

Paris, le 22 mars 2010,

M. François FILLON  
Premier Ministre  
57, rue de Varenne  
75007 PARIS

Monsieur le Premier Ministre,

A la suite du vote de la loi du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle, une nouvelle page s'est ouverte pour France Télévisions, ainsi débarrassée des contraintes publicitaires après 20 heures.

Cette réforme et les financements qui avaient été garantis ont indiscutablement permis aux dirigeants du service public d'amplifier le virage éditorial qui avait été déjà engagé. Sans céder aux exigences de toucher un large public sur l'ensemble de ses antennes, France Télévisions a ainsi eu l'occasion de diversifier davantage encore ses programmes, de renforcer la place de la culture et de la création aux heures de grande écoute et de refonder les grilles de soirées.

Si nous saluons ces efforts engagés par le service public comme par l'Etat, nous sommes en revanche plus que réservés sur le projet de vente de la régie publicitaire et l'ouverture de négociations exclusives entre France Télévisions et le consortium LOV-Publicis.

En soi, la volonté de donner une visibilité à la régie et de lui dessiner un projet industriel pour les années à venir n'est pas condamnable. Mais, elle intervient dans un contexte marqué à la fois par de fortes incertitudes et par des considérations qui devraient inciter autant à la sagesse qu'à la prudence.

Le projet gouvernemental prévoyait initialement une suppression en deux temps de la publicité sur le service public. La première étape a été réalisée avec succès alors que la suppression totale de la publicité, prévue fin 2011, constitue aujourd'hui un horizon très aléatoire. En effet, de nombreux parlementaires de la majorité ont clairement exprimé leur souhait de maintenir le statu-quo actuel et un financement mixte publicité - ressources publiques après 2011.

Aussi, en l'absence de visibilité sur les ressources publiques qui pourront être affectées au service public dans les prochaines années ainsi que sur la suppression totale de la publicité sur ses écrans, il nous semblerait déraisonnable de procéder à une vente hâtive d'une régie qui, au vu de ses résultats l'an dernier, a témoigné de sa pleine efficacité.

En outre, les recettes publicitaires sur les sites Internet de France Télévisions, de parrainage, de sponsoring et, le cas échéant, si elles existent, de placement de produit ne disparaîtront pas du service public, quelque soit la décision qui sera prise sur le maintien ou non de la publicité. Par conséquent, une part non négligeable de ressources « para-publicitaires » resterait perçue

pour le service public et pourrait justifier à elle seule l'ancrage de la régie publicitaire au sein du service public.

Nous pourrions également ajouter à la liste des éléments légitimant une suspension ou l'abandon de la procédure de vente de la régie les risques non négligeables de conflit d'intérêt, les acquéreurs potentiels ayant déjà des positions établies solides dans la production audiovisuelle et dans l'achat d'espaces publicitaires.

Monsieur le Premier Ministre, la mise en œuvre de cette réforme a pour l'heure conforté le financement du service public et accompagné son virage éditorial dans le sens d'une action ambitieuse à l'égard de la culture et de la création. Il nous paraît à tout le moins indispensable que la poursuite de la réforme soit marquée du même sceau de l'efficacité et de la transparence.

Sans garanties fortes apportées aux dirigeants du service public sur la politique qui sera celle de l'Etat à l'horizon fin 2011, sur l'encadrement publicitaire et sur la pérennisation des financements, il est évident que le processus de privatisation de la régie nous semble, pour le mieux prématuré, et sans doute inopportun alors que plusieurs dizaines de millions d'euros de recettes publicitaires et extra-publicitaires continueront à être générées par le service public.

Aussi, nous espérons vivement que vous saurez suspendre cette vente qui, dans le contexte actuel et dans le climat d'incertitudes qui pèsent sur l'avenir de la réforme de la publicité sur le service public, ne peut satisfaire à des conditions minimales de transparence et de stratégie.

Nous vous prions de croire, Monsieur le Premier Ministre, en l'assurance de notre haute considération.

Pascal ROGARD  
Directeur général

A stylized, dark ink signature of Pascal Rogard, consisting of several overlapping horizontal strokes.

Jacques FANSTEN  
Président

A handwritten signature of Jacques Fansten in dark ink, featuring a prominent, sweeping initial 'J' and a cursive style.