



CSE réseau d'octobre 2025

Compte-rendu de la commission antennes du 30 septembre 2025

Présents :

Pour la direction : Olivier Daube, Michel Dumoret, Séverine Thirel, Delphine Vialanet

Pour la commission : Clément Alet, Valérie Bour, Danilo Comodi, Amélie Douay, Julien Lecoq, Olivier Mélinand, Denis Milan, Hervé Morin, Philippe Perrot, Isabelle Petit-Felix, Cécile Poure

C'était la dernière réunion de la commission antenne de cette mandature. Les membres espéraient pouvoir éclaircir certains sujets épineux, parfois conflictuels. Les réponses apportées n'ont pas toujours permis de remédier aux attentes des élus du CSE.

Point 1 : Précisions sur la grille de rentrée par région, avec précision des différents producteurs externes et des émissions fabriquées complètement en interne

La direction a fourni un document assez complet sur les productions régionales, aussi bien celles de l'info que celles de l'antenne. Mais sans le nom des producteurs, ce qui ne permet pas de voir lesquels sont plus sollicités, ou privilégiés. Olivier Daube, adjoint à la direction antenne et programmes régionaux, a commenté le document qui concerne les émissions jusqu'à la fin

2025. Une fin d'année qui peut être pleine, étant donné les finances disponibles. Comme vu lors de la COMECO, le réseau a beaucoup économisé au 1^{er} semestre, et peut donc finir l'année en consommant ses actifs. La direction affirme qu'elle veut consommer le budget, en ajoutant des PAE là où c'est possible.

Le document montre une forte disparité de productions entre les régions, due aux différences de moyens et d'effectifs, toujours réels, mais aussi due au volontarisme de certains DAC et directeurs régionaux. Chaque entité gère ses productions, et choisit ses équilibres entre productions internes et externes.

Il n'y a pas vraiment de ligne directrice au niveau du réseau. Certaines régions produisent beaucoup par elles-mêmes comme l'Occitanie, une quinzaine de programmes au total. Dont *"Les As du Jardin"*, une nouvelle émission de six numéros d'une heure, entièrement produite en interne, dont il a été longuement question. Prévue pour être diffusée sur le web, elle sera tournée avec des moyens traditionnels de la télé. L'Occitanie n'hésite pas à tourner dans les studios pour le numérique, avec les techniciens et c'est essentiel pour continuer à fabriquer et maintenir les savoir-faire. C'est aussi le cas avec une nouvelle version de la « *Cuisine des Mousquetaires* ».

Cela s'explique par une volonté de *"faire faire"* en interne en mobilisant les moyens humains et matériels sur place. La commission regrette que ces « productions maison » ne soient pas multipliées sur l'ensemble du réseau. Nos techniciens pourraient être mobilisés sur autre chose que le seul JT quotidien. Nous sommes en train de perdre un vrai savoir-faire.

Globalement, la politique de la maison est de développer des programmes hybrides voire de *"délinéariser"*, pour toucher un public plus jeune sur la plateforme et les réseaux sociaux. Arte.tv est l'exemple à suivre. Ces programmes permettent d'avoir plus de liberté en *"cassant"* le modèle classique télé en termes de contenu et de durée. Olivier Daube précise que dans 5 ans, la majorité du public regardera sur son téléviseur les plates-formes plutôt que le flux des chaînes classiques.

Concernant les PAE, Olivier Daube se félicite qu'elles aient trouvé leur public. Les courses cyclistes font toujours des « *audiences remarquables* ». Les émissions sur la gastronomie régionale diffusées le samedi soir font mieux que le programme culinaire habituel. La meilleure moule-frite, la tarte tatin, le camembert font recette. Dommage et regrettable que ce soit fait par *TV Only*, un producteur externe basé à Paris. Pour un coût en moyenne de 50.000 € par émission. Ce sont donc des Parisiens qui vont apprendre aux locaux leurs spécialités régionales... Des PAE ont très bien marché comme *Retour de France*, ou sur le festival *Hellfest* en Pays de la Loire. Et il y en a parfois en multi-régions, comme celle prévue sur les grandes marées par Bretagne et Normandie. Là encore, la décision de faire une PAE est d'abord économique. Le pilotage se fait au gré des contraintes budgétaires. D'où un nombre de prises d'antenne exceptionnelles qui s'accélère en fin d'année quand le budget le permet...

Les producteurs privés ont également la main sur les émissions régionales faites par l'antenne nationale comme *Sans Filtre*, présenté chaque mois dans une région différente. Et prochainement la quotidienne qui sera diffusée vers midi, et présentée par Flavie Flament à partir de novembre. RG Production sera à la

manœuvre pour cette émission qui reprend le principe de *Midi en France*, et qui s'appellera *Flavie en France*. Nommer un programme en prenant le nom du présentateur ou de la présentatrice, c'est plutôt la pratique de RMC, CNEWS ou BFM TV.

Paris IdF a tenté en septembre une première expérience de Slow TV avec *Le brâme du cerf*. C'est un dispositif de plusieurs caméras fixes qui filment en permanence la forêt où vivent les cerfs. Produit par Eden, c'était diffusé en streaming 24/24 pendant trois semaines sur france.tv. Des résumés avec les images les plus intéressantes sont également diffusés régulièrement sur la plate-forme. Une autre expérience est prévue en novembre sur France 3 Normandie avec une semaine de Slow TV pour observer le Mont St-Michel pendant la période des marées. Avec le même producteur.

L'arrêt de la fabrication de VEF dans pratiquement toutes les régions a réduit encore un peu plus l'activité sur les plateaux. Et ce qui se fait à la place n'occupe pas assez les équipes en interne. Les membres de la commission alertent une fois de plus sur les dangers du bore-out chez certains techniciens.

Il reste deux émissions produites en interne dans toutes les régions : *Dimanche en politique*, et *Enquêtes de Région*. Certaines régions ont un seul DEP, quand d'autres en font un par antenne. Diffusé trop tôt le dimanche à 11h10, elle fait trop peu d'audience. A l'approche des élections municipales, un dispositif spécial est à l'étude pour organiser et diffuser des débats et émissions spéciales. Il n'y aura pas de prime comme en 2020.

Enquêtes de région, diffusée un mercredi par mois en seconde partie de soirée, réalise une audience moyenne de 3 à 4% à une heure où la concurrence est forte. Il n'est pas question de mieux l'exposer, ce type de programme n'ayant pas sa place en première partie de soirée d'après Olivier Daube. Là-aussi, un meilleur créneau serait souhaitable pour mieux exposer cette émission qui est le fruit d'un gros investissement des équipes. EDR devrait être reconduit en 2026.

Point 2 : Participation de FTR aux éditions ICI pour 2025/2026

Depuis septembre, le programme « *On vous emmène ici* » conclut le 19/20. Lancé par le présentateur du JT, c'est un 7 minutes fabriqué par FTR à partir de sujets déjà diffusés en région. Il y a un reportage d'environ quatre minutes, puis une interview en visio d'un connaisseur du sujet évoqué. Viennent ensuite des infos-service comme les horaires d'ouverture et tarifs d'un site touristique. Les élus doutent de la pertinence d'annoncer ce genre de renseignements dans une tranche d'information.

Michel Dumoret, nouveau directeur de l'info régionale, est venu défendre ce nouveau programme qui ne fait pas l'unanimité, loin de là, en région. Il a tenu à préciser qu'il vient d'arriver, et n'est pas à l'origine du projet. L'idée est d'éviter une chute d'audience à la fin du JT, juste avant Tout le Sport qui connaît des audiences désastreuses.

Michel Dumoret explique qu'il s'agit de « *montrer l'aspect territorial de notre beau pays* ». Et de communiquer de nouvelles informations avec des offres de service. Il reconnaît qu'il faut « *améliorer les choses, surtout sur la visio* ». Il verra ça avec Antoine Armand, qui dirige FTR. Il indique aussi que « *depuis qu'il y a ce programme, ça marche vraiment bien* ». Il y a près de deux millions de téléspectateurs devant le programme. Mais la chute de l'audience demeure quand commence TLS.

Les membres de la commission regrettent l'usage de la visio. Ils ont suggéré de demander à la région d'origine de l'interviewé fasse l'interview. Pas possible selon la direction pour des contraintes budgétaires. Quant à faire des modules originaux quotidiennement sur le modèle des « Ici en France » diffusés durant la basse activité, c'est encore moins envisageable, pour les mêmes raisons financières.

Michel Dumoret a précisé que ce créneau peut exceptionnellement servir à diffuser d'autres reportage. Ça devrait être le cas pour les élections municipales de mars 2026. Un groupe de réflexion y travaille.

Concernant la future participation de FTR à la partie nationale des JT régionaux, le directeur a renvoyé au point d'information prévu au CSE d'octobre.

Point 3 : Evolutions sur le numérique :

3.1 : Bascule vers l'URL ici.fr

Le projet de bascule vers l'URL ici.fr est irrémédiable selon Delphine Vialanet, directrice des programmes de proximité (antennes et numérique). Les attermoissements des gouvernements successifs sur le projet de holding, et de filialisation de France 3 et ICI, ne change rien à la finalité du projet. Il est certes ralenti, mais on y va... Cette offre de proximité commune est issue d'un engagement entre les deux PDG. Et tout comme le site franceinfo.fr, il appartiendra aux deux entreprises. La construction va se faire pas à pas. Radio-France travaille tout d'abord à transformer son URL francebleu.fr en ici.fr. France Télévisions n'ira pas sur ICI tant que l'URL ne se nommera pas ici.fr. « *Nous ne sommes pas des prestataires ni des fournisseurs de contenus pour Ici. Nous serons partie prenante sur la prise de décision* » précise DV. Un comité de pilotage commun est en cours de création et ensuite le travail sera mené pour cette bascule. Un premier gros rendez-vous de ce comité est prévu la semaine du 6 octobre. Il est constitué de Xavier Riboulet, Delphine Vialanet, de la direction éditoriale de Radio-France, de la personne qui gère tout ce qui n'est pas info sur le site de Radio-France, de la direction du numérique de FTV. « *Une fois les bases posées, nous allons élargir ce comité* »

Personne n'est en mesure de donner une date précise sur la bascule car le préalable, c'est le changement d'URL pour Radio-France, et ils misent sur mai 2026. « *On imagine plutôt ça pour le début du second semestre 2026 mais si tout est prêt techniquement avant, on y va* ».

Concernant le Back office pour mettre en ligne sur le futur site ICI, qui sera commun pour nous et les collègues de la radio, rien n'est tranché mais il y a de fortes chances que ce soit plutôt ATLAS que PIC.

Concernant la responsabilité juridique, ça reste flou. Même si FTV est à moitié propriétaire de la future URL, c'est la PDG de Radio-France qui sera directrice de publication.

Les élus ont soulevé le fait que 40% du trafic actuel de franceinfo.fr est généré grâce aux publications des régions. Que se passera-t-il une fois que ce contenu ira sur ici.fr ? La direction reconnaît qu'il s'agit d'un des enjeux du travail préalable en cours. *« Ce qui va être compliqué, c'est qu'il n'y ait pas de perte. Toutes ces questions, on les aborde. Cette question du moteur de l'offre régionale, la présidente ne l'ignore pas. Il ne faut pas d'hémorragie ».*

Concernant les questions posées par les élus sur les réflexions éditoriales, Delphine Vialanet estime qu'une direction commune pour une stratégie globale est nécessaire. Il y aura donc une gouvernance éditoriale unique pour tout le site qui gèrera l'offre de Radio-France et de FTV, pour ne pas faire deux fois la même chose. C'est le travail du comité de pilotage. *« La gouvernance éditoriale commune est centrale, mais chacun aura aussi sa propre direction dans les rédactions régionales. Il faut se le dire, il y aura forcément des doublons au début. Mais il n'y aura pas de prérogatives comme on a pu l'entendre où Radio-France ferait l'actu chaude et FTV le froid. Notre ADN, c'est la vidéo. Mais couvrir une hot news, ou couvrir une belle histoire ne sera pas réservé pour Radio-France, ou pour FTV ».*

Les élus ont soulevé le fait qu'il n'y avait actuellement aucune coordination en local entre Radio-France et FTV, qu'il y avait donc un risque de publication de deux articles sur un même sujet (type mouvement social) avec des différences en termes d'information (nombre de manifestants, etc...). Les élus ont rappelé que Radio-France reste un concurrent direct sur l'info locale, même si on fait partie de l'audiovisuel public. La direction ne veut pas s'avancer sur la piste de la création d'une rédaction numérique commune et rappelle que les bases seront lancées pour mai 2026, sans pour autant *« trouver la règle d'or absolue ».*

Les élus ont rappelé que la commission déontologie s'est battue pour qu'une différenciation soit visible entre les contenus journalistiques et ceux qui ne le sont pas. Ils demandent que ce travail de distinctions des contenus soit également mis en place sur le futur site ici.fr.

Concernant la question des signatures des publications, la direction affirme qu'il y aura une précision, une distinction, si c'est une publication Radio France ou si c'est une publication FTV. Un article publié par FTV sera signé par le nom du contributeur, suivi de France 3 X (nom de l'antenne du contributeur). Il y aura un référent pour le site au niveau régional qui pourra toujours être sollicité en cas de problème, d'actualité, ou autre. *« L'arbitrage sur la place de chacun n'est pas fait. Eux comme nous ont envie de laisser exister les deux offres pour devenir les plus hégémoniques en matière d'information de proximité, devant la PQR. On veut devenir l'offre de proximité de référence en France ».*

Les élus ont enfin soulevé la question de l'hébergeur du site. Rappelant qu'il n'a pas de responsabilité à la différence des éditeurs de contenus. Radio France est donc éditeur d'ici.fr. FTV contribue sur une URL, donc fourni un contenu dont l'éditeur n'est pas celui qui fournit ce contenu. Ce qui pose question. A la question posée par les élus s'il n'est pas nécessaire d'avoir un contrat de co-édition, la direction répond que « *oui vraisemblablement, il faudra une tête responsable* », sans pour autant savoir, pour l'heure, quel sera le futur maillage de cette co-édition.

3.2 : Fabrication d'articles exclusivement pour francebleu.fr

Avant la bascule vers l'URL commune, des collègues de la cellule numérique de France 3 publient exclusivement sur le site de la radio depuis un an environ. Désormais, la direction demande à chaque région de faire ces publications obligatoires. Sans aucune compensation. Ça fera donc mécaniquement moins de publication sur notre site. Le rythme de publication des articles fabriqués par FTV pour le site francebleu.fr va rester le même jusqu'à la bascule. À l'échelle du réseau, ça fait donc dix par jour du lundi au vendredi, et cinq le week-end et en période de vacances. Ce qui est toujours demandé, ce sont des articles issus des reportages des éditions locales (hors actu chaude) ou de reportages de proximité.

Désormais, ce sont donc les coordinateurs numériques, les rédacteurs en chef numérique en région, et quelques contributeurs web qui s'occuperont de faire ces papiers. Une contrainte mal perçue en région. Des cessions de prise en main de l'outil ATLAS (pour publier à Radio-France) sont en cours et ce n'est pas considéré comme de la formation. La répartition des dix articles à faire chaque jour par le réseau, sera faite en fonction des moyens de chaque région. La direction précise que ce ne sera pas un travail en plus mais « *à la place* » d'une autre publication. « *La valeur ajoutée sera meilleure car les contributeurs web seront en lien direct avec les équipes qui ont fait les reportages dont sera issu l'article* ». Le choix des articles à faire sera effectué par les rédactions régionales avec les rédacteurs en chef des locales. La direction précise qu'en un an, le processus de fabrication a été amélioré. Les membres de la commission qui travaillent en locale précisent qu'ils n'ont jamais d'info concernant la reprise de leurs sujets.

Quotidiennement, la liste des reportages repris pour un article est envoyée dans chaque rédaction. « *Il est temps que chaque région s'empare de ce travail* ». La coordination numérique centrale continuera d'être la seule porte d'entrée avec France Bleu pour dire : « *voilà ce qu'on peut vous publier aujourd'hui* ».

Les élus ont soulevé des questions sur la charge de travail supplémentaire demandée en BRI avec ces publications pour France Bleu. La direction reconnaît que c'est aussi la première inquiétude qui est remontée de leur côté lors des ateliers menés pour engager ce travail avec les RCA numériques. Or, la direction le répète, ce ne sera pas du travail à faire en plus quotidiennement, mais à la place. Les élus ont demandé si la direction envisageait un jour que les journalistes des éditions locales se chargent directement de ces publications. La direction y est favorable mais reconnaît que ce n'est pas compatible avec la charge d'une journée de travail en locale « *et c'est pour cela qu'on n'imposera rien* ».

Les élus ont soulevé la question de la légalité de travailler pour la concurrence, même si on est dans le cadre du GIE. Avec la fourniture quotidienne pour Radio-France des articles fabriqués par le personnel de FTV, ne s'agit-il pas d'un prêt de main-d'œuvre ? La direction affirme que non, que Philippe Martinetti, qui est un des administrateurs du GIE, « s'en est assuré ». « C'est encadré et non, ce n'est pas un prêt de main d'œuvre ». La direction a précisé suite à une question des élus que si un salarié refusait aujourd'hui d'effectuer ce travail, elle ne pouvait pas le contraindre à le faire. « *Tout s'entend mais tout s'explique aussi. On ne va rien faire en mode forcé. Je n'ai envie de contraindre personne avec ces 10 articles. On discutera mais il n'y a aucune raison de partir dans une bataille de front en attendant la bascule* » conclut Delphine Vialanet. Concernant la signature de ces articles, pour le moment ils sont signés France 3 Régions, mais désormais ils seront signés par celui qui écrit l'article et s'il faut y adjoindre le JRI ou le rédacteur qui a fait le sujet : « *on le fera* ». La question des droits voisins et des droits d'auteurs sur ces publications a également été soulevée par les élus. La direction affirme que ce sera fléché et identifié. Une répartition nécessaire va se faire. Des négociations sont en cours à ce sujet.

3.3 : Publication sur les réseaux sociaux

Les élus ont demandé si un journaliste faisait seul un module pour les réseaux sociaux, ne respectant pas de fait, les accords. La direction répond qu'il y a eu des avancées qui ne sont pas allées jusqu'au bout concernant les accords UTS. « *On n'a rien signé. Cet accord interdit beaucoup de choses. Or cela ne correspond plus aux pratiques sur le terrain. Oui, un journaliste qui fait seul son module est ce vers quoi il faudrait aller pour le web. J'aimerais que ce soit une pratique autorisée mais il faudrait la cadrer. À l'heure où l'on se parle les accords bloquent* ». La direction affirme que rien n'oppose les parties à contractualiser un avenant sur cette question malgré le fait que l'accord collectif d'entreprise soit dénoncé. Depuis cette réunion de commission, une négociation pour un accord d'expérimentation pour vidéos verticales est programmée. Le 14 octobre.

En attendant, des régions ont lancé des expériences, ou des tests, ou des pratiques sauvages. Le tout sans respecter les cadres règlementaires. Des rédacteurs tournent et montent seuls des réels pour les réseaux sociaux. D'autres font des lives en solo, toujours sur les RS.

Les élus ont mis en garde sur les tensions suscitées dans certaines régions et plus généralement dans le réseau suite au déploiement des vidéos verticales mettant en opposition des salariés. La direction répond qu'il faut arriver à poser un cadre qui soit en adéquation avec la réalité de ce qui se fabrique sur terrain. Elle propose de s'inspirer de ce qui a été fait en Occitanie. Une région qui fait d'ailleurs partie du projet d'accord d'expérimentation avec la Nouvelle-Aquitaine et Grand-Est.

Coté audiences, nous comptons plus de 11 millions de suiveurs sur l'ensemble des RS. Facebook reste toujours le principal avec plus de 7 millions de fans. De janvier à fin septembre, le réseau a dépassé le milliard de vidéos vues. Youtube en représente 385 millions.

Point 4 : Les éditions locales

En 2017, la direction envisageait de supprimer les éditions locales. Un projet combattu intensément par les salariés, et qui a heureusement capoté. Depuis, il n'y a eu aucun autre projet, aucune réflexion sur la situation et le développement de ces éditions. La commission n'a reçu aucun document pour ce point. Car en fait, il n'y a pas de feuille de route... Nous avons encore 18 locales qui diffusent quotidiennement, près de la moitié uniquement en TNT via le râteau sur le toit. Cela représente donc plus de 200 salariés concernés.

Questionné sur cette absence de projet, Michel Dumoret a encore spécifié qu'il venait d'arriver sur ce poste, et a reconnu qu'il n'y a rien dans les cartons. Mais il a martelé que la proximité, et l'hyper-proximité sont des priorités.

Pratiquement aucune locale ne ressemble à l'autre sur la forme. Seul le générique est en commun. Un générique où est simplement écrit *locale*. Contrairement aux éditions régionales, les locales n'ont pas droit à une identification personnifiée. Le nouveau directeur de l'info s'est engagé à voir avec la direction artistique pour remédier à cette anomalie. Ça ne doit pas être compliqué d'écrire *Côte d'Opale*, *Périgords* ou *Atlantique* sur un générique dont les éléments de base existent déjà...

Chaque région a son rythme de diffusion des éditions pendant les périodes de basse activité. Certaines disparaissent, d'autres sont réduites, et d'autres diffusent normalement. En fait, les locales restent à la main des directeurs régionaux qui les gèrent en fonction de leurs moyens et de leurs ambitions. Ce sont parfois des variables d'ajustement des restrictions budgétaires. Michel Dumoret n'entend pas réduire l'autonomie des DR pour les locales.

Concernant la diffusion, il n'est pas question pour la direction d'investir pour proposer toutes les locales sur les Box. Ça coûterait trop cher. En revanche, l'investissement est là pour multiplier les canaux de diffusion des matinales de la radio Ici. Pour des audiences faméliques. Il faudra bien un jour se pencher sérieusement sur la problématique de la diffusion uniquement par le râteau. La fin de la TNT en France est programmée pour fin 2030, si rien ne change réglementairement.

Conclusion

Depuis des années, les salariés et leurs représentants n'ont pas les mêmes points de vue que les différentes directions s'agissant de ce que l'on met à l'antenne ou en ligne. Et sur les manières de fabriquer. Les contraintes budgétaires n'expliquent pas tout. Chaque point abordé lors de cette réunion a confirmé ces divergences. L'évolution inéluctable des publics pour s'informer et se divertir ne doit pas exacerber encore plus ces divergences.

Tous les personnels doivent être associés à ce qu'on diffuse, à la télé ou en ligne. La part de productions externes reste toujours majoritaire pour les programmes d'antenne. Il est indispensable pour notre pérennité de fabriquer en interne autre chose que l'information. A la télé, et en ligne.

Et d'ici la fin d'année, la commission demande aux décideurs du réseau d'utiliser tout le budget disponible du 2nd semestre pour fabriquer et diffuser. A la télé, et en ligne. Elle encourage également les collègues à proposer des projets pour consommer ce budget.