ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

télévision

Question écrite n° 27530

Texte de la question

M. Pierre Forgues * attire l'attention de M. le ministre de la culture et de la communication sur le projet de décret portant modification du décret du 27 mars 1992 qui 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 2007. 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. Les représentants des 290 000 entreprises du commerce de l'artisanat et des services de l'alimentation sont particulièrement inquiets. En effet, avec la puissance financière qui est la leur, les principales enseignes de la grande distribution vont se saisir de ce nouveau marché. Les entreprises du commerce, de l'artisanat et des services de l'alimentation ne seront pas en mesure de répondre à des campagnes de publicité massives, et un grand nombre d'entre elles disparaîtront. Pourtant, ces entreprises, caractérisées par la notion de proximité, la qualité de leurs produits et de leurs services, participent à l'animation et à la sécurité des centres-villes et à la lutte contre la désertification rurale. En conséquence, il lui demande quelles sont ses intentions concernant ce décret.

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. Pierre Forgues
Circonscription : Hautes-Pyrénées (1re circonscription) - Socialiste
Type de question : Question écrite
Numéro de la question : 27530
Rubrique : Audiovisuel et communication
Ministère interrogé : culture et communication
Ministère attributaire : culture et communication

Date(s) clée(s)

Question publiée le : 3 novembre 2003, page 8336
Réponse publiée le : 8 décembre 2003, page 9412