

# La Belgique ne verra jamais les pubs dans le JT de TF1

## TÉLÉVISION La chaîne privée française veut augmenter ses recettes

**M**ercredi, le Conseil supérieur de l'audiovisuel français (CSA) a donné son feu vert à la demande du groupe TF1 de pouvoir insérer des écrans publicitaires dans ses journaux télévisés de 20 heures. C'est une première en France depuis l'apparition des chaînes privées en 1987. TF1 réclamait avec insistance la possibilité d'utiliser ces coupures de publicité, tout en promettant de les utiliser avec modération. Quoi qu'il en soit, ces interruptions à l'américaine ne pourront pas se produire avant trente minutes, donc pas avant 20 h 30. Sachant que la durée moyenne des JT de TF1 est de 35 minutes, l'exercice promet d'être délicat. C'est sans doute la raison pour laquelle TF1 envisage dans un premier temps de les limiter aux éditions spéciales...

### « Pas de dérogation possible »

En Belgique, ces spots seront interdits d'antenne. Le pré-

sident du CSA belge, Dominique Vosters, est on ne peut plus clair à ce sujet. Il nous a confirmé que la loi interdit toute forme d'intrusion publicitaire dans les journaux télévisés.

« Sur notre territoire, TF1 est tenue de respecter les règles belges en la matière. Il n'y a pas de dérogation possible, à moins de changer le décret en vigueur en Communauté française. TF1 devra donc remplacer les publicités en question par des images d'interlude, un programme court ou des capsules d'animation. Le texte va jusqu'à proscrire d'éventuelles séquences d'autopromotion. Par ailleurs, je me demande si les annonceurs se montreront intéressés par cette nouvelle fenêtre. Aujourd'hui, ils préfèrent des moyens de communication plus subtils, qui s'insèrent directement dans les programmes comme des placements de produits. En coupant son journal télévisé, TF1 risque

de voir les téléspectateurs zapper vers d'autres chaînes. Ce n'est pas bon pour la notoriété. D'autant que si le JT ne dure que 35 minutes, le public sera légitimement en mesure de se dire qu'il a déjà vu l'essentiel et beaucoup ne reviendront pas après la pub... »

France 2 applaudit à l'idée de voir les téléspectateurs de TF1 migrer ailleurs. Son journal télévisé pourrait les récupérer sans

avoir à subir la moindre perte de recettes, puisque toute forme de publicité est proscrite sur la chaîne publique après 20 heures.

Du côté de M6, la concurrente commerciale de TF1, on a par contre des raisons d'être inquiet si TF1 devait, par ce stratagème, gagner son pari d'augmenter sa part de recettes et grappiller ainsi de nouveaux annonceurs. ■

**DANIEL COUVREUR**