



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

télévision

Question écrite n° 27462

Texte de la question

Mme Anne-Marie Comparini * souhaite attirer l'attention de M. le ministre de la culture et de la communication sur les difficultés que feraient peser sur les commerces de l'artisanat et des services de l'alimentation le décret, actuellement à l'étude, visant à autoriser la publicité télévisée aux enseignes de la grande distribution, notwithstanding l'interdiction de publicité télévisée qui s'applique traditionnellement en France au secteur de la distribution comme à celui de la presse ou de l'édition. Elle souligne le fait que cette ouverture à la publicité sur les prix, les produits et les métiers de la grande distribution, bien qu'excluant la publicité sur les promotions, conduirait à une distorsion importante de la concurrence entre les cinq principales chaînes de la grande distribution et les petites entreprises artisanales du service de l'alimentation, soumises à des conditions beaucoup moins attractives de par leur taille et leur réseau d'activité, alors même qu'elles concourent de façon plus efficace à l'aménagement du territoire en procurant des services de proximité, et qu'elles représentent un secteur d'emploi non négligeable. En effet, il apparaît que cette autorisation de publicité pour les entreprises de grande distribution constituera un outil supplémentaire de communication en direction du grand public auquel les 290 000 entreprises du commerce artisanal n'auront pas accès. Elle lui demande donc de bien vouloir prendre en compte ces éléments et de l'informer sur les mesures qu'il entend prendre afin d'y remédier et de veiller à l'équilibre des conditions d'exercice de la distribution.

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'échelonna 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 Anne-Marie Comparini](#)

Circonscription : Rhône (1^{re} circonscription) - Union pour la Démocratie Française

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 27462

Rubrique : Audiovisuel et communication

Ministère interrogé : culture et communication

Ministère attributaire : culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 3 novembre 2003, page 8335

Réponse publiée le : 8 décembre 2003, page 9412