

la conquête des moyens

COURRIER D'INFORMATION ET DE LIAISON POUR LA BATAILLE FINANCIÈRE

SOMMAIRE

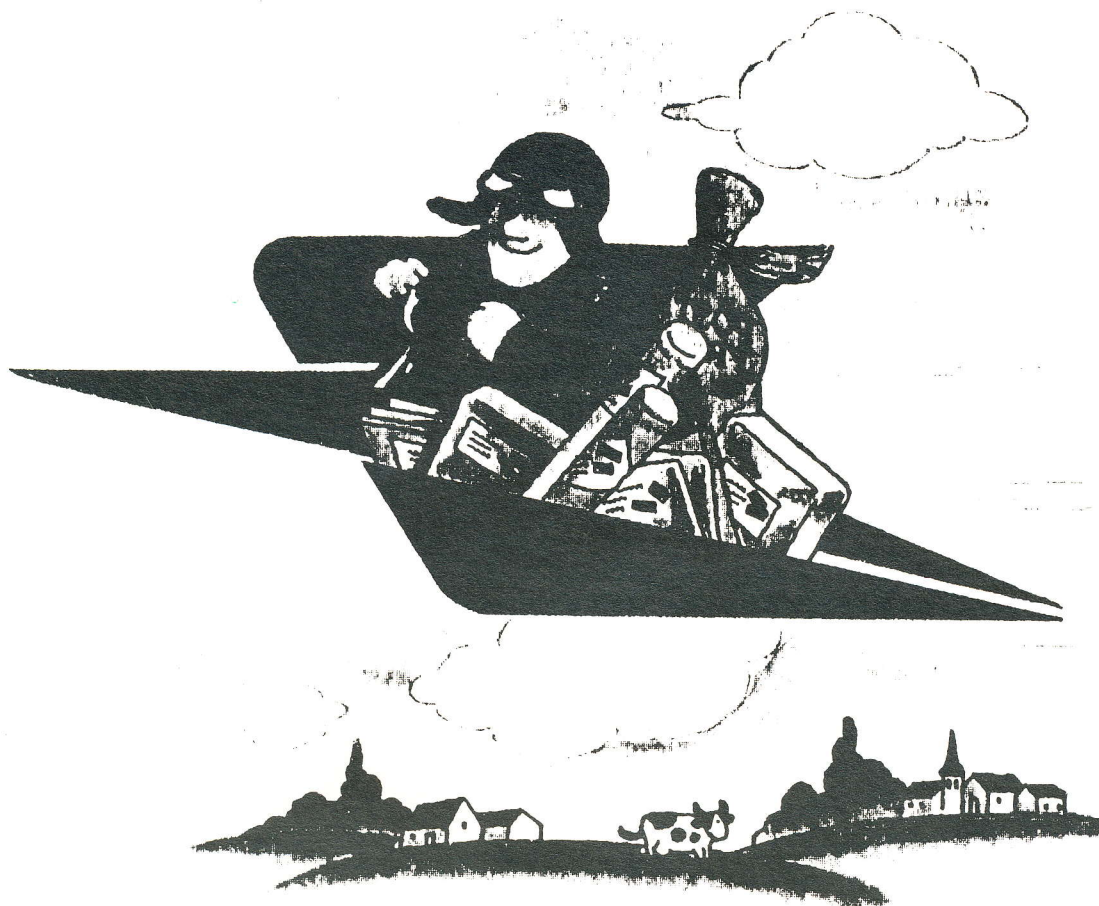
Bulletin de PO AC GE FI.

1. Créer une publication : les formalités à accomplir.
2. L'obtention d'un numéro de commission paritaire.
3. Le routage : pourquoi ? pour qui ? comment ?
4. Le régime fiscal des publications non quotidiennes (suite)
5. La publicité et nos publications.
6. Le syndicat de la presse sociale.
7. Informations rapides.

SPÉCIAL PRESSE



Fiscalité suite





Le billet de PO.AC.GE.FI*

Depuis plusieurs mois, les grands moyens d'information (presse, radio, télé) se comportent de la même façon qu'avant le 10 mai 1981. Ils sont restés une « machine de guerre anti-changement ».

Il s'agit pour eux de présenter le gouvernement de gauche comme « inefficace », les luttes sociales comme mettant en cause le changement, l'économie du pays.

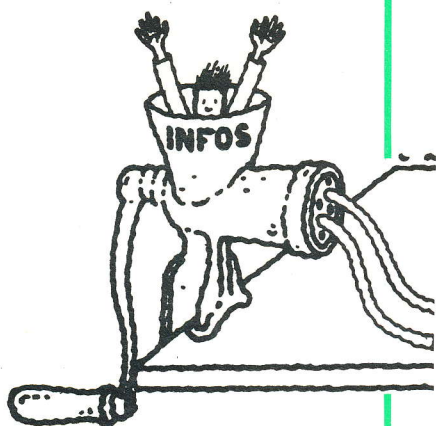
Il s'agit pour eux de minimiser les conquêtes sociales, les victoires, de masquer l'héritage désastreux qu'ils ont laissé. L'objectif est d'affaiblir les forces du changement.

L'anti-cégétisme est permanent, nos positions sont déformées et surtout, on passe sous silence, le rôle que la C.G.T. a joué dans les grandes conquêtes sociales de ces derniers mois : la retraite à soixante ans, les droits nouveaux des travailleurs, la cinquième semaine, les nationalisations.

*Aucune de ces conquêtes n'aurait été obtenue sans la détermination, l'action de la C.G.T. La droite et le patronat le savent. L'enjeu de leur campagne : **le cacher aux travailleurs.** Pour cela, tout leur est bon, le mensonge, les silences sur nos positions, le dénigrement.*

***Ceci ne peut plus durer.** C'est pourquoi le bureau confédéral a décidé d'une campagne « anti-intox » destinée à faire connaître la vérité aux travailleurs et à exiger un grand service public de l'information, rénové, indépendant, pluraliste.*

*Dans le cadre de cette bataille, le rôle des **publications éditées par nos organisations**, au plan confédéral, du syndicat de base à la fédération, de l'union locale à l'union départementale, est irremplaçable car ces publications prennent en compte, au plus près, les problèmes, les revendications des salariés et sont donc plus à même de répondre à leurs aspirations.*

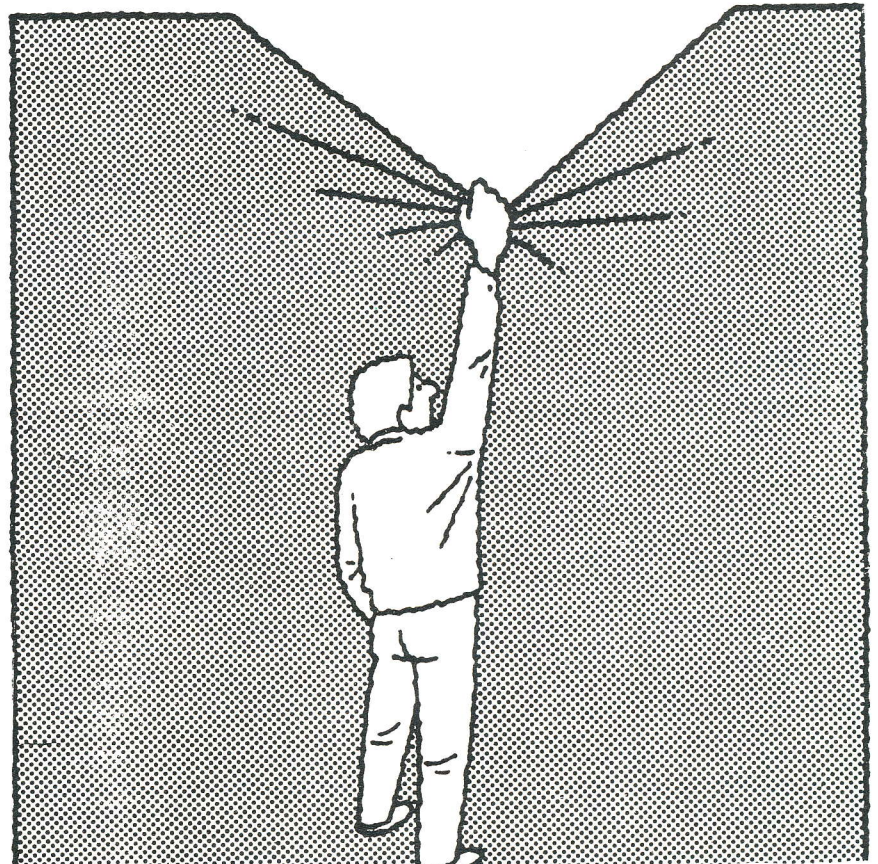


*PO.AC.GE.FI. : Politique - Action - Gestion financières.

L'expression des travailleurs sur leur lieu de travail fait partie des « droits nouveaux des travailleurs ». L'article 412-8 du nouveau Code du travail affirme que : « Le contenu des affiches, publications et tracts est librement déterminé par l'organisation syndicale sous réserve des dispositions applicables à la presse. »

Du point de vue du contenu, il n'y a donc plus de restriction, de sujet tabou. Par exemple, un patron ne peut plus interdire la diffusion d'un tract, d'une publication au motif que son contenu serait politique.

La seule réserve à ce droit d'expression est constituée par les « dispositions applicables à la presse » qui conditionnent l'édition d'une publication à un certain nombre de démarches administratives et d'obligations.



En guise de préambule



La parution du numéro 14 de « la Conquête des moyens » a fait surgir des questions sur les problèmes qui rencontrent nos organisations lorsqu'elles éditent une publication.

Des unions départementales, des syndicats, des fédérations nous ont fait part de leur expérience dans ce domaine. C'est important, car cela nous aide et cela aide l'ensemble du mouvement à progresser sur ces aspects de la gestion financière et administrative.

En effet, cet échange d'informations nous permet de répondre dans de meilleures conditions aux questions qui nous sont posées :

- Quelles formalités à accomplir lors de la création d'une publication ?
- Comment obtenir un numéro de commission paritaire ou des tarifs préférentiels en matière de routage ?
- Comment faire en sorte que les recettes provenant de la publicité soient un élément de la gestion financière ?
- Comment appliquer les dispositions fiscales dans les meilleures conditions ?

Ce numéro doit nous permettre de poursuivre et d'approfondir le débat ouvert sur ces questions, de présenter auprès des pouvoirs publics un dossier argumenté pour que les formalités pesant sur les syndicats soient allégées et que les aides à la presse sociale (dont relèvent nos publications) deviennent réalité, c'est-à-dire qu'elle soit assimilée aux publications les plus favorisées, donc que lui soit accordée la plus large réfaction du taux de T.V.A.

C'est pourquoi nous vous demandons de continuer à nous faire part des difficultés que vous rencontrez, de vos suggestions et de vos expériences dans ce domaine.



I. — Créer une publication : les formalités à accomplir

Ces dernières ne doivent pas être considérées seulement sous l'angle « entraves administratives » au droit d'expression.

En effet, la possibilité de créer une publication légalement résulte de l'utilisation d'un droit conquis à travers des luttes dans des conditions difficiles.

C'est la reconnaissance officielle du droit d'organisation syndicale, du droit de diffuser nos propositions et nos idées.

La déclaration du titre

Avant la première parution, une déclaration doit être déposée auprès du procureur de la République du département où l'organisation a son siège.

Faite en cinq exemplaires, sur papier timbré, elle doit comporter :

- le titre du journal ;
- son mode de publication : périodicité ;
- le nom, l'état civil, la nationalité et le domicile du directeur de la publication ;
- l'adresse de l'imprimeur.

Le dépôt du titre

Cette formalité, nullement obligatoire, garantit la propriété du titre contre toute usurpation faite par des tiers. Pour Paris et la région parisienne, le dépôt du titre sera effectué auprès de l'Institut national de la propriété industrielle, 26 bis, rue de Leningrad, 75008 Paris ou en province, au greffe du tribunal de commerce du siège de l'association.

Le dépôt légal

Tous les imprimés sont soumis à l'obligation du dépôt légal. L'éditeur doit déposer quatre exemplaires à la Bibliothèque nationale, 52, rue de Richelieu, 75002 Paris, et un exemplaire, soit à la préfecture pour la province, soit au service du dépôt légal, 3, rue Cambacérès, 75008 Paris, pour Paris.

Une déclaration initiale, dont le modèle vous sera envoyé sur votre demande par la Bibliothèque nationale, accompagnera le dépôt initial et, en fin de chaque année, l'éditeur établira une déclaration pour l'ensemble des numéros parus qu'il joindra au dernier numéro de l'année. Ces envois sont dispensés du timbrage.

La Bibliothèque nationale communique, au bout de six mois, un numéro ISSN N qu'il est obligatoire de faire figurer sur la couverture.

Le dépôt administratif

Obligatoire pour les périodiques ayant une périodicité supérieure ou égale au rythme mensuel. Il est effectué en franchise postale auprès de M. le Premier ministre, service juridique de l'information, 69, rue de Varennes, 75007 Paris, en quatre exemplaires pour les publications paraissant une fois par mois au moins.

Le dépôt judiciaire

Deux exemplaires signés doivent être envoyés au tribunal de grande instance dont relève l'imprimeur.

II. — L'obtention d'un numéro de commission paritaire

C'est la première démarche à effectuer **car c'est le certificat délivré** par la commission paritaire des publications et agences de presse **qui permet de bénéficier des avantages postaux et du régime fiscal** applicable aux publications quotidiennes.

La commission paritaire

Cette commission a été instituée par décret du 13 juillet 1934. Son but essentiel est d'éclairer le ministre de l'Information sur le droit, pour certaines publications répondant à des conditions déterminées, de bénéficier d'avantages fiscaux et, subsidiairement, de tarifs exceptionnels en matière de transports postaux.

Comment obtenir le certificat d'inscription ?

Pour obtenir l'inscription à la commission paritaire, le journal doit adresser sa demande d'inscription au secrétariat de la commission : 69, rue de Varennes, 75007 Paris, tél. 551.73.89, poste 454 (voir imprimé « la Conquête des moyens », n° 14).

Celui-ci adressera au journal un questionnaire à retourner avec six exemplaires de la dernière parution (voir annexe n° 1) en y joignant les statuts de l'organisation.

« Il nous a été signalé que la commissions avait adressé, outre les imprimés habituels, une attestation à faire certifier exacte par un expert-comptable, faisant apparaître le nombre des ventes au numéro, les abonnements individuels et collectifs, les abonnements liés au versement d'une cotisation. Le secrétariat de la commission nous a fait savoir que cette attestation ne concernait pas les organisations syndicales et qu'elle avait été envoyée par erreur. Dès lors, les seuls imprimés à retourner sont ceux figurant en annexe. »



Le Peuple

Organe officiel bimensuel
 de la Confédération générale
 du travail
 263, rue de Paris
 93516 MONTREUIL CEDEX
 64^e année (N° 7987)
 Nouvelle série : N° 1150

RÉDACTION-ADMINISTRATION
VENTES
 67, rue de l'Aqueduc
 75010 Paris
 Tél. 205.75.27
 Téléx : 213060 F
 C.C.P. PARIS 79-19 N

CE NUMÉRO A ÉTÉ TIRÉ A
32 000 exemplaires



Dépôt légal - Févr. 1983 - N° 18471
 Commission paritaire n° 1626 D 73
 (Fac-similé)

Les conditions d'obtention

Il convient de définir le type de document dont l'organisation a besoin car, une fois adoptée, la présentation de la publication ne peut plus, en principe, être changée.

Conditions générales : la commission examine si le journal demandeur remplit, au terme du décret de 1934, les conditions suivantes :

1. Avoir un caractère d'intérêt général quant à la diffusion de la pensée pour l'instruction, l'éducation, l'information ou la récréation du public.
2. Satisfaire aux obligations sur la presse, c'est-à-dire :
 - mentionner sur chaque exemplaire le nom et le domicile de l'imprimeur qui a effectivement tiré le journal ;
 - mentionner sur chaque exemplaire le nom du directeur de publication ;
 - procéder au dépôt légal.
3. Paraître au moins une fois tous les trois mois.
4. Se vendre à un prix marqué au numéro ou par abonnement.
5. Comporter moins des deux tiers de la surface en publicité.

Conditions concernant plus particulièrement les syndicats :

« Les publications syndicales ou corporatives présentant un caractère d'intérêt social » peuvent bénéficier du régime économique de la presse « à la condition, toutefois, qu'elles ne servent pas directement ou indirectement à la défense d'intérêts commerciaux ou professionnels. »

A ce sujet, il faut savoir que **l'appréciation** de la commission est déterminée pour l'essentiel par la répartition du contenu suivant des pourcentages sujets à variation.

En général :

- Informations générales 55 %. C'est l'ensemble des articles susceptibles d'intéresser le public, c'est-à-dire tous les travailleurs au-delà des syndiqués et sur les problèmes généraux.
- Informations intérieures de l'organisation, publicité payante ou gratuite 45 %. **La publicité ne doit pas occuper plus de 20 % de la surface totale.**

Ces conditions exigées par la commission ne découlent d'aucun texte légal. Elles constituent, notamment en ce qui concerne la limitation de la surface publicitaire, une atteinte aux « moyens économiques » de la presse syndicale non quotidienne.

Il convient de rester vigilant, de prendre en compte la guerre idéologique que nous livre le C.N.P.F., de voir que tout acquis se défend, s'améliore par une intervention appropriée des travailleurs.



III. — Le routage : Pourquoi ? Pour qui ? Comment ?

Qu'est-ce qu'une publication routée ?

Un quotidien, un magazine ou toute publication périodique « routée » bénéficie de deux avantages principaux :

- un acheminement rapide et régulier ;
- un tarif spécial.

Pour cela, il faut, évidemment, que la publication réponde à certaines conditions :

- le directeur ou l'éditeur de la publication doit obtenir une « autorisation préalable de dépôt » (voir ci-dessous) ;
- chaque envoi doit être composé d'un nombre minimum d'exemplaires [1 000 en règle générale (1), 100 pour les journaux locaux circulant dans un seul département] ;
- les envois doivent être déposés dans certains établissements postaux déterminés à l'avance ;
- l'éditeur et les personnes ou entreprises concernées doivent scrupuleusement respecter les règles indiquées dans ce guide.

Quelles publications peuvent être routées ?

Seules sont susceptibles d'être routées les publications qui disposent d'un certificat d'inscription délivré par la commission paritaire des publications et agences de presse.

Comment obtenir l'autorisation de dépôt ?

Les formalités peuvent être accomplies par le directeur de la publication, l'éditeur, l'imprimeur ou la personne désignée par le directeur pour effectuer les dépôts.

(1) Il est cependant possible de grouper deux publications de même périodicité pour atteindre ce nombre.

Dépôt dans le même département que le siège social

Si les dépôts doivent être effectués dans le département où est situé le siège social de la société éditrice de la publication, le dossier de demande sera adressé au chef de service départemental des postes de ce département (1).

Dépôt dans un autre département

Si les dépôts doivent être effectués dans un autre département que celui où est situé le siège social, le dossier de demande d'autorisation de dépôt sera adressé au chef de service départemental des postes du département où auront lieu les dépôts (1).

Dépôts dans plusieurs départements

Les dépôts peuvent être effectués dans plusieurs départements : un dossier complet de demande d'autorisation de dépôt doit être adressé à *chacun* des chefs de service départementaux des postes des départements où auront lieu les dépôts (1).

Dans le cas de l'impression décentralisée, l'autorisation est à demander au seul chef de service départemental des postes du département où se trouve le lieu d'impression.

Comment le demandeur sera-t-il informé ?

Compte tenu des renseignements fournis et après concertation préalable si la demande a été faite suffisamment à l'avance, le demandeur d'une autorisation de dépôt recevra notification :

- des indications à faire figurer sur les bandes adresses, enveloppes, emballages ou paquets de journaux, étiquettes de liasses ;
- *des tris préparatoires à effectuer* ;
- des modalités de dépôt : lieu, heure limite, etc. ;
- des documents devant accompagner les dépôts ;
- de la tarification applicable pour la publication elle-même et pour les documents qui, éventuellement, l'accompagnent (encartages, carte T, etc.) ;
- des conditions de perception et de règlement des taxes : mode d'affranchissement, bureau de poste chargé de l'encaissement des taxes, modalités de facturation.



(1) Pour les dépôts à Paris : au chef de service régional, directeur des postes de Paris (direction de l'exploitation), 140, boulevard du Montparnasse, 75675 Paris Cedex 14.

Comment modifier les conditions de dépôt ?

Toute demande de changement de bureau de dépôt doit être adressée par écrit, au moins cinq jours à l'avance, au chef de service départemental des postes dont dépend le ou les nouveaux lieux de dépôt envisagés.

Si ces nouveaux lieux de dépôt souhaités se trouvent dans plusieurs départements, il conviendra de faire une demande pour chacun de ces départements.

La demande doit indiquer clairement et de façon précise les lieux de dépôts actuels et les nouveaux points de dépôts souhaités, ainsi que la date à partir de laquelle le changement devrait intervenir.

Tout changement de jour de dépôt doit être simplement notifié cinq jours à l'avance par l'éditeur ou son représentant au chef de service départemental des postes du département où est situé le siège social de la publication.

Toute modification dans l'exploitation de la publication : changement d'imprimeur, de routeur, d'adresse du siège social, de statuts de la société éditrice, de directeur de la publication, etc., doit être immédiatement notifié par l'éditeur ou son représentant au chef de service départemental des postes du département dans lequel est situé le siège social de la publication (ou dans lequel il était situé, en cas de transfert dans un autre département).



Les tarifications postales

Nous appelons votre attention sur le caractère extrêmement précis des tarifications postales.

Elles sont détaillées à l'indicateur des P. et T. et les journaux risquent, par maladresse, d'être soumis à des taxations onéreuses qu'il est parfois aisé d'éviter.

Nous citerons, par exemple, le cas des encartages, c'est-à-dire des documents glissés dans les plis. Il y a généralement intérêt, quand ils ne doivent pas faire l'objet d'une diffusion séparée, à les remplacer par une insertion dans la publication.

En effet, les encarts peuvent donner lieu, en plus du port du journal, à une taxation supplémentaire à l'unité, au tarif des imprimés ordinaires.

QUI PAYE?

Près de la moitié du revenu des ouvriers ponctionné par les prélèvements fiscaux et les cotisations sociales, ce sont bien là des charges insupportables. Héritée des régimes précédents, la fiscalité, loin de tendre à la réduction des inégalités, les aggrave au contraire. Première victime : les salariés. Contribuable intégral pour l'impôt sur le revenu, le salarié modeste est aussi un contribuable intégral devant l'impôt indirect. Contraint de dépenser la totalité de son salaire, la TVA, principale ressource fiscale de l'Etat avec 50 % du total, s'applique à l'ensemble de son revenu. Plus on est riche, moins on paye, l'INSEE vient de le confirmer : « la TVA est dégressive par rapport aux revenus ». Un système profondément injuste qui, malgré de premières améliorations reste à transformer. Il y va de la justice sociale et de l'efficacité économique.

IV. — Le régime fiscal des publications non quotidiennes (suite)

Ce régime a été exposé dans « la Conquête des moyens », numéro 14. Cependant, de nombreuses difficultés d'application demeurent du fait, d'une part, de l'imprécision des textes et de la difficulté d'obtenir de la part des services fiscaux des directives claires et, d'autre part, du surcroît de travail administratif imposé à nos organisations. A un moment où le Premier ministre présente une communication sur l'allègement des formalités pesant sur les entreprises (Conseil des ministres du 2.2.83), **il serait opportun que les difficultés des syndicats ouvriers dans ce domaine soient prises en compte ; nous agissons dans ce sens.**

IMPORTANT. — La loi de finances pour 1983 prévoit que l'application du taux réduit de 7 %, assorti d'une réfaction telle que le taux réel soit de 4 %, est prolongée jusqu'au 31 décembre 1983.

En conséquence, pour 1983, le taux de 4 % continuera à s'appliquer.

Comment déterminer le montant des opérations imposables ?

Les publications syndicales présentent la particularité suivante : dans la très grande majorité des cas, le prix de la publication est inclus dans la cotisation, c'est-à-dire que l'abonnement est lié au paiement de la cotisation. Dans ce cas, l'administration admet que cette part soit égale au prix de revient hors salaires de la publication (Inst. 12 février 1982, 3L-1-82).

Deux hypothèses peuvent se présenter :

a) La confection de la publication est réalisée par un imprimeur sous-traitant.

Dans ce cas, le montant des opérations imposables sera égal au montant H.T. des sommes figurant sur les factures correspondant à la livraison de la publication au titre du trimestre.

b) La confection de la publication est prise en charge par l'organisation.

Le montant des opérations imposables sera obtenu en totalisant les factures se rapportant à l'acquisition des biens et services ayant concouru à la confection de la publication (prix de revient H.T.)

Cette détermination peut être plus ou moins complexe selon les cas. C'est pourquoi, en cas de difficultés, il convient de prendre contact, soit avec les camarades du S.N.A.D.G.I.-C.G.T. (Syndicat national des agents de la direction générale des impôts), les services fiscaux locaux, le camarade Le Gallo Philippe, secteur politique financière de la confédération.

T.V.A. T.V.A.

T.V.A.

T.V.A.

T.V.A.

T.V.A.

T.V.A.

La T.V.A. déductible

Deux hypothèses à envisager :

1. La taxe est déductible dans son intégralité dans la mesure où les biens et les services concourent exclusivement à la confection de la publication.

IMPORTANT. — Dans ce cas, la facture doit être établie au nom de la publication.

2. La taxe est déductible selon un prorata : lorsque les biens et services sont utilisés concurremment pour la confection de la publication (opération imposable à la T.V.A.) et pour l'activité syndicale, il convient d'appliquer au montant de la taxe un pourcentage de déduction (prorata) pour obtenir le montant de la taxe déductible.

Normalement, ce pourcentage est déterminé par le rapport suivant :

$$\frac{\text{recettes soumises à la T.V.A.}}{\text{montant total des recettes}}$$

Seulement, bien entendu, le syndicat n'a pas à faire connaître à l'administration le montant total de son budget. L'organisation devra donc déterminer sous sa propre responsabilité, le prorata correspondant à l'utilisation des biens et services pour la confection de la publication à partir, par exemple, du temps d'utilisation respectif pour une machine, de la surface affectée à chacun des secteurs pour les immeubles, etc.

Ce prorata devra être indiqué au cadre B de la déclaration CA3/CA4.

LA DEMANDE DE REMBOURSEMENT DE CRÉDIT DE TAXE (imprimé n° 3519)

Pourquoi remplir cette demande ?

Parce que, comme nous l'avons vu dans « la Conquête des moyens », n° 14, la T.V.A. déductible (taux de 18,60 % ou 7 %) étant généralement supérieure à la T.V.A. due (taux effectif de 4 %), il ressort de la CA3/CA4 trimestrielle un crédit de T.V.A.

Quand faut-il remplir cette demande ?

La demande est recevable à la fin des trois premiers trimestres civils lorsque la somme à rembourser excède 5 000 F ou à la fin du quatrième trimestre lorsque la somme excède 1 000 F.

La demande doit être accompagnée d'un relevé des factures d'achats comportant, sur trois colonnes, les noms et adresses des fournisseurs ou prestataires de services, les dates et montant de chaque facture et le montant de la T.V.A. mentionnée sur la facture.

Taxe sur les salaires

Nous rappelons que les salaires concourant à la réalisation d'opérations imposables à la T.V.A. sont exonérés de la taxe sur les salaires.

Concrètement, cela veut dire qu'il convient de soustraire de la base imposable, le ou les salaires des personnes qui confectionnent la revue en partie ou en totalité ; dès maintenant lors de chaque versement mensuel ou trimestriel (bordereau n° 2501).

Pour l'excédent de versement au titre de l'année 1982, il conviendra de demander conseil aux services fiscaux sur la façon de procéder pour déduire le trop-versé lors des versements ultérieurs.

D'autre part, les organisations syndicales et les associations bénéficient d'un abattement de 3 000 F sur le montant de la taxe sur les salaires due au titre de 1983. (Voir § 7 « Informations rapides »).



V. — La publicité et nos publications

Du fait du nombre important de lecteurs que touchent, chaque semaine, chaque mois, nos publications ; du fait de la qualité de la lecture de nos adhérents, de nos militants, les ressources provenant de la publicité doivent devenir un élément important de la gestion financière.

Pour cela, il faut lutter, d'une part, contre l'ostracisme dont est souvent victime notre presse de la part des annonceurs et, d'autre part, contre certaines réticences qui existent au sein même de notre mouvement. C'est une question politique, car il s'agit de nos moyens.

L'insertion d'annonces publicitaires doit respecter les conditions exposées au paragraphe 1.

Les recettes provenant de la publicité sont taxées à la T.V.A. au taux intermédiaire de 18,60 %.

La publicité et les contrats d'impression

Certaines organisations ont passé des contrats avec des sous-traitants imprimeurs qui peuvent se révéler financièrement avantageux, **mais politiquement désastreux** dans la mesure où le sous-traitant traite avec les annonceurs au nom de la C.G.T... Ces contrats attribuent à l'imprimeur l'impression exclusive du journal ainsi que le recueil des publicités à insérer dont les recettes doivent couvrir les frais d'impression et les honoraires correspondant à la recherche des contrats publicitaires. Chaque tirage est livré au siège de l'organisation.

Une fois réglé les honoraires, l'imprimeur s'engage à remettre tout excédent éventuel provenant des recettes publicitaires.

Nous envisageons un troisième numéro spécial sur le financement de nos publications avec des développements sur la publicité, notre politique, le marché économique, le poids de la C.G.T., la tarification, l'action à conduire.

syndicat de la presse sociale

6 bis, rue Gabriel-Laumain
75484 Paris Cedex 10
Tél. 824.98.30
770.61.46

VI. — Syndicat de la presse sociale

Le syndicat de la presse sociale

(créé le 28 novembre 1974)

La spécialisation de l'information sociale avait amené nos journaux à s'inscrire, dès la Libération, sur le plan national au Syndicat de la presse d'informations techniques et spécialisées.

Lorsqu'en 1974 fut créée la Fédération nationale de la presse d'information spécialisée, il était normal que la presse sociale se rassemble en une formation homogène.

C'est donc pour organiser la représentation et la défense des publications sociales qu'a été créé, le 28 novembre 1974, le Syndicat de la presse sociale, ouvert aux publications sociales éditées notamment par les organisations syndicales, mutualistes, familiales et coopératives.

En dehors de leur information spécifique, les publications d'information sociale ont un autre aspect, pour le moins aussi important.

La presse sociale n'est pas à but lucratif.

Il est clair, par conséquent, que dans bien des cas sa démarche financière et, partant, son organisation commerciale ne peuvent être modelées sur celles de l'ensemble des entreprises de presse. La plupart des responsables de ces publications sont bénévoles et les instances administratives les plus légères possibles, ce qui n'exclut pas, bien au contraire, la rigueur de leurs règles d'exploitation.

De par son adhésion à la Fédération nationale de la presse d'information spécialisée et à la Fédération nationale de la presse française, le syndicat s'est donné pour mission de faire entendre sa voix, d'exposer ses problèmes spécifiques et de chercher à l'intérieur des solutions souhaitées pour l'ensemble de la presse, celles convenant le mieux à ses soucis propres.

L'action entreprise depuis sa création par le Syndicat de la presse sociale a donc été double, tournée, d'une part, vers les pouvoirs publics et les représentants de l'administration, d'autre part, vers les instances nationales de la presse française :

- faire admettre l'intérêt social de ses publications et les conséquences qui en découlent ;
- acquérir, à l'intérieur de la presse française, la place qui correspond à son influence et à sa vocation.

La C.G.T. considère qu'il est très important que nos publications éditées par les fédérations, les unions départementales, etc. adhèrent à cet organisme professionnel au sein duquel nous avons la possibilité de défendre les intérêts d'une presse spécifique participant aux débats démocratiques, excluant tout spécialement des notions de profit. Problème de fiscalité, commission paritaire, tarifs P.T.T., etc.

Par ses multiples interventions en direction des pouvoirs publics, le Syndicat de la presse sociale a contribué, pour une part importante, à ce que le taux de T.V.A. soit encore maintenu à 4 % pour 1983, alors que le taux envisagé était de 7 %.

Cette disposition reste, cependant, insuffisante et l'action doit se poursuivre afin de faire inscrire dans les faits les intentions du gouvernement en matière d'aides à la presse.

L'ensemble des publications régulières éditées par nos organisations s'adressent à des millions de lecteurs.

Adhérer au Syndicat de la presse sociale, c'est renforcer son audience, c'est aussi contribuer à faire avancer positivement les problèmes auxquels, en tant qu'organisations syndicales, nous sommes en permanence confrontés.

Les demandes d'adhésion, accompagnées de trois exemplaires de la publication, doivent être adressées au Syndicat de la presse sociale, 6 bis, rue Gabriel-Laumain, 75484 Paris Cedex. Tél. 824.98.30, 770.61.46.

Adresser copie de votre lettre à l'administration confédérale de la C.G.T., 263, rue de Paris, 93516 Montreuil Cedex.

VII. — Informations rapides

Taxes sur les salaires

L'article 9 de la loi de finances pour 1983 prévoit que la taxe sur les salaires due par — les syndicats professionnels et leurs unions, les associations — à raison des rémunérations payées à compter du 1^{er} janvier 1983 n'est exigible, au titre d'une année, que pour la partie de son montant dépassant 3 000 F.

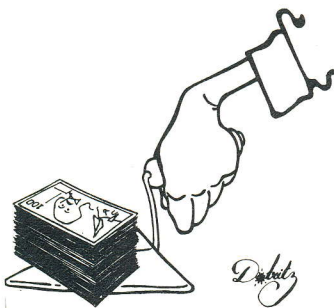
Dès lors, il convient de déduire cette somme de 3 000 F des versements mensuels ou trimestriels (bordereau n° 2501) jusqu'à épuisement.

Il est conseillé, dans ce cas, de joindre à l'imprimé une note explicative mentionnant l'utilisation de l'abattement en vertu de l'article 9 de la loi de finances.

Allocations A.S.S.E.D.I.C. investies en part de S.C.O.P.

L'article 11 de la loi de finances pour 1983 prévoit qu'à la demande expresse du contribuable, les allocations servies par les A.S.S.E.D.I.C. aux salariés privés d'emploi et utilisées pour l'acquisition de parts sociales d'une société coopérative ouvrière de production en constitution, peuvent ne donner lieu à imposition sur le revenu qu'au titre de l'année au cours de laquelle ces parts sont transmises ou rachetées.

Il est important de faire connaître cette disposition aux travailleurs qui participent à la création d'une S.C.O.P. du fait du caractère incitatif qu'elle présente.



RENSEIGNEMENTS A FOURNIR A LA COMMISSION PARITAIRE DES PUBLICATIONS ET AGENCES DE PRESSE (1)

Titre de la publication :

Sous-titre :

Adresse :

Numéro de téléphone :

Périodicité :

Nom et adresse de l'imprimeur :

Nom, profession et adresse
du directeur responsable :

Personne morale ou physique propriétaire de la publi-
cation. S'il s'agit d'une personne morale, indiquer sa
nature juridique : société, association, syndicat, etc.
(Produire les statuts et la répartition du capital) :

**LES ORGANISATIONS DOIVENT
REPLIR CES IMPRIMÉS
EN NE RÉPONDANT QU'AUX
QUESTIONS QUI LES CONCERNENT**

Dans quel but la publication a-t-elle été créée ? :

Zone de diffusion :

Prix de vente au numéro :

Prix de l'abonnement (tarif normal et, le cas échéant, tarifs réduits) :

L'abonnement est-il compris ou lié à une cotisation ? :

Si oui, indiquer ici le nombre des adhérents :

Pour les publications ayant déjà un numéro d'inscription : rappel de ce numéro :

— Avez-vous obtenu l'exonération de la T.V.A.
auprès du service local des impôts ? :

— Bénéficiez-vous toujours de cette exonération ? :

(1) **Code pénal**, art. 405 (loi du 27-9-1941, art. 1^{er}) : quiconque aura souscrit une déclaration sciemment inexacte ou incomplète en vue d'obtenir de l'Etat... un paiement ou avantage quelconque indu... sera puni d'un emprisonnement de un à cinq ans et de 300 F à 6 000 F d'amende, ou de l'une seulement de ces peines.

INDIQUER ICI LE TIRAGE (en nombre d'exemplaires par parution) :

I. — Procédés de mise en vente et de prospection

A. Pour la vente au numéro

- a) Nombre d'exemplaires remis à une société de messageries pour dépôt dans des postes de vente (kiosques, marchands de journaux) :
- b) Nombre d'exemplaires déposés dans des magasins (préciser le genre de magasins : librairies, disquaires, etc.) :
- c) Nombre d'exemplaires proposés à la vente au numéro par d'autres procédés (indiquer lesquels : par exemple, crieurs) :

B. Pour la vente par abonnements

- Nombre d'exemplaires remis à la poste (directement ou par l'entremise d'une entreprise de routage) par parution pour la prospection d'abonnements (à l'exclusion des exemplaires destinés à des abonnés et des services gratuits qui ne sont pas destinés à la recherche d'abonnés) :
- Nombre d'exemplaires utilisés par parution pour la prospection d'abonnements par d'autres procédés que l'envoi par la poste (indiquer lesquels : distribution dans les boîtes aux lettres, marchés, manifestations, etc.) :
- Le nombre de numéros successifs servis à une même personne pour la prospection est-il limité ? :
- Si oui, à combien de parutions successives ? :

II. — Diffusion gratuite

Nombre d'exemplaires distribués gratuitement (autres que ceux utilisés pour la prospection : dépôts légal et administratifs, échanges, envois à des personnalités, etc.) :

- a) Par la poste :
- b) De toute autre façon (préciser le ou les procédés employés : par porteurs, distributions dans les boîtes aux lettres, sur la voie publique, par dépôt dans les magasins, etc.) :

III. — Résultats de vente en nombre d'exemplaires

(pour les publications anciennement créées ou ayant déjà connaissance de résultats de vente)

- Au numéro :
- Par abonnements payés par les destinataires :
- a) Par versement direct au journal :
- b) Par l'intermédiaire d'un organisme collecteur ou d'un démarcheur :
- Par abonnements servis en nombre payés par des tiers (abonnements collectifs) [dans ce cas fournir la liste des organismes souscripteurs et le nombre d'abonnements souscrits par chacun d'eux] :
- Par abonnements servis aux membres d'une association, d'un syndicat ou d'un groupement en contrepartie de tout ou partie de la cotisation :

Le soussigné, agissant en qualité de directeur responsable de la publication, certifie sur l'honneur que les renseignements fournis ci-dessus sont sincères et véritables.

Fait à

le

