



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

télévision

Question écrite n° 25904

Texte de la question

M. Jean Proriot appelle l'attention de M. le secrétaire d'État aux petites et moyennes entreprises, au commerce, à l'artisanat, aux professions libérales et à la consommation sur le projet de décret relatif à l'ouverture progressive de la publicité télévisée pour la grande distribution. L'exception à la réglementation européenne serait en effet uniquement fondée sur une exception culturelle qui laisserait de côté les impératifs d'emplois, d'aménagement du territoire et de préservation des services de proximité. Ayant interrogé M. le ministre de la culture sur la nature de cet avant-projet, il souhaite également connaître sa position sur cette mesure qui soulève de nombreuses inquiétudes auprès des artisans de l'alimentation.

Texte de la réponse

Le décret du 27 mars 1992, pris pour l'application des articles 27 et 33 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, a fait l'objet de critiques de la Commission. En effet, la restriction à la libre prestation de services paraît disproportionnée compte tenu des objectifs poursuivis. La Commission européenne a ouvert, en mai 2002, une procédure précontentieuse envers la France, au sujet de l'interdiction de publicité télévisée portant sur quatre secteurs d'activité : la presse, l'édition, le cinéma et la distribution. Le ministère de la culture a été chargé de procéder à des consultations, non seulement des secteurs directement visés par les recettes publicitaires (secteurs de la presse et de la radio essentiellement), mais aussi des secteurs professionnels en cause. La position du secrétariat d'État aux petites et moyennes entreprises, au commerce, de l'artisanat, aux professions libérales et à la consommation dans ce dossier a été de trouver un compromis équitable entre l'ouverture maîtrisée de la publicité à la distribution et les demandes de la Commission européenne. La solution finalement retenue est l'ouverture à la publicité au 1er janvier 2004 pour les chaînes locales et les chaînes thématiques du câble et du satellite, fin 2004 pour la télévision numérique terrestre dès son lancement, et au 1er janvier 2007 pour les chaînes analogiques hertziennes. Toutefois les campagnes de publicité à caractère promotionnel seront interdites sauf pour la distribution hors du territoire national. Cette solution paraît être le minimum indispensable au renoncement par la commission de ses poursuites contentieuses contre la France. Par ailleurs, plusieurs pistes ont été évoquées avec les professionnels du secteur de l'alimentation en détail pour renforcer l'attractivité des centres villes, notamment pour les commerces de bouche. Une réflexion doit être menée en premier lieu sur les moyens juridiques et financiers qui pourraient être mis à disposition des collectivités locales pour faciliter la reprise de murs et de fonds de commerce ; une politique active d'apprentissage en faveur des très petites entreprises serait également de nature à renforcer la visibilité sur les métiers exercés en centre ville. Enfin, il convient dès à présent de bâtir des instruments de communication efficaces en faveur des formes de distributions traditionnelles, notamment en renforçant la reconnaissance des qualifications et du savoir-faire de ce secteur d'activité fondamental pour notre économie. Toutes ces pistes devront faire l'objet d'expertises plus approfondies, en concertation avec l'ensemble des partenaires concernés.

Données clés

Auteur : [M. Jean Proriol](#)

Circonscription : Haute-Loire (2^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 25904

Rubrique : Audiovisuel et communication

Ministère interrogé : PME, commerce, artisanat, professions libérales et consommation

Ministère attributaire : PME, commerce, artisanat, professions libérales et consommation

[Date\(s\) clé\(e\)s](#)

Question publiée le : 6 octobre 2003, page 7595

Réponse publiée le : 8 décembre 2003, page 9461