



# ASSEMBLÉE NATIONALE

9ème législature

## Campagnes financées sur fonds publics

Question écrite n° 65592

### Texte de la question

M Leonce Deprez ayant noté le coût de la campagne publicitaire télévisée d'avril 1990 sur le thème « Mettre de l'argent à gauche, c'est adroit », qui a été d'un montant de 9 633 996,60 francs (soit près d'un milliard de centimes), demande à M le ministre de l'économie et des finances, de lui préciser nominativement les organismes publicitaires qui ont contribué, à hauteur d'un milliard d'anciens francs, à cette campagne publicitaire.

### Texte de la réponse

Reponse. - L'organisme publicitaire qui a été chargé, à hauteur de 9,634 millions de francs, de la campagne publicitaire télévisée d'avril 1990 sur le thème « Mettre de l'argent à gauche, c'est adroit » est l'agence Robert & Partners. Cette campagne publicitaire a eu un fort impact sur l'épargne, en particulier sur celle des ménages, contribuant au succès du plan d'épargne populaire.

### Données clés

**Auteur :** [M. Deprez Lonce](#)

**Circonscription :** - Union pour la démocratie française

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 65592

**Rubrique :** Publicité

**Ministère interrogé :** économie et finances

**Ministère attributaire :** économie et finances

### Date(s) clé(s)

**Question publiée le :** 21 décembre 1992, page 5702