



# ASSEMBLÉE NATIONALE

## 12ème législature

### télévision

Question écrite n° 31189

#### Texte de la question

M. Édouard Courtial attire l'attention de M. le ministre de la culture et de la communication sur les inquiétudes des commerçants quant à l'ouverture de la publicité télévisée aux enseignes de la grande distribution. En vertu d'un projet de décret visant à faire évoluer la réglementation et à accompagner les mutations du secteur des médias, les enseignes de la grande distribution pourraient, dès janvier 2004, sur les chaînes du câble et du satellite, communiquer sur les prix, les produits et leurs métiers. L'autorisation d'émettre ce genre de réclame sur les chaînes hertziennes serait prévue au 1er janvier 2007. Cette ouverture permettrait aux enseignes de gagner des parts de marché au détriment des petits commerçants qui animent nos centres-villes, maintiennent le lien social et combattent la désertification rurale. De plus, il est important, avant de prendre une mesure telle que celle-là, de se rappeler que les commerçants sont trois fois plus employeurs que les enseignes. Il lui demande donc si la publicité de la grande distribution sera réellement autorisée à la télévision et le cas échéant si des limitations pourraient y être apportées.

#### Texte de la réponse

Le ministre de la culture et de la communication partage pleinement le souci manifesté par l'honorable parlementaire de veiller à l'équilibre de la grande distribution avec les commerces de proximité qu'il importe de préserver. Le Gouvernement est à cet égard conscient du rôle essentiel du commerce indépendant et de l'artisanat qui participe à la lutte contre la désertification du monde rural et constitue un vecteur de développement durable du territoire national. La préservation d'un tissu commercial et artisanal diversifié a ainsi été une donnée importante prise en considération dans le traitement du dossier des secteurs interdits de publicité télévisée. Le Gouvernement a dû également intégrer dans sa décision les contraintes juridiques communautaires. Il convient en effet de rappeler que la France a été contrainte de modifier sa réglementation en la matière. En effet, le décret du 7 octobre 2003 modifiant le décret du 27 mars 1992 fait suite à une mise en demeure de la Commission européenne qui considérait 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'était pas proportionnée aux objectifs de sauvegarde du petit commerce, du pluralisme des médias et de diversité culturelle invoqués par la France au soutien de la légalité de son cadre juridique. En l'absence de modification de notre réglementation, la Commission aurait prononcé un avis motivé à l'encontre de la France entraînant la saisine de la Cour de Justice des Communautés européennes. L'issue de cette procédure risquait d'amener la condamnation de la France et de provoquer une dérégulation brutale bouleversant l'économie de l'ensemble des secteurs concernés. Aussi, le Gouvernement a cherché à concilier la préservation des équilibres économiques avec les contraintes juridiques communautaires. La recherche de ce nouvel équilibre s'est opérée après une consultation ouverte à l'ensemble des professionnels concernés afin de proposer des modalités d'ouverture négociées et maîtrisées. La concertation ainsi menée a permis de dégager un scénario d'ouverture maîtrisée et progressive du secteur de la distribution ; maîtrisée dans la mesure où elle préserve une interdiction relative aux opérations commerciales de promotion sur le territoire métropolitain, progressive car l'ouverture s'échelonne dans le temps selon le type de supports télévisuels, sur les chaînes locales et sur les chaînes du câble et du satellite depuis le 1er janvier 2004,

sur la télévision numérique terrestre dès son lancement et sur les chaînes nationales hertziennes analogiques jusqu'au 1er janvier 2007. Le critère, choisi par le Gouvernement, du maintien de l'interdiction de la publicité sur les opérations commerciales de promotion est le plus à même de préserver l'équilibre entre les grandes surfaces et le commerce indépendant. Le calendrier retenu permet quant à lui une levée progressive de l'interdiction qui débutera avec les télévisions locales et thématiques dont les tarifs d'annonces publicitaires seront accessibles au commerce de proximité.

## Données clés

**Auteur :** [M. Édouard Courtial](#)

**Circonscription :** Oise (7<sup>e</sup> circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 31189

**Rubrique :** Audiovisuel et communication

**Ministère interrogé :** culture et communication

**Ministère attributaire :** culture et communication

## Date(s) clé(s)

**Question publiée le :** 22 décembre 2003, page 9734

**Réponse publiée le :** 24 février 2004, page 1401