Journaux relevant du service universel
Les prix ne couvrent pas les frais engagés

La Poste a tout intérêt à ce que le marché de la presse soit fonctionnel et salue l'encouragement d'une presse diversifiée par la Confédération. Sur mandat de la Confédération, elle répercute aux éditeurs l'aide indirecte à la presse totalisant 50 millions de francs par an, en leur accordant un rabais par exemplaire. L'OFCOM décide des titres qui peuvent bénéficier de l'aide. Les prix facturés pour la distribution des journaux sont toutefois nettement inférieurs aux coûts occasionnés, ce qui entraîne un déficit de près de 67.1 millions de francs (état en 2024). Du point de vue de la Poste, il faut donc veiller à ce qu'elle puisse déterminer ses prix en fonction de critères du marché.

La distribution ordinaire des journaux et périodiques en abonnement fait partie du mandat de service universel de la Poste. Leur volume se réduit d'année en année. Conformément à l'article 16 de la loi sur la poste, la Poste est tenue de fixer les prix relatifs aux journaux en abonnement relevant du service universel selon des principes économiques et indépendamment de la distance. Les prix facturés pour cette prestation sont largement inférieurs aux coûts engendrés. La Poste s'efforce constamment de réduire les coûts en améliorant son efficacité. Eu égard au recul du marché, cet unique levier ne permet plus à la Poste de continuer à réduire de manière substantielle l'insuffisance de couverture des coûts par ses propres moyens.

Le compte des journaux de la Poste est déficitaire

En 2024, le compte des journaux de la Poste affichait un déficit d'environ 67.1 millions de francs. Cela signifie que l'ensemble des journaux et des périodiques en abonnement profitent d'un financement croisé par d'autres prestations de la Poste, et cela dans une mesure qui excède de façon significative l'aide indirecte à la presse de 50 millions de francs accordée par la Confédération.

Déficit du compte des journaux de la Poste en millions de CHF

	2020	2021	2022	2023	2024
Déficit (arrondi)	-93	-99.5	-70.1	-60	-67.1

L'aide indirecte à la presse ne dépend pas du pricing de la Poste

L'aide indirecte à la presse permet de cofinancer les coûts de distribution de la Poste en faveur des éditeurs, la Poste ne profitant pas de ces moyens supplémentaires. Compte tenu du déficit structurel, la Poste sera contrainte de procéder à des augmentations de prix ces prochaines années – condition également indispensable pour continuer à garantir le service universel. Ces adaptations de prix seront nécessaires, indépendamment du montant et de la composition de l'aide indirecte à la presse.

Aide à la presse de la Confédération

Afin de maintenir la diversité de la presse et des opinions en Suisse, la Confédération fournissait jusqu'à présent une contribution annuelle totalisant 50 millions de francs par le biais de l'aide indirecte à la presse. Les quotidiens et hebdomadaires locaux et régionaux, tout comme les journaux et les périodiques associatifs et des fondations profitent ainsi de prix réduits au niveau de la distribution ordinaire. Les subventions fédérales se répartissent à hauteur de 30 millions de francs pour la presse régionale et locale et de 20 millions de francs pour la presse associative et des fondations. La Poste ristourne l'intégralité des subventions de la Confédération aux éditeurs ou aux titres ayant droit en accordant un rabais pour la distribution par exemplaire. Le Conseil fédéral définit chaque année le montant du rabais pour la distribution. L'Office fédéral de la communication (OFCOM) décide des titres qui peuvent bénéficier de l'aide.

Rabais pour la distribution de la Confédération, en centimes par exemplaire

	2021	2022	2023	2024	2025
Presse régionale et locale	29	29	26	25	28
Presse associative et presse des fondations	18	18	18	20	22

Points de vue défendus par la Poste

- La Poste soutient l'encouragement de la diversité de la presse par la Confédération, mais le choix du modèle de soutien à la presse relève d'une décision politique.
- Selon la Poste, il est indispensable que la sphère politique et les

éditeurs mènent ensemble une réflexion de fond sur le financement des médias à l'avenir. Dans la mesure où les volumes vont continuer à reculer, entraînant une augmentation des coûts à l'unité pour la Poste, alors même que le bon fonctionnement du marché de la presse est crucial du point de vue politique, le rôle de la Poste en tant qu'acteur majeur dans ce contexte démocratique devrait être pris en compte de manière adéquate.

– Pour que la Poste puisse assurer le service universel par ses propres moyens tel que l'exige le mandat légal, elle doit pouvoir fixer ses prix selon des critères conformes au marché et en fonction des coûts.

– L'important déficit affiché par le compte des journaux de la Poste est imputable aux bas prix de distribution des journaux résultant de motifs d'ordre historique. Cette charge que la Poste doit assumer chaque année par ses propres moyens impacte considérablement les finances de l'entreprise.

– La Poste essaie constamment de réduire le déficit du compte des journaux en exploitant des synergies et en appliquant des mesures de gain d'efficacité. Elle ne pourra toutefois renoncer à des augmentations de prix ces prochaines années – notamment pour continuer à garantir le service universel.

– L'aide indirecte à la presse doit être considérée indépendamment de la discussion sur le déficit structurel de la Poste au niveau de la distribution des journaux. Celui-ci subsistera nonobstant une hypothétique augmentation des subventions de la Confédération. Des adaptations de prix seront nécessaires, indépendamment du montant et de la composition de l'aide indirecte à la presse.

La Poste Suisse SA
Public and International Affairs
Wankdorfallee 4
Case postale
3030 Berne

E-mail: politique@poste.ch
www.poste.ch