

Suppression de la pub sur les programmes jeunesse : une fausse bonne idée

Le 20 décembre dernier, la loi relative à la suppression de la publicité dans les programmes jeunesse de la télévision publique a été promulguée. Elle sera appliquée à compter du 1^{er} janvier 2018.

Une décision démagogique qui selon nous passe totalement à côté de la cible. Quel sens peut avoir l'interdiction de la publicité sur les chaînes publiques alors qu'elle reste autorisée sur les programmes jeunesse des chaînes privées, sur l'ensemble des plateformes numériques et que les programmes les plus consommés en semaine par les enfants le sont entre 19 et 21h ? Sait-on que la publicité entourant les programmes jeunesse ne représente que 200 heures pour toutes les chaînes de France télévisions et 650 heures pour la seule Gulli ?

Cette loi, à l'initiative du sénateur vert Gattolin, poursuit en l'aggravant le travail de sape engagé par Nicolas Sarkozy. Elle aura pour conséquence essentielle de priver France télévisions de 20 M€ par an (17 M€ de publicité et 3 M€ de coûts de programmes de remplacement) alors que l'entreprise est déjà confrontée à un problème de sous-financement structurel. Notons que l'augmentation d'un euro de la redevance pour 2017, représentant elle aussi 20 M€, a aussi été annulée par l'Assemblée.

Et à qui profitera cette décision « progressiste » ? Aux opérateurs privés TF1, M6 et Gulli bien entendu, qui pourront dans le même temps bénéficier d'une nouvelle manne financière et matraquer un peu plus

leur jeune public. N'aurait-il pas été plus vertueux de réfléchir à une approche « éthique » ou « responsable » de la publicité vis-à-vis de des enfants ? Et de compenser la perte de recettes en rétablissant la publicité en soirée (quand les enfants sont couchés) ?

Pour la CGT, les besoins d'investissement de France télévisions dans ses missions de service public, ses programmes, la transition numérique, l'aménagement audiovisuel du territoire, nécessitent de rétablir un modèle économique crédible.

Cela passe par un panachage dynamique des ressources :

- La réévaluation de la redevance à travers une réforme de son assiette afin de prendre en compte les nouveaux usages et pour la porter progressivement au niveau des autres pays européens ;
- La maximisation des ressources commerciales avec le rétablissement de la publicité après 20H ;
- La détention des droits des programmes que FTV finance actuellement très majoritairement au seul profit des producteurs privés ;
- Le recours prioritaire à l'outil de production et de fabrication interne plutôt qu'aux prestataires externes.

Il est choquant de voir un sénateur « de gauche » amputer ainsi les ressources d'un service public et prétendre hypocritement que pour compenser le manque à gagner, FTV n'a qu'à faire des économies...

Paris, le 9 janvier 2017