

France Télévisions face à une nouvelle polémique sur sa stratégie publicitaire

L'Association des chaînes privées a lancé une nouvelle offensive dans la polémique récurrente qui oppose les chaînes privées à l'audiovisuel public soupçonné de vouloir détourner l'esprit de la loi depuis 2009 et l'interdiction pour les chaînes de France télévisions (antennes régionales de France 3 exceptées) de diffuser de la publicité entre 20 heures à 6 heures du matin. Si le parrainage est particulièrement visé par l'ACP, il s'agit surtout de prendre position contre une éventuelle réintroduction de la publicité après 20 heures alors que l'avenir du financement de l'audiovisuel public reste incertain depuis la suppression de la CAP (contribution à l'audiovisuel public) en 2022 et sa compensation par une fraction du produit de la TVA. Si les informations publiques disponibles montrent que le parrainage est effectivement un relais de croissance important pour France Télévisions, le groupe public reste un acteur mineur sur le marché publicitaire.

Veillez utiliser le formulaire pour vous connecter

Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email

Vous avez oublié votre mot de passe ?

Se connecter

[1] <https://www.senat.fr/rap/r21-650/r21-6502.html#fn4>