

(mail à France Télévision) Renvoi et relance le 27/03/2018

La publicité "Comme j'aime" c'est une honte ... Quand allez-vous cesser de nous matraquer avec ce message en complète contradiction avec des émissions que vous diffusez (de temps en temps) sur les dangers des produits et autres régimes miracles ? C'est l'idée que vous avez de la mission de service public ? Elle passe jusqu'à 3 fois dans une même tranche de pub (avant et après "météo à la carte" par exemple). Et Madame Davant, elle ne se suffit plus de ses émissions débiles dans lesquelles elle nous assène ses futilités depuis des décennies ? Notre Président aurait-il raison en parlant de honte ? Bien sûr que non car lui pense à bien d'autres choses politiques et financières avant tout. Moi, je pense que la honte c'est cette surabondance de consommation au travers de la publicité mais également la diffusion de séries (plus belle la vie "tu parles !") ou fictions et télé réalités déguisées (vous savez, ces émissions avec un logo en bas à gauche). Vous ne pensez pas qu'il y en a déjà assez sur 80% des chaînes de la TNT ? Non, décidément, vous voudriez tirer tout le monde vers le bas que vous ne vous y prendriez pas autrement. Monsieur Lelay qui souhaitait laisser des temps de cerveau disponibles par cette méthode, c'est la UNE et cette chaîne, chez moi, elle est indisponible Ne restera-t-il bientôt que Arte pour "Informer, Cultiver, Distraire", les 3 missions normalement "imposées" au service public audiovisuel ???

(réponse de FT)

Bonjour Monsieur Richard PUJO,

Je vous informe qu'il n'existe pas de contrainte légale ou réglementaire en matière de fréquence de diffusion pour un même annonceur ou un même spot publicitaire. Si notre cadre juridique nous oblige ainsi à respecter une durée maximale en matière de temps consacré à la diffusion de messages publicitaires, qui ne peut être supérieure à six minutes par heure d'antenne en moyenne quotidienne sans pouvoir dépasser huit minutes pour une heure d'horloge donnée, France tv n'a aucunement la capacité de contraindre ses annonceurs à limiter la fréquence de leur présence sur ses antennes. Il n'est donc pas possible pour le groupe de contrôler la fréquence de diffusion de la publicité « Comme j'aime ».

Il apparaît par ailleurs que l'interprofession, et notamment d'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP : <https://www.arpp.org/> ou 01 40 15 15 40), qui effectue un contrôle avant diffusion et vise à promouvoir une publicité loyale, véridique et saine dans l'intérêt des consommateurs, du public et des professionnels de la publicité, n'a pas édicté de règle déontologique en matière de fréquence.

Conscients, toutefois, de l'obligation particulière qui est la nôtre, en tant que service public, de promouvoir une publicité de qualité, nous nous sommes dotés d'un certain nombre de règles éthiques en matière d'harmonisation des écrans, sans contrevenir à la liberté de communication des agences et des annonceurs. J'ai transmis votre message à la direction de France tv.

*Joindre le siège du groupe au **01 56 22 60 00***

(mail au médiateur de France Télévision)

Bonjour,

Vous trouverez ci dessous l'échange de mail avec notre grande entreprise d'information et de communication, qui plus est service public ...

La réponse toute technique de vos services (lequel ? : une machine ?, un être vivant ?) auquel il m'est impossible de répondre ne me satisfait évidemment pas du tout.

Pas un mot sur le fond de cette question. Mais peut-être dois je encore attendre la réponse de votre direction à qui mon message semble avoir été transmis ??!?

Cordialement

Richard Pujó

PS : le formulaire d'envoi de message est d'une ergonomie !!! à décourager les plus enrégés !!!

Pas de réponse

(mail à arpp.org)

France Télévision "service public" peut-il nous "matraquer" avec une publicité qui vante une méthode pour maigrir alors qu'il diffuse fréquemment par ailleurs au travers de ses émissions (spéciales ou généralistes) des messages mettant en garde contre ces mêmes méthodes et autres produits tous dangereux pour la santé ? Est-ce vraiment déontologique ?

Je vous joins le courriel fait à France Télévision et sa réponse "technique" qui me renvoie vers vous !!
J'attends toujours la réponse de sa direction sur le fond de ma question ...
0140151540

Pas de réponse

(mail au CSA le 21 Avril 2018 par le site CSA.org - 0140583800)

Numéro de ticket : 267919

Date de réception du message : lundi 23 avril 2018

Bonjour,

Le CSA a bien reçu votre saisine, qui va être prise en compte dans les meilleurs délais.

Après examen par les services du CSA au regard du cadre juridique de l'audiovisuel, une réponse sur les suites données à votre saisine vous sera adressée par courrier électronique.

Toutefois, si le CSA ne s'est pas prononcé dans un délai de deux mois à compter de la date de réception de votre saisine, celle-ci devra être considérée comme rejetée.

Si vous souhaitez contester cette décision, vous disposerez alors d'un délai de deux mois pour saisir la juridiction administrative de droit commun.

Nous vous remercions de votre attention et restons à votre écoute,

CSA - Direction de l'information et de la communication institutionnelle

Mèl : plaintes@csa.fr

Tél. : 0 825 800 535 (du lundi au vendredi, de 10h à 12h et de 14h à 17h. 0,15 € la minute)

Pour toute correspondance relative à votre saisine, veuillez rappeler le numéro de ticket indiqué en tête de ce courriel.

Pas de réponse, donc considéré comme rejeté

Mail à Télérama le 13 Septembre 2018

La déontologie ... Comme j'aime ...

France Télévision "service public" peut-il nous "matraquer" sur l'ensemble de ses chaînes avec une publicité qui vante un régime pour maigrir alors qu'il diffuse fréquemment par ailleurs au travers de ses émissions (spéciales ou généralistes) des messages mettant en garde contre la tromperie de ces mêmes méthodes et autres produits, tous dangereux pour la santé ? Au secours Madame Lucet ...

Réponse de Télérama

Le courriel que vous nous avez adressé est bien parvenu à Télérama. Nous avons pris connaissance de votre message avec intérêt et nous vous remercions de l'attention que vous nous témoignez.

*Bien à vous,
Le courrier des lecteurs*

Jamais diffusé

Mail au Comité d'éthique de FT le 25 Septembre 2018

Relance le 15 Octobre 2018

Quand comptez-vous répondre à mon mail du 25/09/2018 ou accuser réception pour le moins ...
Dois je en conclure que certains mots clé sont automatiquement redirigés vers la corbeille ?

Réponse du CSA

Monsieur,

vous avez bien voulu écrire au comité d'éthique pour faire part de votre mécontentement devant des publicités en faveur d'un régime alimentaire.

Vous avez reçu une réponse de France télévisions vous indiquant que cette diffusion n'enfreignait pas de règle juridique.

Le comité d'éthique de France Télévisions peut être saisi, comme vous le savez, de questions relevant de l'indépendance, de l'honnêteté, du pluralisme de l'information et des programmes. Le comité d'éthique n'est donc pas compétent sur le contenu des écrans publicitaires. Il nous serait donc difficile de nous saisir de cette question.

Vous pouvez néanmoins faire part de votre mécontentement au médiateur de France Télévisions qui transmet régulièrement à la direction des chaînes les réactions et avis des téléspectateurs.

Je vous prie de croire, Monsieur, à l'expression de ma considération distinguée,

Sophie Jehel

Présidente du Comité d'éthique de France télévisions

Mail au Médiateur de FT par le site FT comme conseillé ci dessus début Décembre

Réponse d'un Médiateur

Suite à votre récent courrier postal, je ne peux que vous réitérer les éléments de réponse qui vous ont déjà été apportés par la présidente du Comité d'éthique de France Télévisions.

Qui plus est, sachez que selon l'usage en vigueur, la publicité en question a reçu l'avis favorable de l'ARPP pour être à l'antenne.

En effet, l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité visionne toute publicité diffusée à la télévision afin d'émettre un avis.

Nous n'avons donc à ce stade aucune raison objective de remettre en question la diffusion de ces messages publicitaires.

A toutes fins utiles néanmoins, nous vous signalons que l'ARPP dispose d'une instance associée, le Jury de Déontologie Publicitaire (JDP) dont la mission est précisément de statuer sur les plaintes des téléspectateurs qui viendraient à être en désaccord avec le contenu des publicités diffusées.

Vous avez donc toute latitude pour saisir cette instance si vous l'estimez nécessaire.

Vous remerciant de votre intérêt.

Salutations attentives,

Fabienne Abbou

Chargée de la médiation des programmes

france.tv

ma réponse à la réponse le 21/12/2018

Merci pour votre réponse ... qui évidemment ne me satisfait pas ...

La déontologie dont je parle ne concerne **que France Télévision**

Je me réexplique : il me semble que certaines émissions (journal de la santé ...), magazines d'investigations (Madame Lucet et autres) ou émissions spéciales dénoncent le bien fondé et alertent sur la dangerosité des régimes miracles. C'est dans ce cadre là que je vous demande si le produit "Comme j'aime" ne rentre pas en forte contradiction avec ces émissions ...

Qu'avez-vous vérifié du bien fondé de son contenu ?

Ce n'est pas le rôle du service public de nous assurer que tout est en accord avec la santé (elle aussi publique) ?

Quant à l'ARPP, si elle devait vérifier, honnêtement, la véracité des contenus publicitaires, les tranches réservées à cette activité seraient désespérément vides !! Sa seule mission n'est que de contrôler la forme du message et certainement pas le fond et encore moins l'aspect déontologique ... C'est d'ailleurs ce qu'ils me disent clairement en réponse à mon courrier !!!

Sincèrement et honnêtement, dites moi si je suis le seul à protester concernant ce sujet ?

De mon côté, en étant sincère et honnête, je suis certain que tout le monde s'en f...

Salutations décourageantes

Richard Pujo

Fin du débat

Courrier à Mme Carrère d'Encausse par le site 28/01/2019

Je ne souhaite ni témoigner, ni proposer un sujet, simplement poser une question à Madame Carrère d'Encausse concernant la publicité « Comme j'aime » qui nous est assénée à longueur de journées sur notre service public.

France Télévision « service public » peut-il nous « matraquer » avec une publicité qui vante une méthode pour maigrir alors qu'il diffuse fréquemment par ailleurs au travers de ses émissions (spéciales ou généralistes) des messages mettant en garde contre ces mêmes méthodes et autres produits tous dangereux pour la santé ? Est-ce vraiment déontologique, ou tout simplement responsable ?

Je tiens à vous préciser que j'ai communiqué dans tous les services (Groupe, Médiateur, ARPP, CSA, Comité d'éthique). Ce ne sont que « non réponses », bottages en touche et non responsabilité.

Je tiens à votre disposition les différents échanges qui durent depuis bientôt un an avec évidemment les réponses qui me sont faites

Cordialement Richard Pujo

Réponse

Bonjour,

Merci hélas nous ne pouvons rien faire il faudrait contacter le CSA ou France TV.

L'équipe d'allodocteurs.fr

Relance

13/02/2019

J'ai proposé aux rédacteurs de faire quelque chose.

Merci.
L'équipe d'allodocteurs.fr

Relance 11/03/2019

Bonjour,

Une nouvelle fois me revoilà ...

Ma question posée à Mme Carrère d'Encausse depuis le 28 Janvier est-elle sans intérêt ? Au moins, informez-m'en si c'est le cas ...

Je vous joints, pour complément d'information ce dossier de 60 Millions qui n'est pourtant pas un spécialiste santé :

<https://www.60millions-mag.com/2018/04/25/ce-qui-se-cache-dans-la-boite-comme-j-aime-11745>

et qui dit dans sa conclusion : "**Les scientifiques pointent leur inutilité, voire les dangers auxquels ils exposent l'organisme (dénutrition, troubles hormonaux...).**"

Je vous rappelle que je suis contribuable payeur (et heureux de l'être) mais pour un service public digne de ce nom. Dans le cas présent, j'estime qu'encadrer une émission sur la santé par une publicité "dangereuse" pour cette même santé est incompatible avec la notion de service public.

Toujours cordialement et patient ...

Pas de réponse

Message au Ministère de la santé sur le site officiel 28/01/2019

Bonjour,

Je vous envoie ce message, je l'avoue, un peu en désespoir de cause.

Depuis un an, je sollicite France Télévision pour une publicité, "Comme j'aime", qui me semble t il est en complète contradiction avec la notion de service public à laquelle est tenue cette institution.

En effet, comment peut-on être « matraqué » par une publicité qui vante une méthode pour maigrir alors qu'il diffuse fréquemment par ailleurs au travers de ses émissions (spéciales ou généralistes) des messages mettant en garde contre ces mêmes méthodes et autres produits tous dangereux pour la santé ? Est-ce vraiment déontologique, ou tout simplement responsable ? Les bienfaits de ce régime sont avérés ? Faut-il se fier aux utilisateurs-témoins, à Madame Davant ou autres « stars » sans doute largement rémunérées ? Faut-il se résoudre à penser que le service public est "tombé" au même niveau que l'ensemble des chaînes privées ne se souciant que d'audimat et de temps de cerveaux disponibles le tout arrosé copieusement de publicités grasses rémunératrices quel qu'en soient les contenus des messages ? J'ai, de plus, beaucoup de mal à avaler que ma taxe audiovisuelle participe de fait à cette tromperie.

Il n'est pourtant pas difficile de constater que le net reflète un "ras-le-bol" non négligeable concernant ce sujet. Le site mesopinions.com accueille une pétition signée par plus de 6000 personnes.

Je tiens à vous préciser que j'ai communiqué dans tous les services (Groupe, Médiateur, ARPP, CSA, Comité d'éthique). Ce ne sont que « non réponses », bottages en touche et non responsabilité.

Je tiens à votre disposition les différents échanges qui durent depuis bientôt un an avec évidemment les réponses qui me sont faites

Cordialement Richard Pujol

Relance le 18/03/2019 toujours par le site officiel



Mail le 18/02/2019

Bonjour,

Votre n° de téléphone 0149332222 n'est pas attribué !! ça commence bien !!

.... donc je vous écris ...

A qui dois-je m'adresser pour que la publicité "Comme j'aime" cesse sur LE SERVICE PUBLIC

AUDIOVISUEL ?

Ou pour le moins que des avis contradictoires à ces méthodes soient diffusées afin d'informer le public. J'ai, à votre disposition, les nombreux messages envoyés à différents organismes (Groupe France Télé, Médiateur, ARPP, CSA, Comité d'éthique) ne m'ayant pas fait avancer d'un pouce !!

Merci pour votre éventuelle réponse

Richard Pujo

UFC Que Choisir

MaigrirLa grande illusion

Publié le : 17/05/2011

[Partager sur Facebook](#)[Partager sur Twitter](#)>

[Partager par mail](#)

Sur Internet, dans la presse ou en librairie, les vendeurs de régimes miracle sont omniprésents. Suivre leurs conseils souvent déraisonnables ne fait perdre, à terme, que du capital santé.

18/03/2019 Message sur le site du Jury de Déontologie Publicitaire (DJP)

Réponse le 25/04/2019

Monsieur,

Nous accusons réception de votre plainte du 18/03/2019, laquelle a retenu toute notre attention.

Nous vous précisons que, selon l'article 3 de son Règlement intérieur, le Jury de déontologie publicitaire ne peut se prononcer que sur le contenu d'une publicité précisément identifiée au regard des règles de déontologie.

Or en l'état, votre plainte ne comporte pas de motivation explicite qui pourrait être confrontée à une règle déontologique précise. En outre, elle porte davantage sur les conditions de diffusion, ce qui n'entre pas dans le champ de compétence du Jury.

En conséquence et en application de l'article 12 du Règlement intérieur du Jury de déontologie publicitaire, votre plainte ne sera pas soumise à ses membres pour délibération.

Veillez agréer, Monsieur, l'expression de notre considération distinguée.



Secrétariat du JDP