



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

télévision

Question écrite n° 27325

Texte de la question

M. Jacques Desallangre * souhaite attirer l'attention de M. le ministre de la culture et de la communication sur l'ouverture de la publicité des grands enseignes de la distribution à la télévision. La France a su préserver un certain nombre de secteurs sensibles en interdisant leur publicité à la télévision. C'est le cas de la presse, de l'édition littéraire, du cinéma et de la grande distribution. La Commission européenne demande avec insistance à la France de se justifier par rapport aux interdictions actuellement édictées. Un décret à l'initiative de M. le ministre de la culture, publié récemment au Journal officiel, prévoit d'ouvrir graduellement la publicité télévisée aux enseignes de la grande distribution, sur les chaînes du câble et du satellite dès le 1er janvier 2004 puis, progressivement, sur les autres supports. Si, en renonçant à maintenir la réglementation existante, les pouvoirs publics se félicitent d'offrir des moyens nouveaux aux médias, c'est, en revanche, l'ensemble du secteur de l'artisanat et du petit commerce qui ferait les frais de cette opportunité. L'artisanat de l'ameublement, avec ses 34 000 entreprises implantées sur l'ensemble du territoire, contribue à l'animation des centres-villes comme du milieu rural. Il concourt à l'entretien et à la préservation de notre patrimoine mobilier. Il est le laboratoire des innovations, jouissant d'une notoriété sans égale partout dans le monde. La puissance financière de la grande distribution, générerait de telles distorsions de concurrence en s'emparant de la publicité télévisuelle que les métiers d'art verraient leur part de marché se réduire très rapidement. Nombre de ces acteurs du développement durable que sont les ébénistes, tapissiers décorateurs, doreurs et encadreur ou selliers n'auraient d'autre perspective que de réduire l'emploi, sinon de cesser l'activité de l'entreprise. Il lui demande donc de bien vouloir engager une concertation avec les instances représentatives de l'artisanat afin de répondre à leurs vives inquiétudes.

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. Jacques Desallangre](#)

Circonscription : Aisne (4^e circonscription) - Député-e-s Communistes et Républicains

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 27325

Rubrique : Audiovisuel et communication

Ministère interrogé : culture et communication

Ministère attributaire : culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 27 octobre 2003, page 8113

Réponse publiée le : 8 décembre 2003, page 9412