



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

gouvernement

Question écrite n° 54349

Texte de la question

M. Jacques Valax attire l'attention de M. le ministre du budget, des comptes publics, de la fonction publique et de la réforme de l'État sur la réalisation de nombreuses campagnes de presse destinées à la valorisation de l'action gouvernementale et donc à celle du Président de la République. Ces dernières sont nombreuses afin de vanter les mérites du Gouvernement, sur le RSA, le plan de relance, le pouvoir d'achat ou bien encore les élections européennes. Ces campagnes semblent parfois être à la limite entre la propagande et l'information gouvernementale notamment lors d'un spot télévisé voulant promouvoir le Président de la République à la tête de l'Union européenne. Dans ces conditions, il souhaiterait donc connaître le coût exact pour le contribuable de ces campagnes pour chaque année au cours de cette législature et pouvoir bénéficier d'informations lui permettant de le comparer au coût annuel de ces campagnes lors de la période 2002-2007 et de la période 1997-2002.

Texte de la réponse

Depuis 2001, les montants des achats d'espaces des campagnes d'information des ministères se sont établis comme suit, quels que soient les médias utilisés. La consolidation des données a été rendue possible depuis 2001 grâce à la conception et la mise en place d'un marché coordonné d'achats d'espaces pour l'ensemble des ministères.

ANNÉE	MONTANT en millions d'euros TTC des investissements médias (honoraires inclus)
2001	27
2002	27,3
2003	21,4
2004	31,1
2005	37,3
2006	48
2007	44
2008	51,5

2009	66
2010	66,1

La communication constitue une politique publique à part entière : l'information des citoyens sur leur environnement réglementaire et juridique nécessaire à leur appropriation de la loi, l'explication des politiques publiques et des nouvelles mesures mises en oeuvre, les campagnes destinées à agir sur les comportements en matière par exemple de prévention sanitaire, sociale ou environnementale, font désormais partie des exigences de tout gouvernement démocratique. La communication gouvernementale répond à cette exigence : le dernier exercice complet (2010) permet ainsi de ventiler l'ensemble des campagnes menées par le Gouvernement et les cinq grands établissements publics intégrés au groupement d'achat d'espace (INPES, Sécurité routière, Institut du cancer, ADEME et Agence nationale des services à la personne) selon les critères suivants : incitation à changer de comportement : 65 % ; recrutement et image des métiers : 11,4 % ; divers (recensement, passage au numérique, commémorations...) : 6,4 % ; appel à contributions sur des débats publics : 0,4 % ; information sur les mesures et les réformes : 17,8 %.

Données clés

Auteur : [M. Jacques Valax](#)

Circonscription : Tarn (1^{re} circonscription) - Socialiste, radical, citoyen et divers gauche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 54349

Rubrique : État

Ministère interrogé : Budget, comptes publics, fonction publique et réforme de l'Etat

Ministère attributaire : Premier ministre

Date(s) clé(e)s

Question publiée le : 7 juillet 2009, page 6806

Réponse publiée le : 6 décembre 2011, page 12776