



# ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

## télévision

Question écrite n° 26866

### Texte de la question

Mme Catherine Vautrin \* appelle l'attention de M. le ministre de la culture et de la communication sur la situation des entreprises du commerce, de l'artisanat et des services de l'alimentation dans le cadre de l'ouverture de la publicité télévisée aux enseignes de la grande distribution. En effet, un 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 télé-achat, prévoit notamment, dans sa version du 26 août 2003, d'ouvrir la publicité télévisée aux dites enseignes. La Commission européenne avait adressé à la France une mise en demeure concernant l'application du décret du 27 mars 1992. En réponse, les autorités françaises avaient indiqué que la réglementation sur les secteurs interdits de publicité télévisée mentionnés à l'article 8 du décret du 27 mars 1992 (la presse, l'édition littéraire, le cinéma et la distribution) leur apparaissait pleinement compatible avec les obligations qui découlent du traité. Néanmoins, le projet de décret susvisé envisage une adaptation aux « évolutions technologiques ». Cette évolution concernerait le secteur de la distribution, en permettant l'accès des enseignes de la grande distribution à la publicité télévisée, pénalisant ainsi les entreprises de l'alimentation en détail, alors même que ces dernières jouent un rôle de premier plan au niveau local, notamment dans le monde rural, en assurant une présence et une animation en plus de l'activité économique générée sur l'ensemble du territoire. Or, ces entreprises ne disposent pas des moyens nécessaires pour répondre à des campagnes de publicité massives, et les conséquences d'une telle modification sur un plan économique et social ne pourraient être que négatives. Elle lui demande de bien vouloir l'informer de sa position face à cette situation.

### 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'échelonne 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 :** [Mme Catherine Vautrin](#)

**Circonscription :** Marne (2<sup>e</sup> circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 26866

**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 7936

**Réponse publiée le :** 8 décembre 2003, page 9412