

## #10

### Réunion du 14 juin 2023

**Représentants du personnel :** Jean-Hervé GUILCHER (Secrétaire), Karine CEVAER (CSSCT), Rabéa CHAKIR-TRÉBOSC (référente harcèlement), Séverine DANGIN et Olivier MÉLINAND (CFDT), Nathalie DEUMIER et Laurent MAAS (CGT), Bruno DEMANGE et Emeline DROXLER (FO), Myriam FIGUREAU et Marc TAUBERT (SNJ), Béatrice MARIANI et Philippe PERROT (Sud).

**Membres de la direction :** Philippe MARTINETTI (président), Xavier RIBOULET (directeur de la Proximité), Marie-Laurence FERRACCI (responsable de la coordination des projets à la direction de la Proximité), Samuel BIGNON (DRH du Réseau France 3), Séverine THIREL (Coordinatrice RH des projets transverses).

**Salariés experts invités :** Emmanuel BOUARD (journaliste contributeur web à Nancy), Xavier COLLOMBIER (coordinateur numérique central), Catherine GAUBERTI (chargée d'édition numérique à Caen), Sophie GUEFFIER (chargée d'édition numérique à Nancy), Alexandra HUCTIN (coordinatrice numérique France 3 Hauts-de-France), Cécile METTE (chargée d'édition numérique à Orléans), Sophie PELLERIN (coordinatrice numérique centrale), Cécile POURE (journaliste contributrice web à Strasbourg).

#### **Cette réunion de la CASAR était spécialement consacrée au numérique régional.**

A la demande des élus, la direction a fourni un document compilant des éléments relatifs aux attentes du public et aux orientations éditoriales stratégiques, à l'application ICI, à l'organisation du numérique à France 3 et aux moyens affectés au web dans les antennes, au rôle des principaux intervenants (coordinateurs numériques centraux et régionaux, chargés d'édition numérique, rédacteurs en chef adjoints numériques, services com, à l'exception notable et inexplicable des journalistes travaillant sur le web), aux alternants, aux projets d'évolution.

En ouverture de séance, le président de la commission, Philippe Martinetti a qualifié ces éléments de « document de travail pour construire ensemble le devenir du numérique sur le Réseau ». Pour Xavier Riboulet, le directeur de la proximité, la direction s'appuie sur le travail

mené depuis un an et demi au cours des réunions et séminaires avec les coordinateurs, les chargés d'édition numériques et les rédacteurs en chef.

D'une manière générale, cette présentation du web manque de contextualisation par rapport à ce qui se fait dans les autres médias. On apprécierait également un bilan des 10 dernières années, permettant de mesurer le chemin parcouru et les évolutions stratégiques. La direction met en avant la progression des audiences, mais cet indicateur – assez marketing – ne suffit pas à valider les choix éditoriaux et stratégiques car les audiences du numérique progressent globalement depuis une dizaine d'années, du fait de la bascule des usages.

Comme on le verra plus loin, les élus déplorent que France Télévisions ait une politique de la demande (on se conforme aux attentes des publics) au détriment d'une politique de l'offre, qui serait plus dans l'ADN d'un service public.

La course à l'audience et au référencement nous rend dépendants des GAFAs et de leurs algorithmes. Ce fut le cas à une époque avec Facebook, c'est le cas aujourd'hui avec Google. Cela pose la question de notre souveraineté sur nos choix éditoriaux.

Cela interroge aussi sur la pertinence des choix stratégiques faits, au fil des années, pour le numérique régional.

Aujourd'hui le web souffre dans les antennes d'un manque de réalité structurelle tangible : postes vacants, sous-dimensionnement, contributeurs trop occasionnels, utilisation dévoyée des alternants pour assurer l'activité. On ne structure pas un projet stratégique de cette manière.

De même, sans socle minimum stable et sans harmonisation, la décentralisation du web régional entraîne des réalités hétérogènes, en fonction de l'appétence des directions locales.

En termes d'urgences, les représentants du personnel plaident en 1<sup>er</sup> lieu pour un renforcement des moyens en région, afin de produire, avant d'envisager des créations de postes supplémentaires en central.

## Les grandes lignes de la stratégie éditoriale

Ces orientations résultent des attentes exprimées par le public dans des études (études jamais fournies aux membres de la Casar, malgré de fréquentes demandes en ce sens) :

- Proximité (espace proche de chez soi et de ses préoccupations)
- Diversité des contenus info et programme
- Contenus concernés, utiles et pratiques, permettant d'agir
- Interactivité avec les antennes à travers les réseaux sociaux.

Ces demandes se traduisent dans l'offre « @proximité » élaborée par France Télévisions, qui vise – sur le papier – à permettre aux Français « de s'informer, de mieux vivre, de se cultiver et se divertir dans un rayon de 50 km autour de chez eux et au-delà en fonction de leurs intérêts ». Cela permet à l'internaute, nous dit-on, de toujours savoir ce qui se passe dans sa ville et alentour, dans sa ville natale ou ses lieux de cœur, de comprendre l'impact sur son

quotidien des grandes décisions nationales, de consulter l'agenda culturel, la météo, les infos trafic, d'avoir accès à des conseils pratiques pour améliorer son quotidien, etc.

Nos sites répondent-ils aujourd'hui à cette promesse ? Pour les élus, on en est loin faute de moyens.

Les élus ont interrogé la direction pour savoir si la doctrine pour le réseau régional était toujours : « le numérique, c'est l'affaire de tous ». Pour Philippe Martinetti, le numérique est l'affaire de tous, « ce qui ne veut pas dire "tous contributeurs" ».

## Les postes du numérique

**Coordinateurs numériques (CN)** : les coordinateurs régionaux sont en mission, certains depuis près d'un an, en attente d'une négociation syndicale en espace métier afin de définir précisément ces fonctions. Leur mission a été prolongée d'une nouvelle année, jusqu'en juin 2024. La direction espère aboutir d'ici là. Elle présente un bilan assez peu lisible pour les élus. On comprend qu'ils sont censés faire rayonner le numérique au sein des codir et des projets d'antenne. Ils sont aussi amenés à produire ponctuellement, en particulier sur les opérations spéciales. Alexandra Huctin précise qu'elle est régulièrement amenée à faire des articles ou à pallier l'absence d'un rédacteur en chef adjoint numérique ou autre.

**Chargés d'édition numériques (CEN)** : On restera prudents sur le sujet puisque sur les chargés d'édition numérique, dont l'évolution de la fiche de poste fait l'objet d'une saisine syndicale depuis 3 ans, a fait l'objet de plusieurs mois d'ateliers et de séminaires et n'attend plus que la réunion d'un espace métier, la DRH centrale bloque toute avancée par son inertie. Interpellée par la CGT début mai, la directrice des parcours professionnels et de la diversité, Béatrice Le Fouest, a répondu le 23 mai après relance que « la réflexion n'a pas encore suffisamment abouti ».

Les représentants du personnel s'interrogent sur le nombre de décennies nécessaire à la DRH pour aboutir. Ils dénoncent ce travail d'usure et d'enlisement lié aux métiers du numérique. Alors qu'on entend régulièrement affirmer que les organisations syndicales empêcheraient France Télévisions d'avancer, ils rappellent que sur le numérique, depuis plus de 10 ans, les représentants du personnel demandent inlassablement des négociations sur les métiers du numérique et que c'est la DRH qui s'y refuse avec constance, espérant développer ainsi des pratiques sauvages en mettant la pression sur des salariés pris individuellement.

Pour défendre sa corporation, Samuel Bignon, le DRH du Réseau affirme qu'il s'agit d'avoir une discussion plus transversale à toute l'entreprise. Sauf qu'à date, ce poste est propre au réseau régional et que rien n'empêche d'acter des évolutions périmétrées au Réseau, afin de capitaliser sur le travail mené en son sein.

L'attente des professionnels est forte, entre surcharge et manque de reconnaissance et de perspectives. Car aujourd'hui dans le processus du web régional, c'est le seul poste technique véritablement spécialisé sur le numérique, sur lequel se concentre un grand nombre de tâches indispensables au fonctionnement de nos sites. On leur demande d'être de plus en plus présents sur les réseaux sociaux ou d'épauler les rédactions sur le référencement.

Il paraît aujourd'hui difficile d'avancer sur un développement du numérique et la "création" de nouveaux métiers sans consolider celui de chargé d'édition numérique. Pour rappel, les éditeurs web ont assumé pendant plusieurs années de devoir transmettre des consignes venues "de Paris" à leurs collègues, notamment journalistes. Pour certains, il en a résulté de la souffrance au travail.

Les représentants du personnel ont demandé à la direction si, faute d'avancées, elle assumerait les conséquences d'un mouvement de grève des CEN sur l'audience de franceinfo.

Sauf exception (à Orléans, Marseille et Bordeaux), les CEN sont seuls dans leur antenne, ils ne sont jamais remplacés. La direction met en avant la constitution balbutiante d'un vivier, grâce aux alternants passés par France 3. 30% des CEN actuels sont issus de l'alternance, selon Xavier Collombier.

Les représentants du personnel dénoncent le recours généralisé à l'alternance pour contrebalancer le sous-dimensionnement des services web. Dans de nombreuses antennes, ces élèves se retrouvent à remplacer les CDI ou à compenser l'absence de postes. Sophie Gueffier reconnaît qu'ils seraient « en grande difficulté » sans l'apport de la force de travail des alternants.

Les représentants du personnel rappellent que les alternants sont des apprenants et non des remplaçants. Ils dénoncent ce dévoiement.

Il y a plus d'un an, afin d'évaluer la charge de travail et la surcharge cognitive des CEN, la CSSCT avait demandé, en février 2022, une « pesée de poste » par les spécialistes de la CARSAT (Caisses d'assurance retraite et de la santé au travail). La direction reconnaît qu'elle ne l'a pas fait et que « c'est une erreur ».

Les représentants du personnel préconisent le doublement du nombre de chargés d'édition numérique afin d'assurer une permanence 360 jours par an au lieu de 180 jours actuellement. Cela permettrait de couvrir les week-end et les vacances. Cela permet aussi de se répartir les tâches. A Orléans, les 2 CEN tournent par sessions de 2 semaines, l'un sur l'info, l'autre sur l'antenne. Cécile Mette témoigne du fait que cela permet de produire plus de contenus multimédias, des contenus plus longs.

La direction répond qu'il lui faut étudier la proposition.

**Rédacteurs en chef adjoints numériques (RCAN).** Dans plusieurs antennes (Strasbourg, Marseille, Nancy...), le poste de RCAN est vacant depuis de longs mois, nombre d'entre eux ayant été détachés pour assurer la mission de coordinateur numérique, et non remplacés. Pour les élus, il est incompréhensible que ces postes ne soient pas pourvus. Ils demandent qu'on commence par compléter la structure existante afin que des équipes ne se trouvent pas sans manager éditorial, comme c'est le cas actuellement à Strasbourg ou Marseille, où les journalistes sont amenés à faire relire leurs papiers par un collègue, voire par l'alternant avant publication.

Quand il y a des candidats qui donnent pleinement satisfaction, on ne leur donne pas de perspective (cf Marseille).

Il est impératif de faire monter en compétence des cadres journalistiques et de constituer un vivier.

A l'heure actuelle, selon les témoignages, il demeure beaucoup de freins et d'incompréhensions. Des rédacteurs en chefs et des rédacteurs en chef adjoints ont été formés mais ne veulent pas s'impliquer dans le numérique et ne le prennent pas en compte dans l'organisation de la planification. Mais là encore, en ont-ils seulement les moyens ?

Pour assurer un encadrement le week-end, il y a systématiquement un RCAN de permanence, en Aura et en Nouvelle-Aquitaine, pour les 3 antennes. La région Hauts-de-France va mettre en place la même organisation.

**Journalistes web.** L'organisation d'une antenne à l'autre est hétéroclite. Dans certains sites il y a des journalistes spécifiquement affectés au web, dans d'autres, ce sont des contributeurs occasionnels ou réguliers.

Pour Cécile Poure, cela ne permet pas d'avoir un suivi, d'anticiper et de caler des sujets. En outre l'insuffisance des effectifs entraîne des journées très intenses pour les journalistes au web ; ils se retrouvent régulièrement isolés, et sont régulièrement amenés à ne pas faire de pause déjeuner.

Xavier Riboulet affirme qu'il est contre une rédaction numérique, mais qu'il est pour la spécialisation de journalistes.

En termes de moyens, certaines antennes planifient 2 journalistes le week-end, alors que d'autres n'en ont qu'un. Les élus souhaitent que le principe de 2 journalistes par antenne le week-end soit généralisé.

Les représentants du personnel souhaitent qu'il y ait un socle minimum commun à toutes les antennes, afin d'améliorer la continuité de l'activité et l'identification des services web. La direction va étudier la proposition.

## Les autres contributeurs au numérique

**Documentalistes.** Les élus déplorent qu'un certain nombre de salariés non-journalistes soient laissés sur le bord du chemin, même s'ils ont manifesté leur envie de travailler sur le numérique voire se sont formés.

C'est en particulier le cas des documentalistes, qui sont pourtant à même d'apporter une valeur ajoutée. Certaines se sont formées, se sont vu valider leur compétence complémentaire « contenus multimédias » et ne peuvent pas exercer, faute de planification, ce qui entraîne une grosse frustration.

Rabéa Chakir-Trébosc propose un séminaire sur les documentalistes. La direction doit étudier la proposition.

**Monteurs.** Là encore, les monteurs ayant obtenu une UCC ont connu la frustration. S'ils ont pu faire des sujets, ceux-ci n'ont jamais été mis en ligne faute de validation. C'est un gâchis.

Sur leur cœur de métier, leur association au web est très disparate. Dans certaines antennes (Strasbourg par exemple), des monteurs sont planifiés sur le numérique. Dans d'autres, malgré leur volonté, ils essuient une fin de non-recevoir. Leur contribution se résume à des temps cachés.

Afin que le numérique soit mieux reconnu, les élus souhaitent que les monteurs soient planifiés.

Karine Cévaër remarque que sur la formation à l'UCC « conception de contenus multimédias » proposée par l'UFTV à destination des PTA et qui dure 10 jours, le module « les fondamentaux du journalisme, le sujet, l'angle et le propos » ne dure qu'une journée. Quand on sait que le métier de journaliste s'apprend en deux ans, ce programme de formation est invraisemblable et inadmissible. La direction dit ne pas être au courant. Sophie Pellerin reconnaît que c'est inacceptable et précise que l'équipe centrale du numérique doit rencontrer l'UFTV afin de remettre à plat toutes les formations.

**Communication.** Les élus n'ont pas de visibilité sur les pratiques de la communication. Pourtant elle est très présente sur le web, met en ligne des contenus vidéo en dehors de tous les accords, en particulier celui sur les UTS.

Les éditeurs numériques constatent qu'ils sont régulièrement sur les mêmes périmètres (par exemple la mise en avant de programmes) sans qu'il y ait de débats et de coordination. Certaines CEN disent n'avoir aucun contact avec les directions locales de la communication.

Samuel Bignon annonce un travail de recensement des pratiques d'UTS au 2<sup>e</sup> semestre.

## Les évolutions en projet

La direction souhaite créer 7 nouveaux postes.

- 2 postes en central, rattachés au directeur de la proximité Xavier Riboulet :
  - **Un chargé d'études.** Le poste est actuellement au sein de la direction du numérique et rejoindrait la direction du Réseau.
  - **Un coordinateur des contenus numériques,** qui veillerait à l'élaboration et la mise en œuvre de la stratégie numérique du Réseau. Il serait au-dessus des 5 coordinateurs numériques centraux actuels (Xavier Collombier, Sophie Pellerin, Karine Bellifa, Olivier Couvreur et Karine Broyer, chacun étant référent sur un sujet).

- **4 postes de chargés d'édition vidéo numérique**, en région mais rattachés au central (leur rattachement hiérarchique reste à préciser). Ces postes ciblent plutôt des TEVA (techniciens d'exploitation vidéo et audiovisuelle). La direction entend renforcer ainsi la part des contenus vidéo sur nos plateformes, puisqu'il s'agit d'une orientation stratégique. Pourquoi 4 ? Où seront-ils situés ? La direction n'est pas en mesure de répondre.

Les représentants du personnel déplorent qu'une fois de plus, on crée des postes de coordination en haut de la pyramide, au détriment de postes de production dans les antennes.

Philippe Martinetti propose d'avancer sur plusieurs sujets d'ici la réunion de la CASAR de rentrée : socle minimum commun à toutes les antennes, étude d'un doublement des CEN et du nombre de journalistes planifiés le week-end et pendant les vacances, place des chargés d'édition vidéo numérique.

Il évoque également la possibilité d'une expérimentation dans une antenne. Les élus sont réservés. Ils craignent que cela soit surtout dilatoire.

## Référencement contre destination : une stratégie qui interroge

Cécile Poure déplore que nos sites web régionaux soient « des sites de référencement et pas de référence ».

La direction répond que c'est la réalité des usages qui fait que seulement 5% des internautes ont le réflexe de venir directement sur nos sites. 95% viennent par les moteurs de recherche ou réseaux sociaux. Selon Xavier Collombier, nos concurrents produisent 10 à 20 fois plus d'articles, mais nous, « on produit mieux et plus puissant ». « Ce qui marche le mieux, ajoute-t-il, c'est le rebond et le développement d'une actu ».

Pourtant, il existe des sites d'info « de destination », autrement dit des sites considérés comme une référence par les internautes qui s'y connectent directement quand ils cherchent une information fiable. C'est le cas du Monde ou même de Libé. Ces sites, payants pour la plupart, sont rubriqués, hiérarchisés, l'internaute est en capacité d'y trouver l'information qu'il cherche.

Ce n'est pas le cas sur nos sites, qui ne sont pas organisés par thématiques, où, sans action d'éditorialisation manuelle, le dernier article publié se retrouve à la une, où il n'y a pas de fonction de recherche pertinente.

Pour les élus, un rubricage du site permettrait de faire évoluer les usages et de le transformer progressivement en site de référence, pas seulement en site de flux. Cela permettrait de fidéliser les publics au lieu de les amener par de simples ressorts marketing et algorithmiques.

Sophie Pellerin précise que la direction travaille actuellement sur des tags, afin que nos sites deviennent « référents sur des thèmes de société ». Un travail est également en cours pour retravailler les newsletters.

La stratégie qui vise à partager sur les réseaux sociaux afin de stimuler les audiences ajoute une pression sur les journalistes et est mal ressentie. Nombreux déplorent aussi l'usage d'une intelligence artificielle (Echobox). Une participante estime qu'on « leur laisse la main ». Sophie Pellerin répond que ces partages automatiques, c'est du temps gagné.

## **La labellisation de nos contenus passe aussi par une identification claire des auteurs**

Aujourd'hui, on ne peut pas différencier au 1<sup>er</sup> coup d'œil les contenus journalistiques des autres contenus. Certes, depuis plusieurs mois, quand on clique sur le nom de l'auteur on ouvre une page de renseignements, mais elle n'est pas toujours renseignée.

Une information certifiée implique qu'on fasse bien la différence entre contenus d'information journalistiques et les autres contenus. La labellisation passe aussi par la transparence vis-à-vis des internautes.

Les membres de la commission demandent que la fonction de l'auteur du contenu figure systématiquement sous son nom. Une condition nécessaire mais pas suffisante pour que les contenus d'information soient repérables au premier coup d'œil. Car l'internaute ne prend pas forcément le temps d'aller lire qui se cache sous la signature.

Sophie Pellerin, qui est en contact régulier avec la direction du numérique, répond qu'ils se donnent pour objectif d'y parvenir d'ici l'automne.

## **La place des langues régionales : un pur affichage**

La direction dit vouloir créer un « corner des langues régionales » sur la plateforme France.tv. Quand on voit déjà le peu de mise en valeur des contenus régionaux sur la plateforme, les représentants du personnel s'interrogent sur la réalité de cette promesse. La direction reste assez évasive dans ses réponses sur le sujet.

Le secrétaire de la commission,  
Jean-Hervé Guilcher  
21 juin 2023