

Orange et Free coupent BFM-Macron : panique à l'Élysée !



L'arrêt du signal de BFM-Macron TV a laissé espérer un temps trop bref la fin du bourrage de crâne et du lavage de cerveau par la chaîne de propagande et de désinformation en continu qui a fait élire Macron.

Le Figaro : "Alain Weill, le patron d'Altice, était persuadé qu'il arriverait à faire payer Free et Orange pour la diffusion de sa chaîne de propagande et de désinformation BFM-Macron TV. Il a engagé un bras de fer avec les deux opérateurs qui ont répliqué par une politique d'écran noir. Un accord sans contrepartie d'un côté et pas d'accord du tout de l'autre. Les négociations ouvertes par Altice, la maison mère de BFM-Macron TV, RMC Découverte et RMC Story avec Orange et Free ont tourné au fiasco. Alain Weill, le PDG d'Altice, a tenté de s'engouffrer dans la brèche ouverte par TF1 et M6, avec une idée simple : obtenir, à son tour, une rémunération de la part des opérateurs télécoms qui proposent ses chaînes

de télévision sur leur box.

L'année dernière, les groupes TF1 et M6 avaient fait plier les opérateurs. Alors, pourquoi pas lui ?

Sur cette idée simple, il s'est lancé, réclamant 4 millions d'euros à Free et près de 10 millions à Orange. Mais, il s'y est cassé les dents. Les écrans s'éteignaient les uns après les autres avec la chute des recettes de publicité après interruption du signal de BFM TV sur Free et Orange.

La coupure du signal de BFM TV a fait perdre à la propagande pro-Macron pour les municipales de 2020 les quelques 12 millions d'abonnés Orange. Et cela, en raison d'un désaccord financier avec Altice, ce que la com' LREM de l'Élysée ne pouvait pas accepter. Pire, on a atteint près de 18 millions de foyers, si l'on ajoute les 6 millions d'abonnés Free, qui sont délivrés de la chaîne de propagande et de désinformation qui a fait élire Macron, soit le bourrage de crâne le plus regardé de France. Cela a été trop pour l'Élysée et Alain Weill, le patron d'Altice France, a dû se soumettre au pouvoir et tendre la main en conférence de presse.

Si c'est aux chaînes de trouver leur modèle économique, Macron en campagne pour les municipales refuse d'en être la victime collatérale. Macron veut éviter la révolution des usages des consommateurs et de leur façon de consommer la propagande de l'Élysée diffusée en continu sur le canal BFM-Macron TV.

À l'Élysée, on dit ce qu'on a toujours dit : Nous rémunérons les services de BFM-Macron TV à valeur de propagande ajoutée qui viennent renforcer le lavage de cerveau des clients captés derrière leurs box par la propagande pro-Macron. Mais nous refusons de payer des flux gratuits qui sont disponibles gratuitement sur la TNT ! Nous ne sommes pas obtus. Nous avons une vision de la propagande et de la désinformation qui a fait élire Macron sur le canal BFM-Macron TV qui est la valeur apportée au lavage de cerveau de nos clients et à notre

business électoral avec la propagande pro-Macron pour les municipales de 2020.

Pour l'Élysée, il était totalement "inimaginable" de couper le signal de BFM-Macron TV !

La menace avait été mise à exécution. Orange avait cessé de diffuser BFM TV, RMC Story et RMC Découverte. Depuis des mois, Altice demandait aux opérateurs télécoms de le rémunérer pour reprendre la chaîne de propagande et de désinformation sur leurs box. Demande copiée sur ce que TF1 et M6 ont obtenu de la part des opérateurs télécoms. Mais Orange ne l'entendait pas de cette oreille et refusait de payer !

BFM-Macron TV : la revanche de l'Élysée ! "Nous n'avons pas trouvé d'accord avec Altice, mais nous sommes ouverts quant à une reprise des négociations", expliquait un porte-parole d'Orange. Le signal pourrait être rétabli dans les 24 heures affirmait un proche du dossier. Perdre l'accès aux abonnés fixes d'Orange, soit près de 12 millions de foyers, constitue un vrai problème pour la propagande de l'Élysée !

Non seulement les revenus publicitaires pour l'efficacité du bourrage de crâne des consommateurs sont directement indexés sur l'audience, mais les résultats des sondages sont directement indexés sur les services de BFM-Macron TV qui relaient en continu la propagande de l'Élysée ! C'est pourquoi un accord devait absolument intervenir dans la journée très en deçà de ce que souhaitait la maison-mère de BFM TV.

En s'engouffrant dans la brèche, au nom de l'évolution du modèle économique, Altice avait ouvert la boîte de Pandore. C'est justement ce que le service de com' de l'Élysée ne pouvait pas accepter !

Conséquences sur les audiences des chaînes d'information en continu :

#Audiences chaînes info mercredi 28/08 BFM TV passe sous les 2

% (1,9 %) LCI (0,9 %) CNews (0,8 %) franceinfo (0,6 %) –
Pierre Dezeraud (@PierreDzrd) August 29, 2019

“On peut penser que l’audience de BFM TV va mécaniquement baisser”, a concédé Alain Weill, PDG d’Altice France, invité à réagir sur franceinfo au conflit qui oppose son groupe à Free. “En pleine rentrée, alors que LCI, CNews et Franceinfo ont musclé leur grille, BFM TV ne résistera pas six mois”, pariait Le Parisien.

Thierry Michaud-Nérard