

*La Société civile des auteurs multimedia rassemble réalisateurs, auteurs d'entretiens et de commentaires, écrivains, traducteurs, journalistes, vidéastes, photographes et dessinateurs. Ces créateurs font la richesse documentaire de la radiophonie, de l'audiovisuel et des nouveaux médias. La Scam les représente auprès du législateur, des producteurs et des diffuseurs. Elle discute, collecte et répartit leurs droits patrimoniaux, affirme leur droit moral et négocie leurs intérêts futurs. La Scam est au 5, avenue Vélasquez. F-75008 Paris. Téléphone 01 56 69 58 58 Fax 01 56 69 58 59 www.scam.fr

Scam*

Communiqué

Paris, le 28 août 2012

Retour de la pub sur France Télévisions : La fausse bonne idée !

Il est heureux pour l'audiovisuel public que la ministre de la Culture et de la Communication, Aurélie Filippetti et le Premier ministre, Jean-Marc Ayrault, aient mis rapidement fin à la polémique du week end concernant le possible retour de la publicité sur France Télévisions après 20 heures.

La Scam les en remercie. S'il semble que cette mesure ne soit pas « pour l'instant » à l'ordre du jour, les auteurs espèrent que ce gouvernement ne sera pas tenté par les sirènes de la publicité pour trouver les financements nécessaires car le service public doit rester singulier.

Le financement pérenne et indépendant de l'audiovisuel public demeure un souci. Parce qu'il est indispensable dans une démocratie, le service public de la télévision doit avoir l'indépendance éditoriale et les moyens financiers nécessaires pour remplir ses missions vitales. L'Etat n'est pas seulement défaillant s'il ne s'en porte pas garant mais il se fait gravement complice d'intérêts particuliers au détriment de l'intérêt collectif.

Même si la suppression de la publicité en soirée n'a malheureusement pas modifié l'heure de début des programmes de France Télévisions, remplacée par partenariats et autres bandes-annonces ; même si on peut s'interroger sur la nature des programmes qui ont remplacé ce temps d'antenne, même si l'audience continue d'être le critère essentiel apprécié par les responsables du secteur public, la Scam, qui a réclamé cette suppression pendant 20 ans, continue de penser que la publicité n'a pas sa place sur France Télévisions. La publicité oriente inéluctablement la politique des programmes vers une politique de la demande, de consommation, et non vers une politique d'offre et de création originale.

La contribution à l'audiovisuel public est la ressource naturelle de France Télévisions ; elle doit être augmentée. C'est cela une vraie politique de financement du service public.