

## #9

### Réunion du 27 avril 2023

**Représentants du personnel :** Jean-Hervé GUILCHER (Secrétaire), Rabéa CHAKIR-TRÉBOSC (référente harcèlement), Olivier MÉLINAND et Cécile POURE (CFDT), Amélie DOUAY et Emeline DROXLER (FO), Hervé COLOSIO et Myriam FIGUREAU (SNJ), Cédric BARNERON et Florence MALÉSIEUX (Sud), Guillaume LE GOUIC et Laurent MAAS (CGT).

**Membres de la direction :** Philippe MARTINETTI (président), Philippe ANGOT (directeur finances du réseau régional), Xavier RIBOULET (directeur de la Proximité), Isabelle STAES (directrice de l'information régionale), Alain ASTARITA (directeur délégué au développement et à la coordination des régions), Marie-Laurence FERRACCI (responsable de la coordination des projets à la direction de la Proximité), Nadine MOUGEL (directrice finances Grand-Est), François MASSALOUX (directeur finances Nouvelle-Aquitaine), Christian PHILIPS (directeur délégué aux moyens et à la performance opérationnelle (DDMPO) Nord-Est-Normandie), Jacques PATÉ (directeur des antennes régionales), Samuel BIGNON (DRH du Réseau France 3), Florence FOLLÉA (responsable formation).

**Salariée experte invitée :** Catherine GAUBERTI (chargée d'édition numérique à Caen).

Longtemps attendue et maintes fois reportée depuis la fin 2022, cette réunion de la CASAR visait à faire un point à date des chantiers de la régionalisation et à présenter aux élus les tableaux des potentiels humains de chaque antenne. Ces derniers sont demandés par les élus depuis le lancement des 18h30, il y a plus de deux ans.

Les débats se sont concentrés essentiellement sur deux sujets : les tableaux de potentiels et le projet d'évolution de l'organisation du numérique.

Dans l'ensemble, cette commission a été marquée, pour les élus, par la frustration et la déception.

## Les potentiels par antenne

Selon la direction financière, les tableaux présentés à la Casar résultent de la construction budgétaire et présentent les potentiels validés, répartis entre les objectifs d'antenne, une fois réalisés les arbitrages budgétaires (donc d'ETP) du début d'année.

Ces documents servent de « référence à la planification qui s'adapte ensuite aux circonstances », selon Christian Philips, DDMPO (ex-régulateur d'activité) présent.

On y voit « le niveau du besoin opérationnel des émissions », selon Philippe Angot. En revanche, n'y sont pas comptés les jours liés à la formation, au dialogue social, aux différents types d'absences, etc.

Exemple de document pour une antenne comprenant des locales :

POTENTIEL 2023 DE LANGUEDOC ROUSSILLON										
Volume annuel de l'activité - données prévisionnelles en jours										
Emissions			JOURNALISTES	DOCUMENTALISTE	MONTEUR	VIDEO	SCRIPTE	OPV	OPS - TR	ELECTRO
Info et numérique	18H30 Occitanie		36	-	-	-	-	-	-	-
	Edition locale Nimes		1 494	-	465	-	-	-	-	-
	Edition locale Perpignan		1 494	-	510	-	-	-	-	-
	France INFO EN REGION		32	-	-	-	-	-	-	-
	JT GRANDE REGION OCCITANIE		224	32	80	32	16	16	48	-
	JT MONTPELLIER		5 562	844	1 407	996	542	332	750	166
	MAG RUGBY		350	-	-	-	-	-	-	-
	NOTICIES		252	-	126	-	-	-	-	-
	Proxitanie		105	-	-	-	-	-	-	-
	DIMANCHE EN POLITIQUE OCCITANIE		315	-	-	-	18	70	35	35
	ENQUETE DE REGIONS		133	-	28	-	-	14	41	3
	Web Montpellier		1 194	-	-	-	-	-	-	-
Programme	Vous êtes formidables		48	-	72	132	120	156	144	120
	EXEO		-	-	18	-	-	-	-	-
	Ô la belle vie		-	-	-	-	-	50	-	-
	MAG CATALAN AquiSem		406	-	130	-	-	-	-	-
	MAG OCCITAN		26	-	-	-	-	6	24	-
PAE Montpellier		-	-	-	4	2	6	4	2	
<b>Observations:</b> Le 18h30 est produit en commun entre Montpellier et Toulouse Les JT sont communs les week-end de moyenne et de basse activité Vous êtes formidable est produit en commun entre Montpellier et Toulouse										

Le document indique les besoins prévisionnels annuels en jours/hommes pour un certain nombre de métiers mais pas tous. Il est construit sur un socle d'activité autour du JT. Ainsi, la plupart des moyens techniques et journalistiques y sont rattachés. Plusieurs émissions bénéficient des moyens techniques du JT, utilisés dans « l'inter-JT », ces moyens sont donc comptés une seule fois sur le JT.

Dans les autres lignes, les moyens indiqués sont des moyens « marginaux », c'est-à-dire venant en plus du socle de moyens quotidiens mobilisés sur le JT.

Ce tableau est construit par des financiers dans une logique budgétaire, afin d'évaluer les besoins en ETP non-permanents. Ainsi il n'indique pas les métiers occupés à 100% par des CDI, puisque la direction financière n'a pas besoin d'évaluer un besoin en CDD.

On remarque que, d'une manière générale, le web est largement réduit à sa seule contribution journalistique. Les chargés d'édition numérique sont les grands absents, ce qui paraît signifiant. De fait, dans la plupart des antennes, les éditeurs web absents ne sont pas remplacés. La contribution des cadres éditoriaux (y compris les coordinateurs numériques) n'apparaît pas, pas plus que la contribution des services communication au web. Une partie de cette activité web est donc cachée à la lecture de ces tableaux. « Ce n'est pas une volonté d'effacement », assure Philippe Martinetti.

Ce document, est trop lacunaire pour être éclairant et permettre de comparer réellement les choix éditoriaux et les arbitrages de moyens d'une antenne à l'autre. En outre, il n'indique pas les besoins réels des directions régionales, mais les besoins ajustés en fonction des arbitrages budgétaires.

Il ne donne pas la vision des moyens existants disponibles dans chaque antenne.

D'une manière schématique, une antenne avec 110 ETP permanents représente autour de 20 075 jours de travail disponibles sur l'année, en prenant une moyenne de 182,5 jours de travail par salarié (184 jours pour les PTA, 181 jours pour les journalistes).

On retire ensuite un ratio pour la formation (3 jours en moyenne par personne et par an) et les réunions diverses et on répartit ensuite les moyens disponibles entre les différents besoins que l'on a (JT, numérique, émissions, magazines, PAE, etc.). Cela permet ensuite d'évaluer les besoins additionnels (création ou comblement de poste, besoin en non-permanents) et d'arbitrer en en redéployant les moyens d'un objectif à un autre ou en renonçant à certains objectifs faute de moyens.

Précision apportée par Philippe Angot à ce compte-rendu : « C'est 194 jours travaillés pour les PTA et 192 jours pour les journalistes, soit en moyenne 193 jours. Pour avoir les jours affectés au cœur d'activité, il faut ensuite retirer la formation, un pourcentage de maladie et les jours d'action sociale (très variables selon les services). Le chiffre moyen théorique de 181 jours pour les journalistes et de 184 pour les PTA est un nombre de jours disponibles avant déduction des jours d'action sociale ».

Les tableaux présentés ne permettent pas d'avoir cette compréhension. Les élus demandent à ce qu'ils soient complétés par les potentiels humains réels de chaque antenne, c'est-à-dire la force de travail réellement disponible, en jours/hommes (prenant en compte les temps partiels, les indisponibilités diverses, etc.). Ils demandent en outre que ces potentiels puissent être comparés à des réalisés chaque année, afin que les élus puissent mesurer les écarts.

## L'organisation du numérique en région

Le powerpoint présenté par la direction et intitulé « Bilan d'étape régionalisation et perspectives de développement pour les antennes » relève plus d'un document de communication institutionnelle que d'un document d'information des représentants du personnel.

Il met en avant les audiences, le calendrier des grandes étapes passées et sonne plus comme une forme d'auto-satisfaction de la direction. Pour prendre une image qui parle à tout le monde, on se croirait un peu à la conférence de presse de rentrée.

Les élus se sont essentiellement intéressés à l'organisation du numérique promise – et attendue – de longue date.

On est loin de la présentation d'une ligne éditoriale du numérique. La stratégie et « l'intention éditoriale » sont résumées à « articles, renforcer l'expérience vidéo, diversification des formats » et la direction croit voir dans les visites et audiences en hausse – le numérique est mécaniquement en croissance exponentielle depuis 10 ans, en dépit de notre manque de moyens, exception faite d'une baisse accidentelle en 2022, suite à une évolution technique – la validation de cette stratégie.

La commission n'a pas permis d'objectiver cette affirmation. La progression des audiences serait imputable, nous dit la direction, à la mise en place des coordinateurs numériques sur le dernier « quadrimestre » 2022, qui auraient « impulsé l'action par le haut, au sein des Codir ». Mais les membres de la commission n'ont pas eu communication de la fiche de poste de ces coordinateurs, ni de la réalité de leurs tâches et de leur action. Une fonction qui reste pour l'instant à pérenniser, les actuels coordinateurs numériques étant détachés. « On est encore en mode projet, explique Samuel Bignon, mais l'objectif est bien de pérenniser cette organisation avec les coordinateurs numériques. Cela relève de l'Espace métiers ».

Ils constatent dans le même temps que les moyens opérationnels, ceux qui produisent pour alimenter le web et les réseaux sociaux, eux, ne progressent pas. Une fois de plus, le système grossit par la tête.

A ce stade, la réalité du terrain est diamétralement opposée aux intentions stratégiques qui prétendaient de faire du numérique la colonne vertébrale des médias globaux de proximité.

La direction évoque un travail de réflexion qui a été mené, « en mode projet », au cours de séminaires rassemblant les coordinateurs numériques, les chargés d'édition numérique, les directeurs régionaux, les délégués antennes et contenus, les responsables de com et les rédacteurs en chef adjoints au numérique. Pas plus d'information.

On nous présente une hypothèse d'organigramme « en cohérence avec la stratégie éditoriale numérique », qui comprend :

- en central un délégué aux contenus numériques, 6 coordinateurs numériques centraux et, nouveauté, la création de 4 secrétaires d'édition numériques centraux.

- En région, apparition de 4 chargés d'édition vidéo numérique + les 13 coordinateurs numériques régionaux qui seraient confirmés, 28 chargés d'édition numérique. On y retrouve même 13 alternants chargés d'édition numérique et des alternants à la communication digitale... ce qui a fait tousser les élus, qui ont rappelé que les alternants sont avant tout là pour apprendre, pas pour servir de main d'œuvre pas chère.

Interrogée sur le pourquoi du comment de ce projet, la direction a eu des réponses évasives. L'organigramme présenté est approximatif, les liens hiérarchiques ou fonctionnels sont en partie erronés, les nouveaux métiers évoqués par la direction (secrétaire d'édition numérique, chargé d'édition numérique) n'ont pas des périmètres clairs. D'ailleurs, interrogé sur le profil des secrétaires de rédaction numérique, le directeur de la Proximité répond qu'il n'est « pas sûr que l'appellation soit la bonne » et qu'il n'est « pas sûr non plus que cela doive être un journaliste » : « la fiche de poste n'est pas bonne, on doit la revoir ».

Le chargé d'édition vidéo numérique est censé « mettre le bon tuyau au bon endroit, aider à récupérer des contenus, une phrase ». Il peut être un vidéo, un monteur, un chargé d'édition numérique et est censé travailler depuis sa région numérique. Laquelle ? On sait juste qu'ils seront 4. Pourquoi ? Pas de réponse.

Bref, on ne sait pas vraiment qui est quoi, qui fait quoi, pourquoi ces métiers, comment on a jaugé leur effectif.

La seule chose qui semble certaine pour la direction, c'est que les coordinateurs numériques doivent être des journalistes et que ceux qui ne le sont pas vont devoir se former.

Le débat tournant en rond, le président de la commission propose d'avancer urgemment sur le statut et la fiche de poste des chargés d'édition numérique (« on doit le régler avant le début de la saison de septembre ») et propose de mettre en place un copil autour de la stratégie et de l'organisation numérique. Ce copil serait en fait, une Casar spécifiquement consacrée au sujet, élargie, invitant des salariés experts du numérique. Elle pourrait se réunir le 14 juin.

## Autres sujets en bref

**Dimanche en politique.** La direction travaille à un renforcement de la proximité, sur des thématiques très ciblées localement, en faisant occasionnellement des diffusions ciblées sur les zones de diffusion de France Bleu (par exemple sur le seul Vaucluse ou sur la zone de la locale de Perpignan) en parallèle de la diffusion habituelle pour le reste de la région. Les modalités ne sont pas définies, mais la direction souhaite construire ces émissions avec France Bleu et les diffuser en simulcast sur les deux antennes en parallèle.

**Magazine de sport du Réseau.** La direction travaille sur un magazine hebdomadaire de 18 minutes pour le week-end. Il serait produit par la région Grand-Est, mais financé par la direction des antennes régionales (DAR). Il s'agirait d'une émission sur fond vert avec des duplex, des invités et des sujets des différentes antennes régionales.

Le Grand-Est a été choisi car il est très actif sur le sport. C'est en particulier l'antenne de Reims qui doit piloter.

**Avenir de .3 NoA.** La direction réfléchit à une réorientation de NoA vers le sport. La chaîne numérique effectue déjà plus de 100 retransmissions par an, selon la direction, et c'est le sport qui fonctionne le mieux. Pour Philippe Martinetti, il faut lui trouver un modèle : « ça a été beaucoup un empilement de programmes consécutifs, il y a un problème de cohérence éditoriale ».

Les élus alertent la direction sur l'état du collectif qui a été abimé par l'expérience de cette chaîne. Les salariés se sont beaucoup investis dans ce projet mais se sont heurtés et ont été les victimes du dogme du « à moyens constants ».

Philippe Martinetti veut croire « qu'à partir d'un positionnement éditorial plus clair, ça va permettre d'embarquer un peu plus les équipes, y compris avec un peu de moyens supplémentaires ».

Les élus souhaitent que ce travail soit mené avec les salariés et leurs représentants.

**Appli ICI.** Une réunion est prévue en juin entre les directeurs des réseaux France 3 et France Bleu. Apparemment, les deux structures se sont peu parlées ces derniers mois avec le changement de direction de France Bleu.

Questionné sur les doublons – voire triplons – sur la plateforme ICI, Xavier Riboulet répond qu'il va inévitablement continuer à y en avoir, dès lors que France télévisions souhaite privilégier ses plateformes propres France.tv et Franceinfo. Faire un choix entre les contenus France 3 et France Bleu réduirait mécaniquement le nombre de publications régionales de France 3 sur Franceinfo, l'appli ICI étant nourrie de nos contenus par aspiration automatique.

Le secrétaire de la CASAR  
Jean-Hervé GUILCHER  
11 mai 2023