



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

télévision

Question écrite n° 70504

Texte de la question

M. Philippe Folliot attire l'attention de M. le ministre de la culture et de la communication sur la suppression de la publicité sur les chaînes de télévision du service public à partir de 20 heures. Il souhaiterait connaître le bilan de cette suppression.

Texte de la réponse

Un an après la suppression de la publicité à partir de 20 heures sur les antennes nationales de France Télévisions, le ministre de la culture et de la communication se félicite que cette réforme ait été plébiscitée par les téléspectateurs. Les programmes de première partie de soirée commencent désormais à 20 h 35, ce qui satisfait près de 80 % des téléspectateurs selon un sondage réalisé par Le Parisien/Aujourd'hui en France, et les programmes de deuxième partie de soirée démarrant plus tôt rencontrent un public plus large. La suppression de la publicité en soirée a permis de renforcer une programmation toujours plus exigeante, plus audacieuse, plus ambitieuse, identitaire du service public audiovisuel, sans abandonner des objectifs d'audience plus élevés et la prise en compte de tous les publics. France Télévisions suit la satisfaction du public, programme par programme, au moyen d'un baromètre qualitatif. Le contrat d'objectifs et de moyens (COM), modifié par avenant pour la période 2009-2012, signé entre l'État et France Télévisions, prévoit le suivi de la perception globale du service public par les téléspectateurs au moyen d'un baromètre annuel de l'image des chaînes. Le virage éditorial amorcé à France Télévisions s'est concrétisé dans son nouveau cahier des charges, publié au Journal officiel le 25 juin 2009, marquant ainsi davantage la différence du secteur public télévisuel avec le secteur privé, notamment à travers une offre culturelle plus dense et plus créative. La société a également renforcé de manière significative ses engagements en matière de soutien à la création d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles françaises et européennes, ainsi que l'ont salué les commissions parlementaires consultées sur le projet d'avenant au COM. Pour tenir compte du besoin de financement accru notamment du fait de la suppression de la publicité, France Télévisions reçoit, depuis 2009, en complément de la dotation issue de la contribution à l'audiovisuel public (ex-redevance audiovisuelle), une dotation budgétaire issue du budget général de l'État. Cette réforme du financement est un facteur de visibilité et de sécurité pour France Télévisions puisqu'elle a pour conséquence de remplacer une recette publicitaire incertaine par une recette publique sûre.

Données clés

Auteur : [M. Philippe Folliot](#)

Circonscription : Tarn (3^e circonscription) - Nouveau Centre

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 70504

Rubrique : Audiovisuel et communication

Ministère interrogé : Culture et communication

Ministère attributaire : Culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 9 février 2010, page 1254

Réponse publiée le : 7 septembre 2010, page 9660