



ASSEMBLÉE NATIONALE

9ème législature

Campagnes financées sur fonds publics

Question écrite n° 65592

Texte de la question

M Leonce Deprez ayant noté le coût de la campagne publicitaire télévisée d'avril 1990 sur le thème « Mettre de l'argent à gauche, c'est adroit », qui a été d'un montant de 9 633 996,60 francs (soit près d'un milliard de centimes), demande à M le ministre de l'économie et des finances, de lui préciser nominativement les organismes publicitaires qui ont contribué, à hauteur d'un milliard d'anciens francs, à cette campagne publicitaire.

Texte de la réponse

Reponse. - L'organisme publicitaire qui a été chargé, à hauteur de 9,634 millions de francs, de la campagne publicitaire télévisée d'avril 1990 sur le thème « Mettre de l'argent à gauche, c'est adroit » est l'agence Robert & Partners. Cette campagne publicitaire a eu un fort impact sur l'épargne, en particulier sur celle des ménages, contribuant au succès du plan d'épargne populaire.

Données clés

Auteur : [M. Deprez L•once](#)

Circonscription : - Union pour la démocratie française

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 65592

Rubrique : Publicité

Ministère interrogé : économie et finances

Ministère attributaire : économie et finances

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 21 décembre 1992, page 5702