France télévisions Publicité :

L'arroseur arrosé

Nouvelle baffe retentissante pour la direction de FTP avec ce jugement du Tribunal de Boulogne Billancourt du 5 janvier 2011 qui confirme la désignation du délégué syndical du SNRT CGT à FTP.

Une nouvelle fois la direction de FTP avait assigné la CGT en justice pour contester son délégué syndical à peine désigné au prétexte qu'il n'avait pas été candidat aux dernières élections professionnelles pourtant largement remportées par la CGT.

Le juge a écarté l'argument et donné une interprétation éclairante du droit. C'est bien l'organisation syndicale qui décide et son choix ne peut être entravé par l'arbitraire patronal, fut-il celui de Philippe Santini, le bouillonnant patron de FTP.

Ce nouvel épisode de l'histoire déjà mouvementée des relations entre FTP et la CGT méritait cette nouvelle mise au point. Il est peut-être temps que Philippe Santini cesse de poursuivre la CGT de ses assiduités.

Plus sérieusement la CGT considère que la ressource publicitaire est une nécessité pour garantir le modèle économique de FTV. Elle s'est battue avec acharnement contre le scandaleux projet de privatisation de la régie au profit de Lov Publicis et elle continuera à se battre pour un avenir de la régie et de ses personnels au sein du groupe public.

La décision récente des parlementaires de supprimer totalement la publicité au 1er janvier 2016 est une mauvaise décision qui doit être corrigée. Elle contredit l'esprit et la lettre de la Loi du 9 mars 2009 qui donne à FTV l'obligation de développer le global média. Or on ne peut développer le global média sans outil publicitaire intégré sur tous les supports pour une offre complète.

Il est urgent de réouvrir le débat sur la détention des droits (décrets Tasca) qui prive FTV de tout droit patrimonial sur les programmes qu'elle finance pourtant quasi intégralement.

La régie publicitaire FTP doit être le cœur du domaine commercial du groupe public avec France télévisions Distribution (FTD) et les services interactifs.

M. Pflimlin doit désormais convaincre son actionnaire que le maintien de la publicité en journée est un impératif non seulement parce que l'Etat n'aura jamais la volonté de compenser le manque à gagner mais surtout parce que France télévisions serait dans l'incapacité de développer sans cela le global média.

Paris, le 12 janvier 2011

CGT France télévisions
Pièce R210-R216 ♦ 7, Espl. Henri de France ♦ 75907 Paris cedex 15
Tél.01.56.22.88.32-20.04 ♦ Fax 01.56.22.88.47-20.09