



ASSEMBLÉE NATIONALE

8ème législature

Publicite

Question écrite n° 15765

Texte de la question

Reponse. - Le ministre de la culture et de la communication a defini la mission qu'il entendait confier a l'observatoire de la publicite lors de l'installation de cet organisme, le 30 juin dernier. Cette mission est triple : etudier les transferts de ressources au sein du marche publicitaire entre les supports ; faciliter, grace a cette meilleure connaissance du marche publicitaire, la prise de decision tant pour les investisseurs que pour les supports ; completer l'information, deja importante dans ce domaine, notamment en ameliorant la coherence entre les differentes sources d'information statistique et en affinant l'outil d'information conjoncturelle. Constituee en association reunissant des representants de l'ensemble des medias, des annonceurs et des agences de publicite, cet observatoire a la maitrise de l'orientation de son action. Le Gouvernement met a sa disposition les resultats de l'enquete conjoncturelle sur l'evolution du marche publicitaire, dont il a confie la realisation a l'Institut de recherches et d'etudes publicitaires (IREP). Les resultats de cette enquete seront regulierement transmis au Parlement, comme l'ont ete ceux de la periode portant sur les deux premiers trimestres de l'annee 1987. Examinees par l'observatoire a l'occasion de sa reunion du 4 novembre dernier, ces resultats indiquent, sur la periode consideree, une forte croissance du marche publicitaire, resultant d'une augmentation tres sensible des recettes des chaines de television. Toutefois, cet accroissement ne se traduit pas par une destabilisation des autres medias, et la presse ecrite enregistre une augmentation de ses recettes au moins egale a celle des annees precedentes puisqu'elle atteint 12 p 100. Il ne semble donc pas que l'accroissement de la part de marche de la television resulte d'un transfert de ressources des autres medias a son profit, mais bien de l'apport de ressources nouvelles jusqu'alors inexploitees.

Texte de la réponse

Reponse. - Le ministre de la culture et de la communication a defini la mission qu'il entendait confier a l'observatoire de la publicite lors de l'installation de cet organisme, le 30 juin dernier. Cette mission est triple : etudier les transferts de ressources au sein du marche publicitaire entre les supports ; faciliter, grace a cette meilleure connaissance du marche publicitaire, la prise de decision tant pour les investisseurs que pour les supports ; completer l'information, deja importante dans ce domaine, notamment en ameliorant la coherence entre les differentes sources d'information statistique et en affinant l'outil d'information conjoncturelle. Constituee en association reunissant des representants de l'ensemble des medias, des annonceurs et des agences de publicite, cet observatoire a la maitrise de l'orientation de son action. Le Gouvernement met a sa disposition les resultats de l'enquete conjoncturelle sur l'evolution du marche publicitaire, dont il a confie la realisation a l'Institut de recherches et d'etudes publicitaires (IREP). Les resultats de cette enquete seront regulierement transmis au Parlement, comme l'ont ete ceux de la periode portant sur les deux premiers trimestres de l'annee 1987. Examinees par l'observatoire a l'occasion de sa reunion du 4 novembre dernier, ces resultats indiquent, sur la periode consideree, une forte croissance du marche publicitaire, resultant d'une augmentation tres sensible des recettes des chaines de television. Toutefois, cet accroissement ne se traduit pas par une destabilisation des autres medias, et la presse ecrite enregistre une augmentation de ses recettes au moins egale a celle des annees precedentes puisqu'elle atteint 12 p 100. Il ne semble donc pas que l'accroissement de la part de

marche de la television resulte d'un transfert de ressources des autres medias a son profit, mais bien de l'apport de ressources nouvelles jusqu'alors inexploitees.

Données clés

Auteur : [M. Schreiner Bernard](#)

Circonscription : - SOC

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 15765

Rubrique : Audiovisuel

Ministère interrogé : culture et communication

Ministère attributaire : culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 29 décembre 1986, page 5112

Réponse publiée le : 22 février 1988, page 800