

Avancées de la France et réactions de Bruxelles sur le dossier de l'ouverture des secteurs exclus de publicité télévisée

Le 2 avril, le ministre de la Culture et de la Communication et le Commissaire européen chargé du Marché intérieur, M. Bolkestein, se sont entretenus de l'ouverture des secteurs exclus de publicité télévisée. Le ministre a proposé d'ouvrir le secteur de la presse au 1er janvier 2004, d'ouvrir la distribution à la publicité institutionnelle pour les enseignes, à compter de cette même date sur les chaînes locales, le câble et le satellite, au 1er janvier 2005 sur la télévision numérique terrestre et à compter du 1er janvier 2007 sur les chaînes hertziennes. Le Commissaire européen, qui s'est montré sensible aux efforts consentis par la France, a cependant souhaité une avancée de ce calendrier, une divergence de vue persistant en ce qui concerne la nature de la publicité à ouvrir. Le ministre prévoit également de maintenir l'exclusion des secteurs de l'édition et du cinéma, qui reste justifiée par l'exigence de la diversité culturelle. Concernant ces deux secteurs, l'argumentation française n'a pas totalement emporté la conviction du Commissaire européen qui a indiqué qu'il doutait de la proportionnalité du dispositif français aux légitimes objectifs de diversité culturelle poursuivis.