



# ASSEMBLÉE NATIONALE

## 10ème législature

SNCF

Question écrite n° 4027

### Texte de la question

M. Eric Raoult attire l'attention de M. le ministre de l'équipement, des transports et du tourisme sur la politique de la communication de la SNCF. En effet, alors que le déficit de cette société nationale se creuse, les Français peuvent voir sur tous les médias audiovisuels une massive et coûteuse campagne de promotion dont la tonalité, quelque peu contestable, permet de s'interroger sur sa justification dans le contexte actuel. Il lui demande donc de bien vouloir lui préciser, d'une part, le coût global de cette campagne et, d'autre part, si les dirigeants de la SNCF vont tenir compte de la situation financière de leur société pour en écourter la durée.

### Texte de la réponse

Le coût de la campagne publicitaire lancée dans le courant de l'été 1993 par la SNCF pour soutenir le développement du transport combiné s'est élevé à 15 millions de francs. En application de l'article 24 de la loi d'orientation des transports intérieurs, la SNCF est dotée de l'autonomie de gestion. Il n'appartenait donc pas au Gouvernement d'intervenir dans le détail sur l'une des actions de communication de cet établissement.

### Données clés

**Auteur :** [M. Raoult Éric](#)

**Circonscription :** - RPR

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 4027

**Rubrique :** Transports ferroviaires

**Ministère interrogé :** équipement, transports et tourisme

**Ministère attributaire :** équipement, transports et tourisme

### Date(s) clé(s)

**Question publiée le :** 19 juillet 1993, page 2080

**Réponse publiée le :** 28 mars 1994, page 1554