



ASSEMBLÉE NATIONALE

9ème législature

Publicite

Question écrite n° 60373

Texte de la question

M Michel Pelchat demande a M le secretaire d'Etat a la communication s'il ne lui semble pas envisageable d'autoriser la publicite pour le cinema a la television, compte tenu du fait que la promotion par l'affichage pour le cinema n'atteint jamais les villes de moins de 100 000 habitants.

Texte de la réponse

Reponse. - La directive europeenne du 3 octobre 1989 prevoit l'interdiction uniquement de la publicite televisee pour le tabac et pour les medicaments ainsi que des restrictions a la publicite pour l'alcool. Cependant, elle n'empeche pas les Etats membres de prevoir des regles plus severes pour les diffuseurs relevant de leur souverainete. En France, outre des interdictions legislatives, l'article 8 du decret no 92-280 du 27 mars 1982 fixant les principes generaux concernant le regime applicable a la publicite et au parrainage interdit au cinema l'accès a la publicite televisee. La question de la suppression de cette interdiction a deja fait l'objet de longues concertations avec les differentes branches professionnelles du secteur cinematographique. Une majorite de professionnels reste tres reservee a l'egard d'une autorisation de la publicite televisee pour le cinema car ils redoutent les effets negatifs d'une telle mesure, notamment l'augmentation des frais de promotion publicitaire engages par les societes de distribution pour la sortie des films alors meme que leur situation financiere est de plus en plus fragile, et l'accentuation du phenomene de concentration des entrees sur les fims porteurs, notamment americains, au detriment de la diffusion du cinema independant qui ne pourrait beneficier des memes espaces publicitaires a la television. Ce dossier a par ailleurs fait l'objet d'une etude du BIPE a la demande du CNC, remise en mai 1992. Elle a bien fait paraitre les arguments en faveur d'une suppression de l'interdiction de la publicite pour le cinema a la television et notamment l'efficacite renforcee de la promotion, en particulier en regions et dans les petites villes mais elle a souligne egalement ses inconvenients : une concentration accrue des investissements publicitaires et donc des resultats des films. Un debat sur les resultats de cette etude a reuni un grand nombre de professionnels mais n'a pas permis de degager le consensus qui serait necessaire pour envisager un assouplissement de la reglementation. Cette question pourrait etre abordee a nouveau dans le cadre de la mission de reflexion et de propositions sur le cinema qui a ete confiee a un inspecteur general des finances, M Jean-Paul Cluzel, et dont les conclusions doivent etre rendues d'ici a la fin de l'annee.

Données clés

Auteur : [M. Pelchat Michel](#)

Circonscription : - Union pour la democratie française

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 60373

Rubrique : Television

Ministère interrogé : communication

Ministère attributaire : communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 27 juillet 1992, page 3325