



ASSEMBLÉE NATIONALE

10ème législature

Banque de France

Question écrite n° 8944

Texte de la question

M. Jean-Louis Borloo interroge M. le ministre de l'économie sur la publicité faite par la Banque de France lors de la mise en circulation du nouveau billet de 50 francs Saint-Exupéry. Ces plaquettes ont été mises à la disposition du public dans les banques. Il lui demande s'il était vraiment nécessaire de consacrer un budget, et de quel montant, à une information personnalisée au moment où, en principe, on s'attache à faire des économies.

Texte de la réponse

L'honorable parlementaire s'est interrogé sur la publicité faite par la Banque de France lors de la mise en circulation du nouveau billet de 50 francs Saint-Exupéry et sur le coût de cette campagne. Le budget consacré à cette opération par la Banque de France s'élève à environ 2,5 millions de francs. Ce coût apparaît faible au regard de l'enjeu que représente de manière générale la bonne information du public sur les caractéristiques des signes monétaires reçus comme monnaie légale. A fortiori, la plus large publicité possible devait être réservée à la description des spécificités techniques très nouvelles de cette coupure. Le décret no 93-1278 du 3 décembre 1993 sur la Banque de France, publié après le lancement du nouveau billet de 50 francs, prévoit en son article 40 qu'à l'avenir les décisions de mise en circulation de nouvelles coupures feront également l'objet d'une publication au Journal officiel de la République française.

Données clés

Auteur : [M. Borloo Jean-Louis](#)

Circonscription : - RL

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 8944

Rubrique : Banques et établissements financiers

Ministère interrogé : économie

Ministère attributaire : économie

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 13 décembre 1993, page 4426

Réponse publiée le : 31 janvier 1994, page 488