



# ASSEMBLÉE NATIONALE

10ème législature

## Publicite

Question écrite n° 17034

### Texte de la question

M. Jean-Jacques de Peretti attire l'attention de M. le ministre de la communication sur les difficultés rencontrées par la presse française dont la diffusion en 1993 a fait l'objet récemment d'un bilan statistique de l'observatoire de l'écrit. Les ventes de quotidiens ont chuté de 0,7 p. 100 après un recul de 1,2 p. 100 en 1992. Quant aux publications grand public, elles rencontrent le même tassement. Malgré les mesures conjoncturelles gouvernementales d'aides à 185 titres et de réformes structurelles qui devraient soulager sur plusieurs années ce secteur, la faiblesse des recettes publicitaires, 10 p. 100 en 1993, constitue toujours le handicap le plus sérieux à l'équilibre des comptes des sociétés de presse, déjà malmenées par la diminution des ventes. Or des recettes publicitaires potentiellement importantes existent et pourraient être dirigées vers la presse écrite. C'est le cas notamment des annonces pour les tabacs et les alcools. Des assouplissements à la loi n° 91-32 du 10 janvier 1991 viennent d'être apportés pour la publicité sur les alcools. Il lui demande s'il ne serait pas opportun d'élargir cette politique au régime publicitaire pour les tabacs et ainsi faire bénéficier la presse de 400 millions de francs de recettes supplémentaires.

### Texte de la réponse

Les effets préjudiciables, pour la presse écrite, des dispositions de la loi Evin interdisant la publicité du tabac sont connus du ministère de la communication. Toutefois, il convient de relever, en ce qui concerne la publicité en faveur de l'alcool, le traitement privilégié réservé à la presse écrite. Il n'est pas actuellement envisagé de prendre des mesures d'assouplissement en faveur de la publicité du tabac au profit de la presse, ni d'aucun autre support. Les légitimes préoccupations en matière de santé publique devraient orienter plutôt l'action publique vers un renforcement du budget des campagnes de prévention contre le tabagisme et l'alcoolisme. C'est ainsi qu'est maintenue la recommandation gouvernementale tendant à ce que 50 p. 100 au moins des budgets de publicité correspondant à ces campagnes soient consacrés à la presse écrite, à l'instar des mesures qui ont été prises à l'occasion des campagnes gouvernementales de privatisation.

### Données clés

**Auteur :** [M. de Peretti Jean-Jacques](#)

**Circonscription :** - RPR

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 17034

**Rubrique :** Presse

**Ministère interrogé :** communication

**Ministère attributaire :** communication

### Date(s) clé(s)

**Question publiée le :** 25 juillet 1994, page 3726

**Réponse publiée le :** 5 septembre 1994, page 4471