journaux : des choix qui pourraient coûter cher

L'abandon du subside au profit d'un crédit d'impôt met à mal les éditeurs.



Ariane van Caloen | Journaliste économique à La Libre Belgique



Publié le 09-02-2024 à 20h00 - Mis à jour le 10-02-2024 à 17h38

Enregistrer



*L'abandon du subside au profit d'un crédit d'impôt met à mal les éditeurs.*

Ariane van Caloen | Journaliste économique à La Libre Belgique

Des rumeurs contradictoires ont circulé ce vendredi sur une possible discussion au sein du comité ministériel restreint (kern) sur le délicat dossier de la concession des journaux. Les atermoiements du gouvernement De Croo sont critiqués avec virulence par les éditeurs. Voyons pourquoi l'enjeu est crucial pour eux.

## **1. Qu'entend-on par concession ?**

---

Jusqu'à la libéralisation du marché des services postaux au sein de l'Union européenne au début des années 2000, la distribution de journaux était assurée par la Régie de la Poste. Dans le cadre de la libéralisation, l'État belge s'est engagé vis-à-vis de la Commission européenne à mettre ce service en concurrence tous les cinq ans.

Le premier appel d'offres lancé par le SPF (service public fédéral) Économie remonte à 2015 pour la période 2016-2020. Bpost, qui fut la seule entreprise à soumissionner, a obtenu la concession pour la distribution de journaux et périodiques partout dans le pays sauf dans trois villes (Bruxelles, Anvers et Gand). L'aide publique qui y était associée s'élevait à un montant compris entre 150 et 175 millions d'euros par an pour distribuer quelque 184 millions de journaux et 213 millions de périodiques par an. Cette aide permettait à bpost d'encaisser 1 euro par journal distribué : 25 centimes à la charge des éditeurs, 75 centimes à la charge de la concession.

Cette concession a suscité beaucoup de débats au Parlement en raison de soupçons de collusion entre bpost et les éditeurs flamands (DPG et Mediahuis), les différentes parties s'étant échangé des informations confidentielles.

À cause notamment de ces suspicions, mais aussi de désaccords politiques, le gouvernement n'a lancé l'appel d'offres pour la nouvelle concession qu'en mars 2023 pour une entrée en vigueur en janvier 2024.

Publicité

Le résultat de cet appel d'offres a fait l'objet d'une fuite dans la presse en novembre 2023. Et à la surprise générale, c'est le "petit" distributeur belge PPP qui est sorti gagnant pour les quotidiens et l'entreprise française Proximy pour les périodiques, bpost étant mise hors jeu.

## **2. Pourquoi la concession a-t-elle été abandonnée ?**

La façon dont le SPF Économie, sous la tutelle du ministre Pierre-Yves Dermagne (PS), a organisé l'appel d'offres pour la nouvelle concession a été fortement critiquée. Les éditeurs regrettent notamment de ne pas avoir été consultés alors que ce sont eux qui maîtrisent les expertises logistiques à intégrer dans le cahier des charges.

Quand PPP est sorti gagnant, les syndicats de bpost sont aussi montés au créneau pour brandir la menace de perte d'emplois. Ils citent le chiffre de 4 000 personnes. Un chiffre qui couvre le nombre de personnes impliquées dans l'organisation opérationnelle de cette activité. Mais qu'il faut sans doute diviser par deux en termes d'équivalents temps plein (ETP).

Mi-décembre 2023, le gouvernement a fait un virage à 180 degrés. Plutôt que de choisir PPP, il a mis un terme à la concession. Pour amortir le choc, il a remplacé celle-ci par un système de crédit d'impôts dont les modalités ne sont pas encore précisées à ce jour. Il a aussi prolongé la concession à bpost jusqu'à la fin juin.

Ce système de crédit d'impôts est jugé impraticable par les éditeurs surtout francophones, en particulier parce que les montants seront nettement insuffisants du fait qu'ils seraient limités aux zones à faible densité de population. Par ailleurs, le crédit d'impôt n'est remboursé que deux ans plus tard, posant des problèmes de trésorerie.

### **3. Pourquoi les éditeurs craignent-ils le chaos ?**

Bpost, anticipant qu'elle ne recevrait plus de subside à partir de juillet, a revu à la hausse ses tarifs de distribution. Et elle demanderait jusqu'à près de trois fois plus, se murmure-t-il. Le surcoût serait de plus de 20 millions pour les éditeurs francophones et de plus de 40 millions pour les néerlandophones. Pour certains spécialistes, bpost met le couteau sous la gorge des éditeurs. *“Elle est en train d'abuser de sa position dominante”*, nous dit un expert. Et de faire référence à une étude de l'IBPT (le régulateur des services postaux) qui a montré que le coût de la distribution est de 59-60 centimes pour un quotidien et de 38-40 centimes pour un périodique. Soit beaucoup moins que les prix annoncés par bpost.

### **4. Pourquoi accorder un subside ?**

La distribution de la presse est considérée comme un service d'intérêt économique général (selon des conditions édictées par l'Europe) avec comme enjeu de garantir aux citoyens l'accès égal et abordable aux journaux et périodiques. L'idée des gouvernements précédents est d'éviter une fracture numérique dans l'accès à l'information et de laisser le temps aux éditeurs pour s'adapter à la révolution numérique.

Ce choix politique de faire de la distribution de journaux un service d'intérêt général ne fait pas l'unanimité au sein de la Vivaldi. Par la voix de l'ex-vice Premier, Vincent Van Quickenborne, l'Open VLD a tout fait pour revoir cette aide. Le "scandale" autour de la concession n'est sans doute pas pour rien dans son combat.

Il faut aussi savoir que les journaux "papier" rapportent plus que les versions numériques, y compris en tenant compte de tous les frais supplémentaires. Et cela, pour deux raisons. Un, le prix (525 euros par an pour *La Libre* contre 159 euros pour un abonnement numérique) est plus élevé. Deux, l'impact de mémorisation des publicités dans le journal étant particulièrement efficace, le prix des publicités est plus élevé que sur les médias digitaux. Le message des éditeurs est clair : la décision du gouvernement provoquerait une telle hausse de leurs coûts de distribution qu'ils seraient forcés de réaliser des plans d'économie draconiens au détriment de la qualité journalistique.

Ils se disent prêts à organiser des nouvelles formes de distribution, moins coûteuses que bpost, mais pour ce faire, ils ont besoin d'une période de transition d'au moins 18 mois.