



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

télévision

Question écrite n° 26606

Texte de la question

M. François Vannson appelle l'attention de M. le secrétaire d'État aux petites et moyennes entreprises, au commerce, à l'artisanat, aux professions libérales et à la consommation sur les risques que présente l'ouverture de la publicité télévisée aux quatre grands secteurs qui en sont actuellement exclus, et notamment à la distribution. Le projet de décret présenté par le ministère de la culture et de la communication prévoit d'ouvrir progressivement la publicité télévisée aux enseignes de la grande distribution. Cette ouverture se fera au détriment des 290 000 entreprises du commerce, de l'artisanat et des services de l'alimentation. En effet, les cinq principales enseignes de la grande distribution ne manqueront pas de se saisir de ce nouvel instrument de communication pour conquérir de nouvelles parts de marché, entraînant ainsi la disparition de nombreuses entreprises qui ne seront naturellement pas en mesure de répondre à des campagnes de publicité massive. Ces entreprises, qui se caractérisent par leur proximité, la qualité de leurs produits et de leurs services, concourent à la sécurité et à l'animation des centres-villes et constituent bien souvent un rempart contre la désertification rurale. Elles sont un élément indispensable au maintien du lien social. Compte tenu des conséquences que présente l'ouverture de la publicité télévisée au secteur de la distribution, il lui demande quelle sera l'attitude du Gouvernement face à l'intransigeance de la Commission européenne, et notamment s'il envisage de refuser de répondre à ses injonctions.

Texte de la réponse

Le décret du 27 mars 1992, pris pour l'application des articles 27 et 33 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, a fait l'objet de critiques de la Commission. En effet, la restriction à la libre prestation de services paraît disproportionnée compte tenu des objectifs poursuivis. La Commission européenne a ouvert en mai 2002, une procédure pré-contentieuse envers la France, au sujet de l'interdiction de publicité télévisée portant sur quatre secteurs d'activité : la presse, l'édition, le cinéma et la distribution. Le ministère de la culture a été chargé de procéder à des consultations, non seulement des secteurs directement visés par les recettes publicitaires (secteurs de la presse et de la radio essentiellement), mais aussi des secteurs professionnels en cause. La position du secrétariat d'État aux petites et moyennes entreprises, au commerce, à l'artisanat, aux professions libérales et à la consommation dans ce dossier a été, tout en cherchant à répondre aux exigences de la Commission européenne, de limiter au maximum l'ouverture de la publicité pour la distribution. La solution finalement retenue est l'ouverture à la publicité au 1er janvier 2004 pour les chaînes locales et les chaînes thématiques du câble et du satellite, fin 2004 pour la télévision numérique terrestre dès son lancement, et au 1er janvier 2007 pour les chaînes analogiques hertziennes. Toutefois les campagnes de publicité à caractère promotionnel seront interdites sauf pour la distribution hors du territoire national. Cette solution paraît être le minimum indispensable au renoncement par la Commission de ses poursuites contentieuses contre la France. Par ailleurs, plusieurs pistes ont été évoquées avec les professionnels du secteur de l'alimentation en détail pour renforcer l'attractivité des centres-villes, notamment pour les commerces de bouche. Une réflexion doit être menée en premier lieu sur les moyens juridiques et financiers qui pourraient être mis à disposition des collectivités locales pour faciliter la reprise de murs et de

fonds de commerce ; une politique active d'apprentissage en faveur des très petites entreprises serait également de nature à renforcer la visibilité sur les métiers exercés en centre-ville. Enfin, il convient dès à présent de bâtir des instruments de communication efficaces en faveur des formes de distributions traditionnelles, notamment en renforçant la reconnaissance des qualifications et du savoir-faire de ce secteur d'activité fondamental pour notre économie. Toutes ces pistes devront faire l'objet d'expertises plus approfondies, en concertation avec l'ensemble des partenaires concernés.

Données clés

Auteur : [M. François Vannson](#)

Circonscription : Vosges (3^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 26606

Rubrique : Audiovisuel et communication

Ministère interrogé : PME, commerce, artisanat, professions libérales et consommation

Ministère attributaire : PME, commerce, artisanat, professions libérales et consommation

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 20 octobre 2003, page 7969

Réponse publiée le : 24 novembre 2003, page 9045