

Paris, le 23 novembre 2009

COMMUNIQUE

CANALSAT s'étonne de la campagne de dénigrement dont il est l'objet de la part de BFM TV.

CANALSAT mène à titre expérimental, comme il le fait régulièrement, et pour une durée limitée une opération marketing sur une fraction de ses abonnés. Cette opération sans incidence sur le marché publicitaire, se limite aux abonnés par satellite qui éteignent régulièrement leur décodeur soit une faible proportion d'entre eux. Les spectateurs d'i>TELE par ADSL, câble ou TNT ne sont, en outre, pas concernés. Au total, cela représente 1,8 million de foyers sur les 48,6 millions de téléspectateurs qui reçoivent i>TELE et BFM TV. Cela ne peut en aucun cas constituer une manipulation d'audience ni, encore moins, remettre en cause le pluralisme de l'information.

CANALSAT ajoute que le fait d'arriver sur un numéro de canal prédéterminé à l'allumage du téléviseur profite à d'autres chaînes commerciales depuis des années sans jamais avoir suscité de telles attaques.

CANALSAT dénonce la mauvaise querelle que lui cherche BFM TV au moment où le CSA doit se pencher sur une autre plainte déposée par BFM TV et n'ose imaginer qu'il puisse s'agir d'une manœuvre pour faire pression sur l'autorité de régulation.

En tant qu'opérateur commercial, CANALSAT est libre de sa politique marketing et poursuivra, comme par le passé, des opérations de ce type, y compris avec d'autres chaînes et services.

Direction de la Communication

Laurence Gallot 01 71 35 02 22

Antoine Banet-Rivet 01 71 35 00 26