



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

télévision

Question écrite n° 26645

Texte de la question

M. Jean-Paul Bacquet * souhaite attirer l'attention de M. le ministre de la culture et de la communication sur les inquiétudes manifestées par certains professionnels de l'alimentation en détail, concernant le projet de décret modifiant le décret n° 92-280 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 et fixant les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de téléachat. Ce projet de budget prévoit d'ouvrir la publicité télévisée aux enseignes de la grande distribution. Cette ouverture se ferait sur les chaînes du câble et du satellite dès le 1er janvier 2004, sur la télévision numérique terrestre dès son lancement prévu fin 2004 et sur les chaînes analogiques hertziennes au 1er janvier 1997. Seule la publicité sur les promotions concernant exclusivement le territoire français demeurerait interdite. En revanche la publicité sur les prix, les produits et les métiers de la grande distribution serait autorisée. Une telle ouverture risque d'avoir des conséquences dramatiques pour les 290 000 entreprises du commerce, de l'artisanat et des services de l'alimentation, représentée notamment par la Confédération générale de l'alimentation en détail. Les principales enseignes de la grande distribution vont en effet se saisir de ce nouvel instrument de communication au détriment des petites entreprises qui ne seront pas en mesure de répondre à des campagnes de publicités massives. En outre, une nouvelle augmentation des parts de marché de la grande distribution ne peut que logiquement entraîner la disparition d'un grand nombre de ces petites entreprises et des emplois induits qu'elle procure. En conséquence, il lui demande de bien vouloir prendre en considération ce délicat problème qui risque, si le projet de modification était maintenu en l'état, d'avoir des conséquences dramatiques non seulement pour les entreprises, mais aussi en matière de revitalisation des centres-villes, car très souvent les artisans et commerçants de l'alimentation participent au maintien du lien social urbain.

Texte de la réponse

Le ministre de la culture et de la communication partage pleinement le souci manifesté par l'honorable parlementaire de veiller à l'équilibre de la grande distribution avec les commerces de proximité qu'il importe de préserver. Le Gouvernement est à cet égard conscient du rôle essentiel du commerce indépendant et de l'artisanat qui participe à la lutte contre la désertification du monde rural et constitue un vecteur de développement durable du territoire national. La préservation d'un tissu commercial et artisanal diversifié a ainsi été une donnée importante prise en considération dans le traitement du dossier des secteurs interdits de publicité télévisée. Le Gouvernement a dû également intégrer dans sa décision les contraintes juridiques communautaires. Il convient en effet de rappeler que la France a été contrainte de modifier sa réglementation en la matière. En effet, le décret du 7 octobre 2003 modifiant le décret du 27 mars 1992 fait suite à une mise en demeure de la Commission européenne, qui considérait que l'exclusion des secteurs de la presse, du cinéma, de l'édition et de la distribution de l'accès à la publicité télévisée n'était pas proportionnée aux objectifs de sauvegarde du petit commerce, du pluralisme des médias et de diversité culturelle invoqués par la France au soutien de la légalité de son cadre juridique. En l'absence de modification de notre réglementation, la Commission aurait prononcé un avis motivé à l'encontre de la France entraînant la saisine de la Cour de Justice

des communautés européennes. L'issue de cette procédure risquait d'amener la condamnation de la France et de provoquer une dérégulation brutale bouleversant l'économie de l'ensemble des secteurs concernés. Aussi, le Gouvernement a cherché à concilier la préservation des équilibres économiques avec les contraintes juridiques communautaires. La recherche de ce nouvel équilibre s'est opérée après une consultation ouverte à l'ensemble des professionnels concernés afin de proposer des modalités d'ouverture négociées et maîtrisées. La concertation ainsi menée a permis de dégager un scénario d'ouverture maîtrisée et progressive du secteur de la distribution ; maîtrisée dans la mesure où elle préserve une interdiction relative aux opérations commerciales de promotion sur le territoire métropolitain, progressive car l'ouverture s'échelonnera dans le temps selon le type de supports télévisuels, sur les chaînes locales et sur les chaînes du câble et du satellite au 1er janvier 2004, sur la télévision numérique terrestre dès son lancement et sur les chaînes nationales hertziennes analogiques au 1er janvier 2007. Le critère, choisi par le Gouvernement, du maintien de l'interdiction de la publicité sur les opérations commerciales de promotion est le plus à même de préserver l'équilibre entre les grandes surfaces et le commerce indépendant. Le calendrier retenu permet quant à lui une levée progressive de l'interdiction qui débutera avec les télévisions locales et thématiques dont les tarifs d'annonces publicitaires seront accessibles au commerce de proximité.

Données clés

Auteur : [M. Jean-Paul Bacquet](#)

Circonscription : Puy-de-Dôme (4^e circonscription) - Socialiste

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 26645

Rubrique : Audiovisuel et communication

Ministère interrogé : culture et communication

Ministère attributaire : culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 20 octobre 2003, page 7935

Réponse publiée le : 8 décembre 2003, page 9412