



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

télévision

Question écrite n° 23592

Texte de la question

Mme Marcelle Ramonet appelle l'attention de M. le ministre de la culture et de la communication sur les observations formulées par la Commission européenne en matière d'ouverture des marchés publicitaires de la presse, de l'édition, du cinéma et de la distribution, secteurs traditionnellement interdits de diffusion sur les chaînes de télévision. Elle lui indique que, face à la baisse des recettes publicitaires dans la presse écrite (PQR et PQN), la levée de cette règle serait de nature à fragiliser l'équilibre et la rentabilité économique des sociétés de presse. Ainsi, il serait préjudiciable que le secteur audiovisuel exerçant déjà une position dominante sur les marchés publicitaires, puisse également capter des marchés dits de proximité, notamment ceux correspondant aux zones de diffusion de la presse quotidienne régionale. Elle souhaite connaître les intentions du gouvernement en la matière.

Texte de la réponse

Les autorités françaises partagent pleinement le souci manifesté par l'honorable parlementaire de veiller au pluralisme et à la diversité des médias. Toutefois, la France a été mise en demeure par la Commission européenne de modifier sa réglementation relative aux secteurs interdits de publicité télévisée. En effet, la Commission considère que l'exclusion des secteurs de la presse, du cinéma, de l'édition et de la distribution de l'accès à la publicité télévisée n'est pas proportionnée aux objectifs poursuivis. Afin d'éviter une ouverture brutale de ces secteurs qui pourrait faire suite à une condamnation par la Cour de justice des Communautés européennes, le Gouvernement a consulté l'ensemble des professionnels concernés pour proposer des modalités d'ouverture négociées. Cette consultation a permis de dégager un consensus suffisant pour lever l'interdiction concernant le secteur de la presse et proposer un scénario d'ouverture maîtrisée du secteur de la distribution. Il est proposé d'autoriser toute publicité télévisée pour la distribution hors opérations de promotion sur le territoire métropolitain et de lever toute limitation pour les promotions proposées sur les territoires des autres États membres. L'ouverture serait réalisée selon un calendrier progressif : sur les chaînes locales et sur les chaînes du câble et du satellite au 1er janvier 2004, sur la télévision numérique terrestre dès son lancement, prévu pour la fin de l'année 2004, et sur les chaînes nationales hertziennes analogiques au 1er janvier 2007. Cette proposition permet d'éviter un impact brutal et non maîtrisé de l'ouverture sur les ressources globales des médias à moindre potentiel de collecte publicitaire que la télévision, en particulier la presse écrite. Cette évolution progressive contribuera ainsi à l'objectif d'intérêt général de préservation du pluralisme et de la diversité des médias, notamment des médias locaux d'information. Ces nouvelles règles envisagées sont l'objet d'un projet de décret portant modification du décret du 27 mars 1992 qui, après le prononcé d'un avis du Conseil supérieur de l'audiovisuel en date du 22 juillet 2003, a été transmis au Conseil d'État. Ce décret devrait ainsi être publié dans le courant de cet automne.

Données clés

Auteur : [Mme Marcelle Ramonet](#)

Circonscription : Finistère (1^{re} circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 23592

Rubrique : Audiovisuel et communication

Ministère interrogé : culture et communication

Ministère attributaire : culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 11 août 2003, page 6235

Réponse publiée le : 3 novembre 2003, page 8439