



ASSEMBLÉE NATIONALE

8ème législature

Reglementation

Question écrite n° 26327

Texte de la question

Reponse. - L'observatoire de la publicite a ete cree par le ministere de la culture et de la communication dans le but d'assurer une meilleure connaissance du marche publicitaire francais. Il est, en effet, important pour les pouvoirs publics de bien mesurer les effets de la croissance rapide du marche publicitaire et de la diversification des flux financiers qui en resultent, une nouvelle repartition des ressources pouvant etre un facteur de desequilibre notamment entre les nouveaux medias (radios privees, reseaux cables, televisions locales, satellites) et la presse ecrite. Dans ce cadre, l'observatoire de la publicite a demande a l'Institut d'etudes et de recherches publicitaires (IREP) de proceder a une enquete conjoncturelle portant sur les premier et deuxieme trimestres 1987. L'IREP en a communique les resultats au debut du mois de novembre. Cette etude fait ressortir, au cours du premier semestre de l'annee 1987, unre augmentation globale des recettes publicitaires des grands medias de 17,50 p 100 par rapport au premier semestre de l'annee 1986. Si cette croissance a largement profite a la television, notamment aux chaines privees, avec une augmentation de recettes de 60 p 100 pendant cette periode, elle ne s'est pas faite au detriment de la presse ecrite, qui a vu ses recettes publicitaires augmenter de 12 p 100 au cours de la meme periode. Bien qu'ayant perdu un point par rapport a 1986, la presse detient toujours la premiere place en part du marche, avec 57 p 100 de celui-ci, alors que la television, publique et privee, a draine 22 p 100 du marche, soit une augmentation de trois points par rapport a 1986. Par ailleurs, les nouvelles dispositions de la loi no 87-588 du 30 juillet 1987 concernant les conditions applicables a la publicite en faveur des boissons alcooliques de plus de un degre s'adressent au seul medium television et ne concernent pas la presse ecrite (a l'exception de la presse pour la jeunesse).

Texte de la réponse

Reponse. - L'observatoire de la publicite a ete cree par le ministere de la culture et de la communication dans le but d'assurer une meilleure connaissance du marche publicitaire francais. Il est, en effet, important pour les pouvoirs publics de bien mesurer les effets de la croissance rapide du marche publicitaire et de la diversification des flux financiers qui en resultent, une nouvelle repartition des ressources pouvant etre un facteur de desequilibre notamment entre les nouveaux medias (radios privees, reseaux cables, televisions locales, satellites) et la presse ecrite. Dans ce cadre, l'observatoire de la publicite a demande a l'Institut d'etudes et de recherches publicitaires (IREP) de proceder a une enquete conjoncturelle portant sur les premier et deuxieme trimestres 1987. L'IREP en a communique les resultats au debut du mois de novembre. Cette etude fait ressortir, au cours du premier semestre de l'annee 1987, unre augmentation globale des recettes publicitaires des grands medias de 17,50 p 100 par rapport au premier semestre de l'annee 1986. Si cette croissance a largement profite a la television, notamment aux chaines privees, avec une augmentation de recettes de 60 p 100 pendant cette periode, elle ne s'est pas faite au detriment de la presse ecrite, qui a vu ses recettes publicitaires augmenter de 12 p 100 au cours de la meme periode. Bien qu'ayant perdu un point par rapport a 1986, la presse detient toujours la premiere place en part du marche, avec 57 p 100 de celui-ci, alors que la television, publique et privee, a draine 22 p 100 du marche, soit une augmentation de trois points par rapport a 1986. Par ailleurs, les nouvelles dispositions de la loi no 87-588 du 30 juillet 1987 concernant les conditions applicables a la publicite en faveur des boissons alcooliques de plus de un degre s'adressent au seul medium television et ne concernent pas la presse ecrite (a l'exception de la presse pour la jeunesse).

Données clés

Auteur : [M. Bayard Henri](#)

Circonscription : - UDF

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 26327

Rubrique : Publicite

Ministère interrogé : culture et communication

Ministère attributaire : culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 15 juin 1987, page 3418

Réponse publiée le : 21 mars 1988, page 1271