



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

télévision

Question écrite n° 36486

Texte de la question

Mme Marie-Françoise Clergeau appelle l'attention de Mme la ministre de la culture et de la communication sur l'avenir des personnels de la régie publicitaire France Télévision. La suppression future de la publicité sur les chaînes publiques pose inévitablement la question de l'avenir des 300 salariés de la régie publicitaire, dont une partie est présente en région et dans les DOM-TOM, chargés aujourd'hui de collecter les 800 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire. Elle lui demande donc de lui préciser les moyens que l'État mettra en oeuvre pour garantir l'avenir professionnel de l'ensemble de ces personnels.

Texte de la réponse

La loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision concrétise l'ambition exprimée par le Président de la République le 8 janvier 2008 de voir la publicité supprimée sur les chaînes du groupe France Télévisions afin de libérer la télévision publique d'une certaine dépendance au marché publicitaire et afin de rendre toujours plus perceptible leur différence de programmation avec les services de télévision privés. Dans un premier temps, la publicité est supprimée entre 20 heures et 6 heures sur les services nationaux de télévision. Dans un second temps, la publicité est également supprimée entre 6 heures et 20 heures, à compter de l'extinction de la diffusion par voie hertzienne terrestre en mode analogique des services de télévision édités par France Télévisions sur l'ensemble du territoire métropolitain. Des dérogations à ce principe ont toutefois été introduites. Ainsi, l'interdiction de diffuser des messages publicitaires ne s'applique pas aux programmes régionaux et locaux des services nationaux de France Télévisions, c'est-à-dire aux décrochages de France 3. D'autre part, la publicité pour des biens ou services présentés sous leur appellation générique demeure autorisée, de même que le parrainage. Enfin, les campagnes d'intérêt général, puisqu'elles ne revêtent pas un caractère publicitaire, peuvent continuer d'être diffusées. En outre-mer, un régime particulier a été mis en place. À compter de l'extinction de la diffusion par voie hertzienne terrestre en mode analogique des services de télévision sur le territoire d'une collectivité d'outre-mer et au plus tard le 30 novembre 2011, les services de télévision de France Télévisions diffusés sur ce territoire ne comporteront pas de publicité autre que générique s'il existe une offre télévisuelle hertzienne terrestre privée en clair. Dans ce cadre, un redimensionnement de l'effectif des collaborateurs de la régie publicitaire de France Télévisions, FTP, a été opéré pour l'année 2009 sans toutefois recourir à un plan de sauvegarde de l'emploi. Enfin, comme préconisé par la commission pour la nouvelle télévision publique, France Télévisions travaille à la mise en place d'une filière commerciale établissant une collaboration entre les différentes filiales de France Télévisions exerçant une activité commerciale. Les travaux sur cette filière ont été lancés de façon opérationnelle le 2 octobre 2008. L'avenir des collaborateurs de FTP sera donc envisagé à la lumière de ces orientations stratégiques.

Données clés

Auteur : [Mme Marie-Françoise Clergeau](#)

Circonscription : Loire-Atlantique (2^e circonscription) - Socialiste, radical, citoyen et divers gauche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 36486

Rubrique : Audiovisuel et communication

Ministère interrogé : Culture et communication

Ministère attributaire : Culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 2 décembre 2008, page 10324

Réponse publiée le : 23 juin 2009, page 6127