



COMPTE RENDU CSE CENTRAL

12-13 avril 2023

france•tv

Notre liminaire (Lire [ICI](#)) : « Madame la Présidente, vous nous avez perdus ! »

S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS

Situation générale de l'entreprise :

Les semaines passées, cela n'a échappé à personne, ont été marquées par une actualité dense, et FTV a su la traiter de manière très satisfaisante selon Delphine Ernotte, qui considère que l'entreprise contribue ainsi au débat public. « *Nous ne faisons pas le buzz, mais nous relayons le débat de la façon la plus intelligente et apaisante possible* ».

Elle exprime aussi la volonté de FTV de soutenir les journalistes dans leur travail sur le terrain, dans un contexte parfois difficile.

FTV a été la seule TV à soutenir activement les victimes du séisme en Turquie, en organisant une collecte de dons ; l'éducation aux médias est un sujet important pour la Présidente qui a signé dans ce cadre une convention avec le ministère de l'Éducation Nationale, et la mobilisation pour le climat se traduit à l'antenne par une transformation des bulletins météo de la 2 et de la 3.

FTV a aussi sécurisé les droits sportifs dans le temps pour de nombreuses compétitions. Mais attention, la liste des événements majeurs diffusés gratuitement est en passe d'être revue, et FTV perdrait la diffusion gratuite des test-matches de rugby du tournoi des 6 nations.

L'adhésion des TV spectateurs reste forte, avec 15,3% de PDA en mars, et presque 16% en février : selon Delphine Ernotte, l'écart entre TF1 et F2 n'a jamais été aussi faible.

Le numérique enregistre lui aussi de bonnes audiences : F3 région représente 30% des audiences numériques de FranceInfo.fr et nos séries numériques et mini séries portent l'audience.

Concernant le projet TANUKI, c'est à dire la plateforme numérique unique de FTV, Stéphane Sitbon Gomez, directeur des antennes et des programmes affirme qu'il ne s'agit pas d'un projet de fusion des différents sites existants, mais d'une amélioration de France.TV, notamment pour permettre une personnalisation de l'offre numérique de service public : mieux valoriser les contenus d'info déjà distribués, et clarifier les lignes éditoriales. Pas d'affaiblissement de FranceInfo.fr, donc !

La chaîne olympique : en réalité les événements sportifs ou liés aux JO 2024 seront présents sur toutes les antennes, avec une offre d'information et de programme très riche, coordonnée par Yannick Letranchant et son équipe. FTV a demandé un canal UHD pour les jeux, et est en attente de réponse du ministère.

Enfin, toujours selon Delphine Ernotte, le sujet d'actualité pour FTV n'est pas la gouvernance, la structure ou une fusion de l'audiovisuel public, mais le financement de l'audiovisuel public en général. Sur ce point, des discussions avec l'Etat doivent avoir lieu à compter de mai 2023.

AVRIL 2023



france•tv

S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS

Projet de développement de chaîne régionale du réseau F3 : où en est-on, depuis mai 2021 ?

On en est à... TEMPO, une régionalisation par l'info : exit les éditions nationales de la 3 à midi et 19H, les JT régionaux occuperont ces tranches et ce sont les antennes régionales qui diffuseront des contenus actu fabriqués par les journalistes du national, dans des JT mêlant actu internationale, nationale, régionale et locale.

Depuis l'annonce du projet TEMPO, c'est une révolte au national qui perd ses éditions, et angoisse dans le réseau qui craint de ne pas avoir les moyens pour assurer deux tranches aussi longues.

Après une étude des moyens et des besoins, FTV a donc décidé de renforcer le réseau avec 60 ETP supplémentaires... Comblés par du recrutement ou de la mutation.

AVRIL 2023

Les élus alertent la direction de la rédaction nationale : comment gère-t-elle le malaise à la rédaction nationale, déjà ancien, et amplifié par TEMPO ? La direction dit attaquer les problèmes service par service, et espère « détendre un peu les choses » d'ici à l'été.

En tout cas, elle s'engage à rester à moyens et effectifs constants à l'info nationale. Des postes bougeront au sein des services info pour régler des situations, mais il n'y aura pas de mobilités forcées vers les régions. La Cfdt relaie les inquiétudes des salariés des antennes régionales, dont les journalistes ne veulent pas être dépossédés de l'actu, de l'enquête, des sujets « froids » ou longs... Et où tous, techniciens comme journalistes, se posent des questions sur les futures organisations du travail, les amplitudes horaires, la charge de travail.

Delphine Ernotte explique qu'il faut « penser à effectifs constants mais avec plus de fluidité et d'agilité dans cette enveloppe globale, on doit sortir des structures figées, avec de nouveaux outils, de nouveaux métiers et pratiques qu'il faut discuter. On est déjà un peu en retard... ».

Et la direction affirme vouloir lever les craintes : un projet éditorial doit répondre aux attentes des équipes au national et en région, il faut « sortir de la spirale de la réduction des moyens », dialoguer.

Selon Stéphane Sitbon-Gomez, « le modèle de la chaîne nationale avec décrochage régional a déjà été abandonné ». Et de lister tout ce qui a, selon lui, déjà été fait en matière de régionalisation – qui est « en marche », donc !

- Chaque direction régionale compose sa grille actuellement ;
- Le réseau diffuse moins de JT communs et plus de PAE ;
- La narration des JT a été réécrite (écran tactile, climat, décryptage de l'info) ;
- Sur le numérique, augmentation de l'offre vidéo et des articles.
- France 3 représente près de 35% du trafic sur la plateforme France info.
- Chaque direction régionale a produit en 2022 un nouveau format.

L'ambition pour 2023 et 2024 est d'augmenter le nombre de PAE, et TEMPO se fera, même si l'Etat devait réduire drastiquement ses dotations !

Les finances :

Au total, les financements publics représentent 2,380 Md€ - sur 5 ans, ils ont diminué de 160 M€.

Le coût de grille est en dépassement de 11,7 M€ par rapport au budget prévu dont les principaux éléments sont :

- Information nationale : coût de grille de 264,5 M€, dépassement de 5,7 M€
- Sports : cout de grille de 206,2 M€, dépassement de 3,5 M€
- Programmes nationaux : coût de grille de 928 M€, dépassement de 7,4 M€
- Programme régional : coût de grille du 399,5 M€, économie de 6,2 M€ mais en progression de 11 M€ par rapport à 2021.
- Outre-mer : coût de grille de 205 M€, en dépassement de 4,6 M€.
- Numérique : coût de grille de 196 M€, en retrait de 1 M€ par rapport au budget prévisionnel.

Les effets de la liquidation de Salto sur les comptes de FTV :

Pour 2022, la charge pour FTV représente 24 M€ auxquels s'ajoute une provision de 22 M€ correspondant à la liquidation de la société.

Cette liquidation réduit les capitaux propres de France Télévisions, et la situation des actifs se dégrade. Il manquerait 90 M€ pour que nos actifs atteignent 50% de notre capital social.

Les élus constatent que 10 ans de baisse des financements publics ont conduit, à FTV, à la suppression de 15% de nos effectifs, soit de 1539 ETP. Moins de financements, alors que FTV a dû se développer, se transformer, investir, couvrir une actualité riche – au détriment des emplois et des salariés et, depuis quelques mois, dans un contexte d'inflation. ([Lire l'avis des élus ICI](#)).

Environnement stratégique et vision à moyen terme de FTV : ([Lire le document de la direction ICI](#))

Le contexte stratégique de FTV : suppression de la contribution à l'audiovisuel public et incertitude sur le financement ; prolongation du COM d'un an. La direction a planché sur le sujet, et partage sa vision avec le CSE C.

L'environnement de l'audiovisuel public :

Une société française « archipelisée », avec des inégalités sociales qui se creusent, des opinions qui se polarisent, et un niveau de défiance qui augmente : +15 points, soit 70% de la population (Ipsos).

Le travail et le climat : des éléments aggravants qui préoccupent les Français. Pour 40% d'entre eux, le travail a de moins en moins de sens (+16 points depuis 2017) ; pour 85% des Français/es, il est urgent de changer notre mode de vie.

Une relation ambivalente aux médias et à l'info : la télévision reste le 1er média d'information pour 55% des plus de 35 ans ; mais internet s'impose pour 2/3 des moins de 35 ans. 54% des personnes interrogées n'ont plus confiance dans les médias, 48% apprécient l'existence de médias publics. Pour 45%, les médias traitent toujours des mêmes sujets.



S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS

AVRIL 2023

La TV perd du terrain, d'autres supports en profitent : la VOD ou la SVOD, internet et les plateformes de partage ou les réseaux sociaux. La TV reste le 1er média des plus de 35 ans et des enfants jusqu'à 14 ans. Chez les 15-24 ans, elle ne représente plus que 27% du temps passé devant de la vidéo. Les 25-34 ans se partagent entre la télé et Youtube.

Sur quoi regarde-t-on les vidéos ? 9 foyers sur 10 possèdent une télévision. Pour FTV, l'enjeu est de figurer sur les télécommandes des smart TV...

La concurrence sur le local : BFM a ouvert 10 éditions locales en à peine 4 ans, et revendique une audience cumulée de 5,8 M de téléspectateurs sur le dernier quadrimestre 2022. Les JT régionaux de France 3 rassemblent chaque jour 4,8 M de téléspectateurs.

L'enjeu pour FTV : il s'agit d'être présent sur les différentes interfaces pour exister – y compris sur TikTok : FTV doit mettre en œuvre une stratégie marketing basée sur la data pour observer ses publics et anticiper leurs attentes. Le logiciel Sherlock de gestion des programmes est un outil pour cela.

Les ambitions stratégiques de France Télévisions : devenir l'offre leader du numérique gratuit à l'horizon 2030 ! Donc devenir un éditeur de contenus pour chacun, distribués partout, sur tous les supports.

Devenir la 1re plateforme numérique gratuite et développer une offre vidéo personnalisée.

Rester la 1ère plateforme d'info, investir les plateformes sociales et les réseaux sociaux.

Rassembler tous les publics autour de 4 thématiques :

- **Les actualités :** l'info, la politique, etc. ; la proximité de l'info, la lutte contre les infox, l'éducation aux médias, les « temps longs » et l'expertise.
- **Les savoirs :** l'histoire, la science, le climat, l'environnement, la géopolitique...
- **Les imaginaires :** la fiction, l'humour.
- **La vie quotidienne :** la cuisine, la conso, le jardin, le bricolage, etc.

Par ailleurs, la direction estime que pour s'adapter aux enjeux futurs, FTV va devoir faire évoluer ses modes de travail et ses processus internes.

Commission Outre-mer et évolution de l'organisation des rédactions d'Outre-mer :

La direction du pôle Outre-mer réfléchi à l'évolution de certains emplois, faisant disparaître des UCC au profit de nouvelles fiches métiers.

- Un emploi spécifique de « Chef(fe) monteur(euse) - média manager »
- Un emploi de « JRI-monteur »
- Un emploi de « chef(fe) monteur(euse) - infographiste »
- Un emploi de Chef(fe) monteur(euse) intégrant l'UCC « mixage »
- Un emploi de « chargé d'exploitation de plateau » (éclairagistes, électro)
- Un emploi d'OPS intégrant l'UCC d'adaptation de scénarii radio filmée
- Intégrer l'activité d'animation des réseaux sociaux aux emplois Animateur(trice), Chargé(e) d'Édition Numérique et Journalistes et créer un emploi spécifique de chargé(e) d'animation réseaux sociaux
- Regrouper les emplois d'Animateur(rice) radio ou tv, tv et radio, (...) sous l'intitulé d'Animateur(rice)



france•tv

S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS

La direction, si elle veut mener à bien son projet en termes de création de nouveaux emplois, va maintenant devoir se tourner vers les OSR de FTV et engager, avec elles, des négociations.

Le projet de réforme de l'information en Outre-mer

L'objectif : regagner les téléspectateurs, auditeurs et internautes ultramarins, par une refonte structurelle de l'organisation actuelle des rédactions TV, radio et numérique.

Le schéma type d'organisation préconisé : la fonction de « Rédacteurs en chef adjoints » (RCA) disparaîtrait, et la compétence éditoriale des Responsables d'édition serait renforcée. Certains anciens RCA évolueraient vers la fonction de Rédacteurs en chef. Chaque station accueillerait un(e) Directeur(rice) des contenus et de l'Information. Les Rédacteurs en chef, dont le nombre augmente du fait de la disparition des RCA, se partageraient le traitement de l'actu chaude et la prévision, pour les 3 médias.

Ce projet devrait être déployé dès septembre 2023.

AVRIL 2023

La réorganisation du Portail Outre-mer (POM)

Il s'agit de réorganiser les cellules dites WEB des 1ères, et d'harmoniser leur fonctionnement.

Le Portail Outremer (POM) est aujourd'hui la seule offre commune à toutes les stations, avec à sa tête, depuis peu, un Rédacteur en Chef.

La Direction du Pôle estime que le POM est une réussite avec environ 15 millions de visiteurs /an, qui reste toutefois à optimiser.

Ce POM compte 11 salariés, dont un Directeur, un Rédacteur en chef, un Délégué numérique responsable de la partie technique du site, et des éditeurs numériques. Des journalistes de Malakoff alimentent aussi ce site.

Le projet CAMPUS

La station de Malakoff est concernée par ce projet de recentrage des sites franciliens à proximité du siège et dans le bâtiment de MFTV.

L'immeuble de Malakoff sera revendu, mais les surfaces de travail dédiées aux salariés du pôle Oute Mer seraient conservées ». Le déménagement de Malakoff est prévu en décembre 2024. Les informations sur le positionnement de l'OM dans le / les nouveaux sites seront données en septembre 2023.

Le rôle et les missions de Malakoff ne devraient pas changer, et les équipes devraient rester groupées. La Commission insiste sur son exigence de maintien des moyens de production et de diffusion **autonomes**.

Évolution des projets techniques du Pôle Outre-mer

Deux accords d'expérimentation, l'un en Guyane sur la fabrication de nouveaux médias autour de la radio filmée, et l'autre à Mayotte sur le montage à distance, sont présentés.

En Guyane, l'expérimentation vise à tester l'habillage du studio radio grâce à des images de synthèse, pour rendre l'antenne plus attrayante visuellement. Cela impacte évidemment certains métiers et ces impacts doivent être évalués et analysés.

Les élus soulignent que cette expérimentation, si elle peut faire sens pour les stations qui manquent de moyens pour fabriquer un JT de 13H TV, d'autres stations, qui fabriquent un JT TV dans de bonnes conditions, ne doivent pas l'abandonner au profit de cette formule.



france•tv

S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS

Le montage à distance à Mayotte répond à des difficultés spécifiques de ces territoires (embouteillages, éloignement des sites de reportages, insécurité parfois). Est testé la possibilité, pour les journalistes, de rapatrier les rushes dès le tournage vers le poste de travail du monteur (y compris en télétravail), et d'effectuer ce montage à distance.

Les élus mettent en garde contre un risque de dégradation de la qualité, notamment du son, lors d'envoi du commentaire enregistré du rédacteur.

Les élus, s'ils constatent et comprennent les difficultés rencontrées par les journalistes mahorais, exigent que cette pratique soit circonscrite au seul territoire de Mayotte.

Les outils en cours de déploiement dans le Pôle Outre-mer :

- Avancée de l'archivage des médias avec Perfect Memory
- Outil de régie radio virtuelle (fly case complète)
- Bascule imminente de l'outil radio Nétia vers Zenon

AVRIL 2023

La Fabrique :

Un secteur de FTV réorganisé il y a quelques années (2016 - 2018), avec un recentrage sur Paris et sur une seule direction de la gestion des moyens internes de fabrication ; le plan de charge est stable, selon l'expert mandaté par le CSE, mais un gros point noir est pointé du doigt : les équipes légères, du siège et celles basées en région avec un éclatement des équipes qui ne sont plus complètes, une activité trop souvent prise en charge par des prestataires externes, et un plan de charge qui n'est pas réalisé.

Les équipes légères

L'annonce faite dernièrement à ces salariés de la modification de leur rattachement (rattachement des équipes légères basées en région aux antennes régionales) ou de l'arrêt de leur activité (équipes légères du siège) a mis le feu aux poudres. La direction affirme qu'il s'agit là d'un projet, d'une idée, voire d'un malentendu... Et, après un débat parfois houleux, se dit prête à discuter, avec les syndicats, de l'organisation et de l'activité de ces équipes légères.

Alors, La Fabrique, comment se porte-t-elle ?

La réforme entre 2018 et 2020 de la structure visait 10 M€ d'économies à partir de 2020 – économie réalisée : 16 M€ !

Comment ? Par une baisse des effectifs (-33,1 ETP depuis 2020) ; la direction estime que l'effort consenti par La Fabrique est moindre, comparé aux autres secteurs de l'entreprise). Par une optimisation des achats, et des économies liées à l'internalisation de certaines activités.

La direction explique toutefois qu'en matière d'internalisation, La Fabrique ne peut pas faire plus, faute de moyens pour produire plus. Cela explique peut-être aussi le fait que le plan de charge n'est pas toujours atteint, les prévisions étant ambitieuses et se heurtant à la réalité des moyens.

L'expert du CSE C et les élus soulignent que le respect des « règles d'or », c'est-à-dire le recours prioritaire aux moyens de La Fabrique pour la fabrication, est essentiel pour assurer l'existence de cette structure et son équilibre financier. Essentiel aussi pour assurer la concurrence sur le marché français et l'indépendance de FTV face à des concurrents qui se regroupent.



france•tv

S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS

Campus :

La commission « CAMPUS » insiste sur l'importance de préparer l'accueil des salariés de Malakoff au siège dès maintenant, avec des immersions, la création de binômes pour comprendre les fonctionnements, les organisations, les outils du siège... Elle souligne aussi les difficultés à travailler dans un environnement en travaux...

Autre sujet de cette commission : les restaurants d'entreprise, qui accueilleront les salariés actuels du siège, ceux de Malakoff, et ceux des filiales ou de l'UFTV.

Les élus sont consultés sur le métazoning et sur ses conséquences organisationnelles : leur avis, à la lumière du rapport d'expertise diligenté par le CSE C, est... négatif ([Lire ICI](#)) : non au flex office, qui est au cœur du projet ! De plus, CAMPUS répond, selon la direction, aux besoins du projet d'entreprise... que nous ne connaissons pas. Quelles synergies ? Quelles mutualisations ? Quelles organisations du travail ? De plus, cette opération immobilière est-elle vraiment rentable financièrement ?

AVRIL 2023

Votre représentant syndical Cfdt et vos élus Cfdt au CSE C :

*Majid Bensmail, Malakoff ; Christian Vigneau, Saint Pierre et Miquelon ;
Jean-Yves Poirier, Guadeloupe ; Patrick Vanhalle, Nouvelle Calédonie ; Pascal
Lefebvre, réseau F3 ; Yvonne Roehrig, réseau F3.*



[Nos Délégués syndicaux centraux](#)

Vous souhaitez nous poser des questions ?

Contactez-nous au : **01 56 22 88 21**