

**Suite à l'annonce de la possible suppression de la publicité à la télévision publique.**

**Réaction de Bruno Poyet, Co-Président de l'AAMI  
Association des Agences Médias Indépendantes.**

**// Au secours!  
C'est aujourd'hui le cri d'alerte  
des PME Françaises communicantes. //**

**aami**  
association des agences médias indépendantes

" Voici donc l'idée du jour de Nicolas Sarkozy et de ses conseillers ; supprimer la publicité sur France Télévision. Les raisons politico-médiatiques de cette annonce ne sont pas de mon ressort et je veux bien reconnaître que les conséquences à moyen ou long terme liées à cette position sont dans l'ensemble plutôt intéressantes pour la défense de notre culture et de l'intelligence. Mais il est un point fondamental ; ne pas agir dans l'urgence pour prendre en compte les demandes des forces vitales de notre économie, représentées par nombre de PME Françaises !

En tant que conseil média et acheteur d'espace je suis en effet fort inquiet pour bon nombre de nos clients, Marques de PME, qui ont des budgets parfois limités face aux méga-annonceurs mondiaux ou qui ont pour clientèle non pas la traditionnelle "ménagère - de 50 ans", mais davantage le "senior de 35 à 65 ans" ou le "cadre CSP+". Comment ces annonceurs vont-ils aujourd'hui communiquer ? Vers quel média allons-nous nous diriger pour toucher leur cible ? Les chaînes privées telles que TF1 ou M6 ? Cela sera bien difficile, compte tenu de l'encombrement généré, des prix risquant de grimper trop vite et de leur audience "large" ou centrée sur la ménagère - de 50 : leur offre ne sera alors abordable que majoritairement pour les Marques "mastodontes mondiales" disposant de moyens financiers importants. Les nouvelles chaînes TNT ? Pourquoi pas demain ou après-demain, mais aujourd'hui elles n'ont que trop peu d'audience. La radio ? La presse magazine ou quotidienne ? Oui un peu plus que nous ne l'utilisons aujourd'hui, mais cela ne suffira pas pour compenser le manque d'exposition potentielle que proposait France 2 ou France 3. Internet ? Même réponse, sachant que ce média n'est d'une part pas des plus âgés, ni vraiment adéquat pour progresser en notoriété.

Nous voilà donc bien embarrassés, et c'est un "manque à communiquer" important qui s'annonce pour tous ces annonceurs.

Alors au titre de la protection et de la défense de mes clients qui ont une importance économique nationale non négligeable, s'il vous plaît Messieurs les réformistes, je vous demande d'aménager votre belle mesure de défense de la culture Française. Premièrement en appliquant votre réforme en douceur, afin entre autres remèdes - que les chaînes de la TNT aient le temps de progresser en audience et qu'ainsi une nouvelle offre publicitaire puisse avoir le temps de voir le jour.

Et secondement, s'il vous venait l'idée de privatiser l'un des deux canaux majeurs, à savoir France 2 ou France 3, nous vous en serions particulièrement reconnaissants.

Pensez à l'énergie économique de nos PME. Laissons-leur le droit de communiquer et de se battre à armes égales face aux annonceurs mondiaux !"