

Les "offres presse" des opérateurs mobile : une manipulation économique qui nuit à la presse !

mer 12/07/2017 - 19:38



Il y a quelques semaines, [j'écrivais une lettre ouverte en réponse à Alain Weill](#), Directeur général de SFR Médias, dont les propos excessifs condamnaient la presse papier, et ne faisaient que monter les divers supports de lecture de la presse les uns contre les autres.

Je m'interrogeais : à qui profite le crime, lorsque des opérateurs comme SFR, Bouygues, ou tout autre opérateur qui serait tenté de s'y engager, et dont le cœur de métier n'est certainement pas la presse ou l'édition, offrent la presse en goodies de leurs forfaits ou abonnements.

Je condamne une telle démarche, qui dévalorise totalement la presse dans son ensemble, tous supports confondus, papier comme numérique. Elle présente la presse comme un complément gratuit à une offre commerciale qui n'a rien à voir.

Elle opère, du même coup, un tour de passe-passe qui permet d'utiliser la TVA super-réduite appliquée à la presse, en intégrant l'offre presse directement dans le forfait de téléphonie. Ainsi, par ce biais, les opérateurs soustraient une part non négligeable de leurs abonnements à l'impôt. Ce qui coûterait la bagatelle de 216 à 360 millions d'euros par an pour le seul opérateur SFR, en pertes de recettes fiscales pour l'État*.

Une dévalorisation à nouveau, de cette TVA spécifique à la presse, qui permet de faciliter l'accès du citoyen à la libre information. Dans les offres « kiosques » des opérateurs, nulle défense de la liberté de la presse, mais plutôt une recherche d'optimisation fiscale en totale inadéquation avec nos valeurs constitutionnelles.

Sur ce point donc, je me joins au [positionnement du SPIIL](#), le Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne. Car je le rappelle, les différents supports de presse ne

doivent pas être opposés, mais plutôt se compléter et se répondre, toujours dans la perspective d'une valorisation des contenus et de la presse dans son ensemble, comme produit à part entière.

-

Daniel Panetto, président de Culture Presse – Union des commerçants des loisirs et de la presse.

*Chiffres : SPIIL.