



ASSEMBLÉE NATIONALE

11ème législature

Premier ministre : Documentation française

Question écrite n° 36551

Texte de la question

M. Bernard Accoyer attire l'attention de M. le Premier ministre sur la présence, dans un guide édité par le syndicat Sud-étudiant-Sciences Po, de deux publicités de la Documentation française, service directement placé sous l'autorité du secrétariat général du Gouvernement. Il n'est pas dans la vocation de cet organisme de financer, même indirectement via la publicité, l'édition d'un guide syndical, prenant ouvertement des positions politiques extrêmes et ayant fait l'objet l'an dernier d'une condamnation pénale pour diffamation. Ce syndicat ne fait d'ailleurs pas partie des organisations étudiantes reconnues comme représentatives par le ministère de l'éducation nationale. De plus, figurent dans ce guide un chapitre proche de l'incitation à l'usage de la drogue ainsi que de propos injurieux pour la police nationale. Il lui demande donc de bien vouloir lui communiquer la liste des publicités commandées ces deux dernières années par la Documentation française auprès des syndicats étudiants reconnus comme représentatifs : UNI, UNEF-ID, UNEF.

Texte de la réponse

La direction de la Documentation française, placée sous l'autorité du secrétariat général du Gouvernement, assume une double mission documentaire et éditoriale, sur l'ensemble des grands problèmes de l'actualité politique, économique et sociale en France et dans le monde. Dotée d'un compte de commerce depuis 1979, cette direction finance une grande partie de son activité industrielle et commerciale sur ses ressources propres (ventes de produits et services) qui constituent aujourd'hui les 2/3 de son budget total. Son budget de promotion, qui représente moins de 5 % de son chiffre d'affaires annuel, est investi dans des opérations de nature différente : édition et diffusion de catalogues, de sélections bibliographiques, et d'un bulletin mensuel d'informations sur la production de la Documentation française ; publipostages promotionnels ; participations à des manifestations, foires, salons, expositions, ou colloques ; publicité dans la presse. A cet égard, l'achat d'espaces publicitaires sur divers supports en 1998 et 1999 a représenté un peu plus du quart du montant total du budget de promotion en s'établissant à hauteur d'1,3 million de francs. La politique d'achats d'espaces publicitaires de la Documentation française est inspirée par le souci unique de toucher avec le plus d'efficacité et pour le moindre coût les clientèles plus particulièrement intéressées par les produits ou par les services que propose la direction. Les trois cibles de clientèles qu'elle vise à titre principal sont : le monde de l'enseignement, de l'université, de la formation et de la recherche ; le monde de l'administration, des collectivités publiques, et le mouvement associatif ; le monde de l'entreprise. Pour informer ces publics sur son offre, la Documentation française procède soit à des insertions récurrentes dans des supports de large diffusion, à vocation générale ou professionnelle, soit à des insertions occasionnelles, en fonction de l'actualité de sa production, dans des supports plus ciblés, soit enfin à des insertions annuelles dans certains guides, répertoires ou annuaires, en nombre très limité, et dans l'objectif d'informer par ce biais une clientèle spécifique, d'un intérêt particulier pour elle. C'est dans cette dernière catégorie qu'il convient de faire entrer l'insertion relevée dans la question parlementaire ci-dessus référencée. Il convient de noter néanmoins, quel que soit le type d'insertion, que la préoccupation de la Documentation française demeure strictement de l'ordre de l'information commerciale et promotionnelle. Cette recherche de l'efficacité dans l'utilisation de la publicité a amené la Documentation

française à renoncer à toute publicité purement « institutionnelle », qui ne serait pas en rapport avec une offre particulière de produits ou de prestations. En outre, les services commerciaux font preuve d'une attention particulière à l'impact et aux retombées, souvent mesurables en termes de chiffre d'affaires, de ces actions promotionnelles. Le Guide de l'étudiant de Sciences Po, édité par l'Association Sud-Etudiants-Sciences Po, syndicat majoritaire à l'heure actuelle à l'Institut d'études politiques, a été tiré à 1 500 exemplaire et permettait de toucher une partie importante des étudiants inscrits dans les divers cycles de l'institut. Les services commerciaux de la Documentation française, soucieux de faire connaître, en particulier aux élèves de première et seconde année nouvellement entrés à l'institut, l'importance des ressources que pouvaient leur apporter, à proximité géographique, la librairie du quai Voltaire et les centres documentaires de la direction, ont choisi ce support pour assurer au moindre coût cette double promotion. Cette action d'information a été en outre accompagnée d'une distribution aux étudiants de l'institut de catalogues de rentrée universitaire de la Documentation française. Le coût de l'insertion publicitaire dans le Guide de l'étudiant de Sciences Po s'est élevé à 2 000 F (HT), ou 2 412 F (TTC), soit 0,2 % du budget total d'insertions publicitaires de la Documentation française et 0,05 % de l'ensemble de son budget de promotion. On trouvera, ci-jointe en annexe, la liste des supports dans lesquels, en 1999 et 1998, la Documentation française a inséré, de façon récurrente ou occasionnelle, une publicité. Liste des supports de publicité utilisés pour les deux dernières années. - 1999 (à ce jour) : insertions récurrentes : le Monde, Livre hebdo, Alternatives économiques, Inter CDI ; insertions occasionnelles ou exceptionnelles : Croissance, Peuples en marche, Dialogues et cultures, FIPF (Fédération internationale des professeurs de français), La Semaine juridique, Manière de voir, Historiens et géographes, The French review (Association des professeurs de français aux USA), L'amour des livres, APSES info (Association des professeurs de sciences économiques et sociales). Pour Médiadid 99 : Stratégies, CB News Communication, le Figaro, les Echos. Dans les publications annuelles : catalogue de rentrée universitaire du Furet du Nord, catalogue des revues du diffuseur Mundi Prensa, guide de l'étudiant de Sciences Po (Association Sud étudiant), guide pratique du barreau de France 1999, annuaire Rhône (ODA) - pages blanches et jaunes, minitel, pour la librairie de Lyon. Dans le cadre d'échanges : Hommes et Migrations (ADRI), Critique internationale (Presses de Sciences Po), Autrepart (ex-Orstom), Publications du GRIP (Institut européen de recherche et d'information sur la paix et la sécurité - Bruxelles). Dans le cadre d'accords : Europ (Fondation journalistes en Europe), Moci, Agenda 2000 de la communauté russe en France (ambassade de Russie), l'Economie politique (Alternatives économique). 1998 : insertions récurrentes : le Monde, Livre hebdo, Inter CDI. Insertions occasionnelles : l'Expansion, Espaces latinos, APSES Info, ENA mensuel, la Semaine juridique, Devenir fonctionnaire, L'amour des livres, The French Review, Point commun (chambre de commerce et d'industrie de Paris), Historiens et géographes, Alternatives économiques, le Monde diplomatique, Croissance. Insertions exceptionnelles : pour Médiadid 99 : Stratégies, CB News Communication, le Figaro, Libération. Dans les publications annuelles : Annuaire de l'ASSED (ENS Cachan), Guide technique des éditions Lavoisier, Guide pratique de l'avocat, catalogue de rentrée universitaire du Furet du Nord, catalogue des revues du diffuseur Mundi Prensa, Guide de l'étudiant de Sciences Po, Annuaire Rhône (ODA) - pages blanches et pages jaunes, Minitel, pour la librairie de Lyon. Dans le cadre d'échanges : hommes et migration (ADRI), les cahiers du CEMOTI, Esprit, Publications du GRIP (Institut européen de recherche et d'information sur la paix et la sécurité - Bruxelles), catalogue annuel du JO, régions - partenaires de l'Europe (Fondation pour l'économie et le développement durable des régions d'Europe à Genève). Dans le cadre d'accords : Europ (Fondation journalistes en Europe), Moci, Agenda 1999 de la communauté russe de France (ambassade de Russie), service public.

Données clés

Auteur : [M. Bernard Accoyer](#)

Circonscription : Haute-Savoie (1^{re} circonscription) - Rassemblement pour la République

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 36551

Rubrique : Ministères et secrétariats d'état

Ministère interrogé : Premier Ministre

Ministère attributaire : Premier Ministre

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 25 octobre 1999, page 6109

Réponse publiée le : 27 décembre 1999, page 7401