



Compte rendu intégral officiel
SEANCE DU MARDI 16 DECEMBRE 2008

Séance de 21 h 30
Présidence de M. Marc LAFFINEUR

Communication audiovisuelle et nouveau service public de la télévision
Article 46 du Projet de loi

[...]

M. le président. La parole est à M. Michel Ménard.

M. Michel Ménard. Si nous sommes nombreux à intervenir sur cet article, c'est parce que nous voulons persuader nos collègues de renoncer à l'adopter.

M. Alain Gest. Cela ne marche pas !

M. Michel Herbillon. Vous avez si peu de chances d'y parvenir qu'il vaut mieux cesser de parler !

M. Michel Ménard. Il est important d'essayer de vous convaincre. Tout à l'heure, l'un de nos collègues nous expliquait que les films seraient plus attractifs pour les diffuseurs s'ils étaient interrompus par deux coupures de publicité. Voilà qui illustre bien à qui s'adresse vraiment cet article – certainement pas aux téléspectateurs. Croyez-vous vraiment que les films seront ainsi plus attractifs pour eux ? Il me semble pourtant que la télévision doit avant tout satisfaire les téléspectateurs, et non pas les diffuseurs.

Certes, vous m'opposerez que les chaînes privées sont des chaînes commerciales, et que c'est là leur différence. Pourtant, plusieurs collègues l'ont rappelé : c'est une atteinte grave aux œuvres cinématographiques que de les couper à deux reprises. Il m'est déjà arrivé, depuis 2000, de regarder TF1 ou M6 et j'ai trouvé particulièrement désagréable le fait de voir un film interrompu en son milieu. Et maintenant, nous aurons le droit à une coupure publicitaire toutes les trente minutes ! Je le répète : c'est une atteinte grave aux œuvres cinématographiques.

Au contraire, il va de soi que c'est très attractif pour les diffuseurs : on préparera ainsi les cerveaux à des messages publicitaires, et on incitera les familles à consommer davantage, alors que la consommation est liée davantage aux problèmes de pouvoir d'achat qu'à une question d'incitation.

Plusieurs députés du groupe UMP. Ah bon ?

Mme Valérie Rosso-Debord. Quelle est la différence ?

M. Michel Ménard. Les familles consommeraient davantage si leur pouvoir d'achat était plus important. Or, ce sont les familles les plus modestes qui regardent le plus la télévision. Ce sont donc elles que l'on veut convaincre de consommer davantage.

Le premier critère de choix de ceux qui s'apprêtent à passer la soirée devant la télévision n'est pas de savoir si leur film sera interrompu par deux coupures publicitaires ou ne le sera pas du tout. Le choix se fonde avant tout sur la nature du programme.

M. Benoist Apparü. On peut aussi commander une pizza !

M. Michel Ménard. Si le film choisi est diffusé sur une chaîne privée, le téléspectateur sera donc contraint de subir deux coupures publicitaires. Vous allez lui imposer de la publicité.

Cet article prouve, s'il en était besoin, que ce projet de loi a pour objectif de servir les entreprises amies du pouvoir. Nous l'avons dit : une recette supplémentaire de 500 millions d'euros grâce à la publicité, ce n'est pas rien ! Notre collègue M. Herbillon a lui-même expliqué que c'était comme ça dans d'autres pays. Il suffirait donc de regarder ce qui se passe ailleurs pour faire la même chose : vous nous servez souvent cet argument.

M. Michel Herbillon. Il est vrai que les socialistes français sont uniques en leur genre !

M. Yanick Paternotte. Les autres n'ont pas fait les 35 heures !

Mme Valérie Rosso-Debord. Vive Zapatero !

M. Michel Ménard. Autre argument récurrent : c'était dans le programme électoral de Nicolas Sarkozy, dites-vous. Je note au passage que ce projet ne figurait pas dans le programme en question.

S'il suffisait de prendre exemple sur d'autres pays et d'imiter leurs dispositifs, on courrait parfois au désastre. Nous avons d'ailleurs failli le faire : vous nous disiez récemment encore que les États-Unis étaient l'exemple à suivre en matière financière – on voit où cela nous a menés ! – ou encore en matière de fonds de pension qui, selon vous, étaient la solution à adopter pour résoudre le problème des retraites. Vous le voyez : il faut éviter de prendre pour exemple des pays qui commettent des erreurs graves.

En somme, ce projet de loi se résume à la soumission de la télévision et de la radio publiques au pouvoir, à l'asphyxie du service public qui aura désormais moins de moyens – l'objectif étant peut-être, d'ici à quelques années, de privatiser une nouvelle chaîne de télévision et d'y étendre les coupures publicitaires – et, enfin, aux importants cadeaux offerts à des opérateurs privés, amis du pouvoir. S'il en est encore temps, je fais donc appel à votre sagesse : renonçons à cet article !

M. Alain Gest. Il est trop tard !

[...]