



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

télévision

Question écrite n° 27760

Texte de la question

M. Jean Gaubert souhaite attirer 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 le décret récent relatif aux obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de télé-achat, notamment l'autorisation de publicité télévisuelle pour la grande distribution. Le décret du 27 mars 1992 interdisait jusqu'à présent de façon stricte le droit de publicité dans le secteur télévisuel pour les enseignes de la grande distribution, afin de préserver le maintien des commerces et des artisans. En effet, les moyens d'intervention publicitaire n'ont rien en commun entre un commerçant de quartier et un grand groupe de distribution. Le décret de 1992 constituait donc une protection du petit commerce. Le ministre de la culture et de la communication a pris l'initiative, par décret et sans concertation, d'ouvrir partiellement sur les chaînes du câble et du satellite l'autorisation de publicité pour la grande distribution. Cette autorisation pourrait, à terme, porter sur l'ensemble du paysage télévisuel. Cette décision risque de fragiliser les petites et moyennes entreprises, qui ne peuvent faire face à la concurrence. De plus, d'autres secteurs, pour lesquelles les espaces publicitaires sont une ressource très importante, comme la presse régionale, par exemple, risquent également de souffrir de cette nouvelle situation. Il lui demande donc de bien vouloir intervenir pour faire retirer ce décret.

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 précontentieuse 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. Jean Gaubert](#)

Circonscription : Côtes-d'Armor (2^e circonscription) - Socialiste

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 27760

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 : 3 novembre 2003, page 8375

Réponse publiée le : 1er décembre 2003, page 9245