



# ASSEMBLÉE NATIONALE

11ème législature

## publicité

Question écrite n° 20555

### Texte de la question

M. Olivier de Chazeaux appelle l'attention de Mme la ministre de la culture et de la communication sur l'évolution du marché publicitaire. Il demande, afin d'éclairer utilement les débats relatifs au projet de loi sur le service public de la communication audiovisuelle, de lui indiquer l'estimation qu'elle fait de la part du marché publicitaire qui sera transférée du secteur public vers le secteur concurrentiel. Il lui demande par ailleurs les garanties qu'elle compte mettre en oeuvre pour garantir les règles du droit de la concurrence sur le nouveau marché publicitaire ainsi dessiné, notamment pour éviter les abus de position dominante.

### Texte de la réponse

L'honorable parlementaire interroge la ministre de la culture et de la communication sur la part du marché publicitaire transférée du secteur public vers le secteur concurrentiel ainsi que sur les mesures à mettre en oeuvre pour garantir les règles du droit de la concurrence sur le nouveau marché publicitaire. Sur la base des durées de publicité diffusées en 1997, la perte de chiffre d'affaires « net antenne » découlant de la diminution de la durée publicitaire de 12 à 5 minutes par heure glissante a été évaluée à 2,25 milliards de francs pour les chaînes publiques. Il est à noter qu'une enquête réalisée par Optimum Média Direction (OMD) confirme ce chiffre : le « manque à gagner » y est estimé à 2,18 milliards de francs. Il est important de préciser que ce chiffre ne tient pas compte des effets éventuels de la réforme sur l'audience des chaînes publiques et sur le marché publicitaire, et notamment sur la structure de la demande en volume et en valeur. La ministre appelle l'attention de l'honorable parlementaire sur les débats et travaux intervenus sur ce sujet à l'occasion de la récente réunion de l'Observatoire de la publicité, dont la presse s'est fait largement l'écho. Concernant plus précisément la part de marché publicitaire qui serait transférée du secteur public vers les chaînes privées, les différentes estimations conduisent à un montant qui devrait être compris entre 0,8 et 1,2 milliard de francs. En tout état de cause, il convient de rapporter ce transfert à l'ensemble des investissements publicitaires (158 milliards de francs), soit moins de 1 %, et à celui de la publicité télévisée (14 milliards de francs), soit quelque 7 % environ. En ce qui concerne le respect des règles du droit de la concurrence sur le nouveau marché, le Conseil de la concurrence conserve toute sa compétence pour prévenir et sanctionner les abus de position dominante. En tout état de cause, le Gouvernement mettra en oeuvre tous les dispositifs appropriés pour que les industries de programmes bénéficient d'une part très substantielle des ressources ainsi libérées.

### Données clés

**Auteur :** [M. Olivier de Chazeaux](#)

**Circonscription :** Hauts-de-Seine (5<sup>e</sup> circonscription) - Rassemblement pour la République

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 20555

**Rubrique :** Audiovisuel et communication

**Ministère interrogé :** culture et communication

**Ministère attributaire :** culture et communication

Date(s) clé(s)

**Question publiée le** : 19 octobre 1998, page 5634

**Réponse publiée le** : 8 février 1999, page 765